

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Keputusan Pembelian	9
2. Suasana Toko (<i>store atmosphere</i>)	19
3. Variasi Produk	29
4. Promosi	32

B. Hubungan Antar Variabel	34
C. Penelitian Terdahulu	39
D. Kerangka Konseptual	47
E. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Rancangan Penelitian	49
B. Objek Penelitian	49
C. Populasi	49
D. Sample dan Teknik Sampling	50
E. Jenis Data Penelitian	50
F. Cara Pengumpulan Data	51
G. Definisi Operasional	51
H. Teknik Analisis Data	52
1. Analisis Kualitatif	53
2. Analisis Kuantitatif	53
3. Metode Analisis Data	44
I. Pengukuran Variabel	53
J. Metode Analisis Data	54
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	55
3. Analisis Regresi Linier Berganda	56
4. Uji <i>Goodness of fit</i> (r^2 dan Uji F)	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Hasil Penelitian	60
1. Analisis Deskriptif	60
a. Deskripsi Karakteristik Responden	60
b. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	64
c. Uji Instrumen	67
2. Analisis Kuantitatif	72

a. Analisis Regresi Linier Berganda	72
b. Uji Hipotesis	74
B. Pembahasan.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model perilaku konsumen	9
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu	45
Tabel 3.1 Definisi Operational	52
Tabel 3.2 Skala likert	54
Tabel 4.1 Karakteritik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung	63
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Suasana Toko	64
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Variasi Produk	65
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi	66
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Suasana toko (<i>Store atmosphere</i>)	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas	72
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.16 Koefisien determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian.....	15
Gambar 2.2 Kerangka konseptual	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	86
Lampiran 2 : Deskripsi Responden.....	90
Lampiran 3 : Deskripsi Variabel	92
Lampiran 5 : Rekapitulasi Data Sampel Responden.....	94
Lampiran 6 : Uji Reliabilitas.....	98
Lampiran 7 : Uji Validitas.....	101
Lampiran 8 : Rekapitulasi Data Responden	104
Lampiran 6 : Analisis Regresi Berganda	116