DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Motto ….……...iii

ABSTRAK ……iv

ABSTRACT ….……v

KATA PENGANTAR ..……...……vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR.....xiii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian ...……....……..…1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah ……...….....5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 6

1.4 KegunaanPenelitian 6

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Retail (Eceran) 9

2.1.2 Pengertian Retail Mix 9

2.1.3 Unsur-unsur Retailing Mix 10

2.1.4 Keputusan Pembelian Konsumen ….....16

2.1.5 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen 18

2.1.6 Peranan Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen 21

2.1.7 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen ……..……..…….....23

2.1.8 Pengaruh Bauran Eceran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 25

2.2 Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis

2.2.1 Kerangka Pemikiran 25

2.2.2 Hipotesis …...…….....28

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 30

3.2 Metode Penelitian 30

3.3 Desain Penelitian 31

3.3.1 Operasionalisasi Variabel 32

3.3.2 Metode Penarikan Sampel 34

3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data 35

3.4.1 Jenis Data 35

3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....36

3.5 Metode Analisis Dan Perancangan Hipotesis

3.5.1 Metode Analisis 37

3.5.2 Perancangan Hipotesis 48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 50

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden 51

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Bauran Eceran 55

4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 65

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana 74

4.2.4.2 Analisis Koefisien Korelasi Product Moment Method (Pearson) …….....78

4.2.4.3 Analisis Koefisien Determinasi 80

4.2.4.4 Pengujian Hipotesis 81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 85

5.2 Saran 86

DAFTAR PUSTAKA …….....87

LAMPIRAN – LAMPIRAN..……..…89

DAFTAR RIWAYAT HIDUP ……..…114