

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Kegunaan Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori dan Kajian Empiris	11
2.1.1. Pemasaran	11
2.1.2. Pemasaran Jasa	11
2.1.3. Retailing/Pengecer	12
2.1.4. Suasana Toko (Store Atmosphere)	14
2.1.4.1. Eksterior	17
2.1.4.2. General Interior	19
2.1.4.3. Store Layout	21
2.1.4.4. Interior Display	24
2.1.5. Keputusan Pembelian	25
2.1.6. Kepuasan Pelanggan	28

2.1.7. Hubungan store atmosphere terhadap keputusan pembelian	29
2.1.8. Hubungan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan	30
2.1.9. Hubungan keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan	31
2.2. Penelitian Terdahulu	32
2.3. Kerangka Konseptual Model Penelitian	35
2.4. Hipotesis	36
BAB 3 METODE PENELITIAN	37
3.1. Objek Penelitian	37
3.2. Jenis Penelitian	37
3.3. Sumber Data	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data	38
3.5. Populasi dan Sampel	39
3.6. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.7. Teknik Analisa Data	45
3.7.1. Uji Validitas	45
3.7.2. Uji Reliabilitas	45
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	46
3.7.3.1. Uji Normalitas	46
3.7.3.2. Uji Linearitas	46
3.7.3.3. Uji Multikolinearitas	46
3.7.3.4. Uji Heterokedastisitas	47
3.7.4. Analisis Jalur (Path)	47

3.7.5. Uji Hipotesis	49
3.7.5.1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	49
3.7.5.2. Koefisien Determinasi (R ²)	50
3.7.5.3. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	50
3.7.6. Analisis Jalur Model Trimming	51
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Hasil Penelitian	52
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.2. Karakteristik Responden	53
4.1.2.1. Jenis Kelamin	53
4.1.2.2. Usia Responden	53
4.1.2.3. Tingkat Pendidikan	54
4.1.2.4. Pekerjaan Responden	55
4.1.2.5. Pendapatan Perbulan	55
4.1.2.6. Uang Saku Perbulan	56
4.1.2.7. Jumlah Kunjungan	57
4.1.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.1.3.1. Uji Validitas	57
4.1.3.2. Uji Reliabilitas	59
4.1.4. Tanggapan Responden Terhadap	
Variabel Penelitian	60
4.1.4.1. Tanggapan Responden Terhadap	
Variabel Store Eksterior	61
4.1.4.2. Tanggapan Responden Terhadap	
Variabel General Interior	62

4.1.4.3. Tanggapan Responden Terhadap	
Variabel Store Layout	63
4.1.4.4. Tanggapan Responden Terhadap	
Variabel Interior Display	64
4.1.4.5. Tanggapan Responden Terhadap	
Variabel Keputusan Pembelian	65
4.1.4.6. Tanggapan Responden Terhadap	
Variabel Kepuasan Pelanggan	66
4.1.5. Uji Asumsi Klasik	68
4.1.5.1. Uji Normalitas	68
4.1.5.2. Uji Linearitas	70
4.1.5.3. Uji Multikolinieritas	71
4.1.5.4. Uji Heteroskedastisitas	73
4.1.6. Uji Hipotesis	75
4.1.6.1. Pengujian Hipotesis Dengan Menggunakan	
Analisis Path	75
4.1.6.2. Uji Signifikan Simultan (Uji f)	79
4.1.6.3. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	81
4.1.6.4. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	83
4.1.7. Penerapan Model Trimming	87
4.1.8. Perhitungan Pengaruh	89
4.1.8.1. Pengaruh Langsung	89
4.1.8.2. Pengaruh Tidak Langsung	89
4.1.8.3. Pengaruh Total	90

4.2. Pembahasan	92
4.2.1. Pengaruh Store Eksterior Terhadap Keputusan Pembelian di Aryo & Dhipo Mart	92
4.2.2. Pengaruh General Interior Terhadap Keputusan Pembelian di Aryo & Dhipo Mart	93
4.2.3. Pengaruh Store Layout Terhadap Keputusan Pembelian di Aryo & Dhipo Mart	94
4.2.4. Pengaruh Interior Display Terhadap Keputusan Pembelian di Aryo & Dhipo Mart	95
4.2.5. Pengaruh Store Eksterior Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aryo & Dhipo Mart	96
4.2.6. Pengaruh General Interior Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aryo & Dhipo Mart	97
4.2.7. Pengaruh Store Layout Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aryo & Dhipo Mart	98
4.2.8. Pengaruh Interior Display Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aryo & Dhipo Mart	99
4.2.9. Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aryo & Dhipo Mart	101
4.3. Pengaruh Tidak Langsung	102
BAB 5 PENUTUP	104
5.1. Kesimpulan	104
5.2. Saran	105

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN