

DAFTAR ISI

SEGMENTASI PELANGGAN PASAR TRADISIONAL BERDASARKAN <i>STORE IMAGE</i>	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Kegunaan Penelitian	9
1.6.1 Aspek Teoritis	9
1.6.2 Aspek Praktis.....	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Segmentasi	11
2.1.3 Variabel Segmentasi	12
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.5 <i>Store image</i> (Citra Toko)	14

2.1.6	<i>Store image Segmentation</i>	15
2.1.7	<i>Store image Attributes</i>	16
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.2.1	Jurnal Internasional.....	23
2.2.2	Jurnal Nasional	27
2.2.3	Skripsi	29
2.3	Kerangka Pemikiran	31
BAB III		32
METODE PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Alat Pengumpulan data	33
3.2.1	Karakteristik responden	33
3.2.2	Variabel.....	34
3.3	Skala Pengukuran	38
3.4	Tahapan Penelitian	38
3.5	Populasi dan Sampel.....	39
3.5.1	Populasi.....	39
3.5.2	Sampel dan Teknik Sampling	40
3.6	Pengumpulan Data.....	41
3.6.1	Sumber Data.....	41
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.7.1	Uji Validitas	44
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.8	Teknik Analisis Data	47
3.8.1	Analisis kluster	47
3.8.2	Tahapan analisis data.....	49
BAB IV		52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Karakteristik Responden dengan Tabulasi Silang.....	52
4.1.1	Jenis Kelamin	52
4.1.2	Usia	52
4.1.3	Pendidikan.....	53
4.1.4	Pekerjaan.....	54

4.1.5	Penghasilan	55
4.1.6	Pengeluaran	56
4.1.7	<i>Recency</i>	57
4.1.8	<i>Frequency</i>	58
4.1.9	<i>Monetary</i>	59
4.1.10	Tempat Tinggal	60
4.1.11	Tujuan	61
4.1.12	Jumlah Orang yang Mengonsumsi Hasil Belanja	62
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	63
4.2.1	Uji Kolinearitas Antar Indikator Variabel	63
4.2.2	Analisis Two-step Cluster	65
4.2.3	Uji T Sampel Independen	68
4.2.4	Profil Kluster	71
4.2.4.3	Profil Kluster Pertama	81
4.2.4.4	Profil Kluster Kedua.....	83
4.2.5	Penemuan & Implikasi Manajerial	86
BAB V		88
KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran	90
5.2.1	Saran Bagi Pemerintah.....	90
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		95