

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	3
1.1.3 Produk Perusahaan	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian	16
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	16
1.7 Sistematika Penelitian.....	16
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Pemasaran	18
2.1.1 Ritel	18
2.2 Pengertian Visual Merchandising	19
2.2.1 Peran Visual Merchandising.....	20
2.3 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	21
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian.....	23
2.4 Hubungan Antar Variabel	23
2.4.1 Hubungan Visual Merchandising terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	23
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Kerangka Pemikiran.....	33
2.7 Hipotesis Penelitian	35
2.8 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	36
3.2.1 Variabel Penelitian	36
3.2.2 Variabel Operasional	36

3.2.3	Skala Pengukuran	39
3.3	Tahapan Penelitian.....	40
3.4	Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Sampel	41
3.5	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1	Sumber Data	42
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	43
3.6	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	43
3.6.1	Uji Validitas.....	43
3.6.2	Uji Realibilitas.....	46
3.7	Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	47
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	48
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.7.4	Koefisien Determinasi	50
3.8	Pengujian Hipotesis	51
3.8.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f)	51
3.8.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	52
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	54
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	57
4.2	Analisis Deskriptif	58
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Visual Merchandising Produk Fashion Zara...58	
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Produk Fashion Zara ...67	
4.3	Hasil Penelitian	71
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	71
4.3.2	Uji F.....	73
4.3.3	Uji T.....	74
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda	79
4.3.5	Koefisien Determinasi	80
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	80

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	84
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	84
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89