

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	2
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Produk dan Layanan Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Kegunaan Penelitian.....	20
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	20
1.5.2 Kegunaan Praktis	20
1.6 Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	22
2.1 Pemasaran	22
2.1.1 Pengertian Ritel.....	23
2.1.2 Klarifikasi <i>Retailing</i>	24
2.1.3 <i>Retailing Mix</i>	27
2.2 <i>Store Atmosphere</i>	29
2.2.1 Dimensi <i>Store atmosphere</i>	29
2.3 <i>Product Assortment</i>	40
2.3.1 Dimensi <i>Product Assortment</i>	40

2.4 <i>Price</i>	41
2.4.1 Dimensi <i>Price</i>	41
2.5 Minat Beli Konsumen	43
2.5.1 Dimensi Minat Beli Konsumen.....	44
2.6 Hubungan antara <i>Variabel Store Atmosphere, Product Assortment</i> dan <i>Price</i> Terhadap Minat Beli	44
2.6.1 Hubungan antara <i>Variabel Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli	45
2.6.2 Hubungan antara <i>Variabel Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli	46
2.6.3 Hubungan antara <i>Variabel Price</i> terhadap Minat Beli	46
2.7 Penelitian Terdahulu	48
2.8 Kerangka Pemikiran.....	59
2.9 Hipotesis Penelitian.....	62
2.10 Ruang Lingkup Penelitian.....	62
BAB III METODE PENELITIAN	63
3.1 Jenis Penelitian.....	63
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	63
3.2.1 Variabel Operasional.....	63
3.2.2 Skala Pengukuran.....	67
3.3 Tahapan Penelitian	68
3.4 Populasi dan Sampel	69
3.4.1 Populasi.....	69
3.4.2 Sampel.....	69
3.5 Teknik Pengambilan Data	70
3.5.1 Data Primer	70
3.5.2 Data Sekunder	70
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	70
3.6.1 Uji Validitas	70
3.6.2 Uji Reliabilitas	74
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	77
3.7.1 Uji Normalitas.....	77
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	77
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	77
3.8 Teknik Analisis Data.....	77
3.8.1 Analisis Deskriptif	77

3.8.2 <i>Methods Successive Internal (MSI)</i>	79
3.8.3 Analisis Regresi Berganda	80
3.8.4 Uji Hipotesis	80
3.8.5 Koefisien Determinasi.....	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	83
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	83
4.2 Hasil Penelitian	87
4.2.1 Analisis Deskriptif	87
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Store Atmosphere	87
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Product Assortment.....	102
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Price.....	105
4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli.....	107
4.2.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden	109
4.3 Metode Of Succesive Interval.....	110
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	110
4.4.1 Uji Normalitas	110
4.4.2 Uji Multikolinearitas	112
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	113
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	114
4.6 Uji Hipotesis	115
4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	115
4.6.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	118
4.7 Koefisien Determinasi.....	119
4.8 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran.....	124
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	125
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	127
DAFTAR PUSTAKA	128
DAFTAR LAMPIRAN	134