

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT .....	ii
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR YURIDIS .....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	x
ABSTRAK .....	xi
RINGKASAN PENELITIAN .....	xii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR .....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.2.1. Pernyataan Masalah.....	6
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kontribusi Penelitian.....	8
1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Retail Mix.....	11
2.1.2. Keputusan Pembelian .....	17
2.2. Kajian Empiris.....	21
2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian .....	31
2.3.1. Hubungan Variabel dan Hipotesis .....	32
2.3.1.1. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.3.1.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.1.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.1.4. Pengaruh Store atmosfer Terhadap Keputusan Pembelian .....	34
2.3.1.5. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Bentuk Penelitian.....	36
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
3.3. Data Penelitian.....	37
3.3.1. Data Primer .....	37
3.3.2. Data Skunder.....	37

3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4.1. Kuesioner .....	37
3.4.2. Studi Kepustakaan .....	38
3.5. Populasi dan Sampel.....	38
3.5.1. Populasi.....	38
3.5.2. Sampel .....	38
3.6. Variabel Penelitian dan Operasional .....	39
3.6.1. Variabel Penelitian.....	39
3.6.2. Operasional Penelitian .....	40
3.6.3. Pengukuran Variabel Penelitian.....	41
3.7. Metode Analisis Data .....	42
3.7.1. Uji Instrumen Penelitian .....	42
3.7.1.1. Uji Validitas .....	42
3.7.1.2. Uji Reabilitas.....	42
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.2.1. Uji Normalitas.....	43
3.7.2.2. Uji Linieritas .....	43
3.7.2.3. Uji Multikolinieritas.....	43
3.7.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	44
3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda .....	44
3.7.4. Penguji Hipotesis .....	45
3.7.4.1. Uji Kelayakan Model (Goodness of fit).....	45
3.7.4.2. Uji Parsial (Uji t).....	45
3.8.4.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	47
4.1.1. Karakteristik Responden.....	47
4.1.1.1. Jenis Kelamin .....	47
4.1.1.2. Usia .....	48
4.1.1.3. Pendidikan Terakhir .....	48
4.1.1.4. Pekerjaan.....	49
4.1.1.5. Pengeluaran Perbulan.....	49
4.1.2. Perilaku Konsumen.....	50
4.1.2.1. Produk .....	50

4.1.2.2. Merek .....	50
4.1.2.3. Tingkat Kunjungan Perbulan .....	51
4.1.2.4. Total Belanja Setiap Kali Kunjungan .....	52
4.1.2.5. Jarak Rumah ke Alma Toserba .....	53
4.1.2.6. Waktu Belanja.....	53
4.1.2.7. Faktor-faktor Pendorong .....	54
4.1.2.8. Berkelompok atau Sendirian .....	55
5.1.3. Metode Analisis .....	55
5.1.3.1. Uji Instrument Penelitian .....	55
5.1.3.1.1. Uji Validitas.....	55
4.1.3.1.2. Uji Reabilitas .....	59
4.1.3.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	60
4.1.3.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Produk .....	60
4.1.3.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	62
4.1.3.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.....	63
4.1.3.2.4. Tanggapan Responden Terhadap <i>Store atmosfer</i> .....	64
4.1.3.2.5. Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan .....	65
4.1.3.2.6. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian .....	66
4.1.3.3. Uji Asumsi Klasik .....	67
4.1.3.3.1. Uji Normalitas .....	67
4.1.3.3.2. Uji Linieritas.....	68
4.1.3.3.3. Uji Multikolonieritas .....	68
4.1.3.3.4. Uji Heterokedastisitas.....	69
4.1.3.4. Uji Regresi Linier Berganda .....	70
4.1.3.5. Uji Hipotesis.....	72
4.1.3.5.1. Uji Kelayakan Model ( <i>Uji Goodness of fit</i> ) .....	72
4.1.3.5.2. Uji t Hitung.....	73
4.1.3.5.3. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	75
4.2. Pembahasan .....	75
4.2.1. Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alma Toserba di Kota Pontianak .....	75
5.2.2. Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alma Toserba di Kota Pontianak .....	76
5.2.3. Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alma Toserba di Kota Pontianak .....	77

5.2.4. <i>Store atmosfer</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alma Toserba di Kota Pontianak .....	78
5.2.5. Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alma Toserba di Kota Pontianak .....	79
BAB V PENUTUP.....	81
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Rekomendasi .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	84
LAMPIRAN .....	87