

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Lembar Persetujuan.....	iii
Lembar Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian	v
Pernyataan Kesiapan Publikasi Karya Ilmiah	vi
Motto	vii
Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
Abstract	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian	11
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian	14
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	15
G. Penegasan Variabel	15

H. Sistematika Penulisan	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Perilaku Konsumen	20
B. Keputusan Pembelian.....	27
C. <i>Visual Merchandising</i>	31
D. Suasana Toko	36
E. Kelengkapan Produk	40
F. Hubungan Antar Variabel.....	43
G. Penelitian Terdahulu	47
H. Kerangka Konseptual.....	55
I. Hipotesis Penelitian	56
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	59
B. Lokasi Penelitian.....	60
C. Variabel dan Pengukuran	61
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	62
E. Instrumen Penelitian	65
F. Teknik Pengumpulan Data	69
G. Analisis Data.....	69
H. Tahapan Penelitian	79
BAB IV HASIL PENELITIAN	81
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	81
B. Deskripsi Data.....	83
C. Analisis Data.....	101
BAB V PEMBAHASAN	111

A. Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> , Suasana Toko, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk	111
B. Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk.....	114
C. Pengaruh Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk.....	116
D. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk.....	120
BAB VI KESIMPULAN	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN.....	131