

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN PROGRAM SARJANA

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	8
1.4.2 Kegunaan Operasional	8
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN

HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka	10
----------------------------	----

2.1.1	Pengertian Pemasaran	10
2.1.2	Manajemen Pemasaran	11
2.1.3	Bauran Pemasaran	12
2.1.4	Pengertian Usaha Eceran (<i>Retailing</i>)	14
2.1.5	Pengertian Pengecer	15
2.1.6	Jenis-Jenis Usaha Penjualan Eceran.....	15
2.1.7	Bauran Eceran (<i>Retail Mix</i>)	18
2.2	<i>Store Atmosphere</i>	27
2.2.1	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	27
2.2.2	Elemen-Elemen <i>Store Atmosphere</i>	29
2.3	Produk	30
2.3.1	Pengertian Produk	30
2.3.2	Klasifikasi Produk.....	31
2.3.3	Atribut Produk.....	32
2.3.4	Karakteristik Produk	33
2.4	Perilaku Konsumen	35
2.4.1	Pengertian Perilaku Konsumen	35
2.4.2	Model Perilaku Konsumen.....	36
2.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	37
2.5	Keputusan Pembelian	38
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	38
2.5.2	Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	39

2.6	Penelitian Terdahulu	42
2.7	Kerangka Penelitian	43
2.8	Paradigma Penelitian	52
2.9	Hipotesis	52

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	53
3.1.1	Gambaran dan Sejarah Perusahaan	53
3.1.2	Logo Bonewipe SkateShop	54
3.2	Metode Penelitian	54
3.2.1	Metode Yang Digunakan	54
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	56
3.2.3	Populasi dan Teknis Penarikan Sampel	59
3.2.3.1	Populasi	59
3.2.3.2	Ukuran Sampel	59
3.2.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	61
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data	62
3.2.5	Analisis Data	63
3.2.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	63
3.2.5.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	68
3.2.5.3	Uji Normalitas Data	69
3.2.5.4	Hipotesis Penelitian	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	72
4.1.1	Hasil Uji Validitas	72
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	74
4.2	Karakteristik	76
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Yang Mengetahui Bonewipe SkateShop	76
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Yang Pernah Membeli dan Belum Pernah Membeli	77
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Yang Mengunjungi Bonewipe SkateShop Setiap Bulannya	78
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> (X1)	79
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Produk(X2)	89
4.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian(Y)	93
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	98
4.3.1	Uji Normalitas	98
4.3.2	Pengujian Hipotesis	99
4.3.3	<i>Store Atmosphere</i> (X1) dan Atribut Produk (X2) secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y)	101
4.3.4	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	104

4.3.5 Pengaruh Atribut Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	105
4.3.6 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung <i>Store Atmosphere</i> (X1) dan Atribut Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	109

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112

DAFTAR PUSTAKA	115
-----------------------------	-----

LAMPIRAN



