

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Motivasi Diri.....	iv
Daftar Riwayat Hidup	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.5. Kerangka Teoritis	9
1.6. Kerangka Pemikiran	10
1.7. Penelitian Terdahulu.....	12
1.8. Hipotesis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Pengertian Manajemen	16
2.2. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	17
2.2.1. Pengertian Pemasaran	17
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	17
2.3. Konsep Pemasaran	18
2.4. Pengertian Bauran Pemasaran	21
2.5. Pengertian Store.....	24
2.6. Store Atmosphere	25
2.6.1. Pengertian Store Atmosphere.....	25
2.6.2. Tujuan dan Faktor-Faktor Atmosphere	26
2.6.3. Elemen Store Atmosphere.....	28

2.7. Store Image	37
2.7.1. pengertian Image (Citra)	37
2.7.2. pengertian Store Image.....	40
2.8. Motif Orang Berbelanja.....	44
2.9. Perilaku Konsumen.....	46
2.9.1. Definisi Perilaku Konsumen	47
2.9.2. Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	49
2.10.Keputusan Pembelian	56
2.10.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	56
2.10.2. Tahap-Tahap dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	56
2.10.3. Dimensi Keputusan Pembelian	59
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1. Metode Penelitian	61
3.2. Populasi dan Sampel.....	61
3.2.1. Populasi	61
3.2.2. Sampel.....	62
3.3. Jenis Data.....	64
3.4. Variabel Penelitian.....	65
3.5. Teknik Pengumpulan Data	65
3.5.1. Teknik Sampling	68
3.5.2. Operasional Variabel.....	68
3.6. Teknik Pengujian Instrumen Penelitian.....	70
3.6.1. Uji Validitas	70
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	71
3.7. Teknik Pengolahan Data.....	72
3.7.1. Analisis Regresi Linier Berganda	72
3.7.2. Pengujian Secara Parsial (Uji t)	73
3.7.3. Pengujian secara simultan (Uji F)	74
3.7.4. Analisis Koefisien Determinasi.....	74
3.8. Jadwal Penelitian	75
BAB IV HASIL PENELITIAN	76
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	76
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	76

4.1.2. Visi, Misi dan Budaya.....	77
4.1.2.1. Visi.....	77
4.1.2.2. Misi.....	77
4.1.2.3. Budaya.....	77
4.1.3. Moto.....	78
4.1.4. Struktur Organisasi.....	78
4.2. Pengujian Instrumen Penelitian.....	78
4.3. Uji Validitas.....	107
4.4. Uji Reliabilitas.....	110
4.5. Pengolahan Data.....	112
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	112
4.5.2. Uji Parsial Variabel Store Atmosphere (Uji-t).....	114
4.5.3. Uji Parsial Variabel Store Image (uji-t).....	116
4.5.4. Hasil Uji Hipotesis Variabel Store Atmosphere dan Variabel Store Image Terhadap Keputusan Pembelian (Uji F).....	117
4.5.5. Hasil Analisis Korelasi (r).....	119
4.6. Uji Koefisien Determinasi.....	121
4.7. Analisis Hasil Pengelohan Data Penelitan.....	122
4.7.1. Pengaruh Variabel Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Alfamart.....	122
4.7.2. Pengaruh Variabel Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Alfamart.....	122
4.7.3. Pengaruh Variabel Store Atmosphere dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Alfamart.....	123

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	124
5.2. Saran.....	125

DAFTAR PUSTAKA..... 127

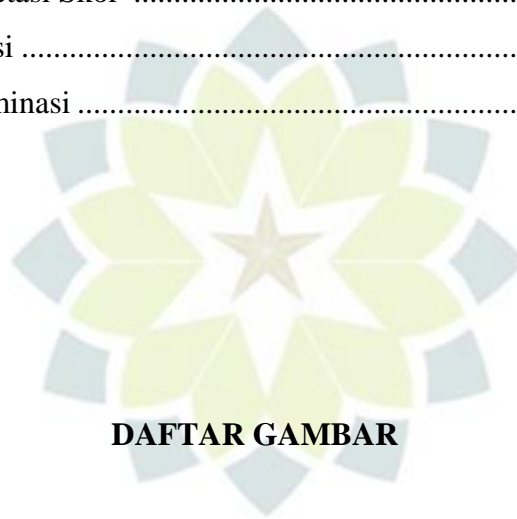
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pelaku Bisnis Ritel di Indonesia	3
Tabel 1.2 Data Pertumbuhan Omzet Ritel di Indonesia	4
Tabel 1.3 Kerangka Teoritis	9
Tabel 1.4 Penilaian Jawaban Responden	67
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	81
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	82
Tabel 4.6 Persentase Skoring Variabel Store Atmosphere (X1).....	83
Tabel 4.7 Persentase Skoring variabel Store Image (X2)	90
Tabel 4.8 Persentase Skoring Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	99
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Store Atmosphere (X1)	107

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Store Image (X2).....	108
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	109
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas Store Atmosphere (X1)	111
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas Store Image (X2).....	111
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	112
Tabel 4.15 Koefisien Regresi Linier Berganda.....	113
Tabel 4.16 Uji t	114
Tabel 4.17 Uji F	118
Tabel 4.18 Kriteria Interpretasi Skor	119
Tabel 4.19 Matriks Korelasi	120
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi	121



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	11
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran.....	23
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	47
Gambar 2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	49
Gambar 2.4 Model Lima Tahap.....	57
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Alfaria Sumber Trijaya	78