DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**
ABSTRAK ..... **iii**
ABSTRACT ..... ***iv***
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9
1.2.1 Identifikasi Masalah 9
1.2.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 10
1.3.1 Maksud Penelitian 10
1.3.2 Tujuan Penelitian 11
1.4 Kegunaan Penelitian 11
1.4.1 Kegunaan Praktis 12
1.4.2 Kegunaan Akademis 12
1.4.3 LokasidanWaktu Penelitian 13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1 Kajian Pustaka 14
2.1.1 Bisnis Ritel 14
2.1.1.1 Pengertian Perdagangan Eceran 14
2.1.1.2 Tipe-tipe Ritel 15
2.1.1.3 Bauran Ritel 17

2.1.2 Perilaku Konsumen 18
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen 18
2.1.2.2 Motivasi Konsumen 20
2.1.2.3 Perspektif Dalam Perilaku Konsumen 23
2.1.3 Suasana Toko 22
2.1.3.1 Penciptaan Suasana 28
2.1.4 Hedonic Shopping Motivation 32
2.1.4.1 Pengertian *Hedonic Shopping Motivation* 32
2.1.5 Keputusan Pembelian 34
2.1.5.1 Faktor Utama Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 36
2.1.5.2 Tahap - tahap Proses Pembelian 37
2.1.6.KeterkaitanantarVariabel Penelitian 41
2.1.6.1 Pengaruh *Store atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian 41
2.1.6.2 Pengaruh Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan Terhadap Keputusan Pembelian 42
2.1.6.3 Pengaruh *Store Atmosphere* dan Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian 42
2.1.7 Penelitian Terdahulu 43
2.2 Kerangka Pemikiran 43
2.2.2 Penelitian Terdahulu 44
2.3 Hipotesis 52

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 53
3.2 Metode Penelitian 54
3.2.1 Desain Penelitian 55
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 59

3.2.3 Sumberdan Teknik Penentuan Data 62
3.2.3.1 Sumber Data 62
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 63
3.2.3.2.1 Populasi..... 63
3.2.3.2.2 Sampel 63
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 64
3.2.4.1Uji Validitas 66
3.2.4.2 Uji Realiabilitas 70
3.2.4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 72
3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 74
3.2.5.1.Rancangan Analisis..... 74
3.2.5.1.1 Analisis Deskriftif/ Kualitatif 74
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif/ Kuantitatif 76
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 81

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... 86
4.1.1 Sejarah Perusahaan..... 86
4.1.2 Stuktur Organisasi Perusahaan 87
4.1.3 Uraian Tugas *(Job Description)*..... 88
4.1.3 Aktivitas Perusahaan 90
4.2 Karaktersitik Responden..... 91
4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 91
4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia 92
4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan..... 93
4.2.4 Distribusi Responden Berdasrakan Pekerjaan 94

4.2.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan 95
4.2.6 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan..... 96
4.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden..... 97
4.3.1 Analisis Deskriptif *Store Atmosphere* 97
4.3.2 Analisis Deskriptif Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan..... 106
4.3.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian..... 115
4.4 Analisis Verifikatif..... 124
4.4.1 Hasil Estimasi Model Regresi..... 124
4.4.2 Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen..... 129
4.4.2.1 Pengaruh Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen
4.4.2.2 Pengaruh *Store Atmosphere* dan Motivasi Belanja Berdasarkan Kesenangan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 133

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 138
5.2 Saran..... 139

DAFTAR PUSTAKA..... 140

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP