

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Tentang Brodo	1
1.1.2 Visi Misi Perusahaan	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Lingkup Usaha Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	21
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Kegunaan Penelitian	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Rangkuman Teori.....	25
2.1.1 Ritel.....	25
2.1.2 Fungsi Ritel.....	25
2.1.3 Bauran Pemasaran Ritel.....	26
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	31
2.1.5 Proses Keputusan Pembelian	32
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	34
2.1.7 Tipe – Tipe Keputusan Pembelian	36
2.1.8 Hubungan Bauran Pemasaran Ritel dengan Keputusan Pembelian...37	
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	53
2.4 Hipotesis Penelitian	54
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	55
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Jenis Penelitian.....	56
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	56
3.2.1 Variabel Operasional.....	56
3.2.2 Skala Pengukuran.....	60

3.3	Tahapan Penelitian	61
3.4	Populasi dan Sampel	62
3.4.1	Populasi	62
3.4.2	Sampel	62
3.5	Teknik Pengumpulan Data	64
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.6.1	Uji Validitas	65
3.7	Teknik Analisis Data	66
3.7.1	Analisis Deskriptif	66
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	68
3.8	Uji Hipotesis	69
3.8.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	69
3.8.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Hasil	73
4.1.1	Karakteristik Responden	73
4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel	77
4.1.3	Hasil Pengujian Hipotesis	93
4.2	Pembahasan	103
4.2.1	<i>Location</i> (Lokasi) di Brodo <i>Store</i> Bandung	103
4.2.2	<i>Merchandise Assortments</i> (Keragaman Produk) di Brodo <i>Store</i> Bandung	103
4.2.3	<i>Pricing</i> (Harga) di Brodo <i>Store</i> Bandung	104
4.2.4	<i>Communication Mix</i> (Bauran Komunikasi) di Brodo <i>Store</i> Bandung	105
4.2.5	<i>Store Design and Display</i> (Desain dan Penataan Toko) di Brodo <i>Store</i> Bandung	106
4.2.6	<i>Customer Service</i> (Layanan Pelanggan) di Brodo <i>Store</i> Bandung ..	107
4.2.7	Keputusan Pembelian di Brodo <i>Store</i> Bandung	107
4.2.8	Pengaruh <i>Location</i> , <i>Merchandise Assortments</i> , <i>Pricing</i> , <i>Communication Mix</i> , <i>Store Design and Display</i> , dan <i>Customer Service</i> terhadap Keputusan Pembelian di Brodo <i>Store</i> Bandung ...	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		116