

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang	4
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Kegunaan Penelitian	6
1.6. Batasan Masalah.....	7
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Rangkuman Teori	9
2.1.1. Manajemen Pemasaran	9
2.1.2. Konsep Pemasaran	10
2.1.3. Paradox Marketing	11
2.1.4. Bauran Pemasaran	12
2.1.5. Store Atmosphere	14
2.1.6. Minat Pembelian.....	21
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Kerangka Pemikiran.....	27
2.4. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Metode Penelitian.....	29
3.2. Jenis Penelitian.....	29

3.3. Teknik Pengumpulan Data	29
3.4. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	30
3.4.1. Variabel Operasional	30
3.4.2. Skala Pengukuran	34
3.5. Tahapan Penelitian	35
3.6. Populasi dan Sampel	38
3.6.1. Populasi	38
3.6.2. Sampel	38
3.7. Pengumpulan Data	39
3.7.1. Sumber Data	39
3.7.2. Metode Pengumpulan Data	40
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.8.1. Uji Validitas.....	40
3.8.2. Uji Reliabilitas	41
3.9. Analisis Deskriptif.....	42
3.10. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.11. Uji T	45
3.12. Uji F.....	45
3.12. Koefisien Determinasi	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Hasil Penelitian.....	47
4.1.1. Profil Responden	47
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.2.1. Uji Validitas.....	52
4.2.2. Uji Reliabilitas	54
4.3. Uji Analisis Deskriptif.....	55
4.3.1. Analisis Variabel <i>Store Atmosphere</i>	55
4.3.2. Analisis Variabel Minat Pembelian	59
4.3.3. Uji Regresi Linear Sederhana.....	61
4.4. Uji T	62
4.5. Uji F.....	63
4.6. Uji R	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan.....	66

5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN	xiv