

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Depan</b>	
<b>Halaman Sampul Dalam.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan Pembimbing.....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Motto .....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiv</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xviii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xix</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xx</b>

### **BAB I: PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Ruang lingkup dan Keterbatasan Masalah .....	14
G. Penegasan Istilah .....	15
H. Sistematika Pembahasan .....	17

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

A. Manajemen Pemasaran.....	20
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
2. Strategi Pemasaran .....	21
3. Ritel.....	23
B. <i>Store Atmosphere</i> .....	23

1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	23
2. Penciptaan <i>Store Atmosphere</i> .....	25
3. Tujuan <i>Store Atmosphere</i> .....	26
C. Keragaman Produk .....	27
1. Pengertian Keragaman Produk.....	27
2. Klasifikasi Produk.....	28
3. Klasifikasi Keragaman Produk Berdasarkan Jenisnya.....	30
D. Harga .....	31
1. Pengertian Harga.....	31
2. Tujuan Penetapan Harga .....	32
3. Pertimbangan dalam Penentuan Harga .....	34
4. Indikator Harga .....	35
E. Keputusan Pembelian Konsumen.....	36
1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .....	36
2. Tipe-tipe Keputusan Pembelian .....	38
3. Proses Keputusan Pembelian .....	39
F. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Doremi.....	44
G. Hubungan Keragaman Produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Doremi.....	45
H. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Doremi.....	47
I. <i>Store Atmosphere</i> , Keragaman Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian Konsumen dalam Islam.....	49
J. Hasil Penelitian Terdahulu .....	53
K. Kerangka Konseptual .....	55
L. Mapping Variabel Teori dan Indikator Penelitian.....	57
M. Hipotesis Penelitian.....	60

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
1. Pendekatan Penelitian .....	62
2. Jenis Penelitian.....	62
B. Populasi, Sampling dan Sampel .....	63
1. Populasi.....	63
2. Sampling dan Sampel.....	63
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	65
1. Sumber Data.....	65
2. Variabel.....	65
3. Skala Pengukuran.....	66
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	66
1. Teknik Pengumpulan Data.....	66
2. Instrumen Penelitian.....	67
E. Teknik Analisis Data.....	68
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	68
2. Uji Asumsi Klasik.....	69
3. Uji Regresi Linier Berganda .....	72
4. Uji Hipotesis .....	73
5. Koefisien Determinasi.....	74
F. Definisi Konsep dan Operasional.....	75
1. Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	75
2. Variabel Keragaman Produk.....	76
3. Variabel Harga .....	77
4. Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	79

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	81
1. Profil Minimarket.....	81
2. Stuktur Organisasi.....	81

B. Deskripsi Data .....	85
1. Jenis Kelamin Responden .....	85
2. Usia Responden.....	86
3. Pekerjaan Responden .....	86
4. Intensitas Pembelian Responden.....	87
C. Analisis Data .....	88
1. Deskripsi Variabel.....	88
a. Deskripsi Responden Variabel <i>Store Atmosphere</i> ( $X_1$ ) .....	88
b. Rangkuman Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	96
c. Deskripsi Responden Variabel Keragaman Produk ( $X_2$ ).....	97
d. Rangkuman Deskripsi Variabel Keragaman Produk .....	105
e. Deskripsi Responden Variabel Harga ( $X_3$ ) .....	106
f. Rangkuman Deskripsi Variabel Harga.....	114
g. Deskripsi Responden Variabel Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Doremi (Y) .....	115
h. Rangkuman Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Doremi.....	125
2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	126
a. Uji Validitas .....	126
b. Uji Reliabilitas .....	159
3. Uji Asumsi Klasik.....	160
a. Uji Normalitas Residual dengan Kolmogorov-Smirnov.....	160
b. Uji Multikolinearitas .....	162
c. Uji Autokorelasi .....	163
d. Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser .....	165
4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	166
5. Uji Hipotesis .....	169
a. Uji T .....	169
b. Uji F .....	173
6. Koefisien Determinasi.....	174

## **BAB V: PEMBAHASAN**

- A. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Doremi.....176
- B. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Doremi.....179
- C. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Doremi.....181
- D. Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Doremi .....183

## **BAB VI: PENUTUP**

- A. Kesimpulan.....185
- B. Saran.....186

## **DAFTAR RUJUKAN**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**