

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perkembangan Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi Misi dan Strategi Perusahaan.....	2
1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Aspek Teoritis	9
1.5.2 Aspek Praktis.....	10
1.6 Sistematika Penelitian.....	10
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	11
1.7.2 Waktu Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12

2.1.2 Strategi Pemasaran	13
2.1.3 Bauran Pemasaran	15
2.1.4 Ritel	22
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.7 Minat Beli Ulang	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
2.4 Hipotesis Penelitian	43
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional, dan Skala Pengukuran	46
3.2.1 Variabel Penelitian	46
3.2.2 Skala Pengukuran	48
3.3 Tahapan Penelitian.....	49
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Data Primer.....	52
3.5.2 Data Sekunder.....	52
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.6.1 Uji Validitas.....	53
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.7 Teknik Analisis Data	56
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	56
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	58
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	59
3.7.4 Analisis Regresi Berganda	60
3.7.5 Pengujian Hipotesis	61
3.7.6 Koefisien Determinasi	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Karakteristik Responden.....	63
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	65

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	66
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	67
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	68
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.3.1 Uji Normalitas	86
4.3.2 Uji Multikolinieritas	87
4.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	88
4.4 Analisis Regresi Berganda.....	88
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	89
4.5 Pengujian Hipotesis	91
4.5.1 Uji Parsial (Uji Hipotesis Parsial)	91
4.5.2 Uji F (Uji Hipotesis Simultan)	98
4.6 Koefisien Determinasi	99
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
5. 1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran	110
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	110
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Berikutnya.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	116