

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	iii
<b>ABSTRAK.....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI.....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xviii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Kontribusi Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Definisi Pemasaran.....	12
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
3. Pemasaran Ritel.....	14
a. Definisi Ritel.....	14
b. Pengertian Pemasaran Ritel.....	16
c. Bauran Pemasaran Ritel.....	17
4. Pelayanan Ritel.....	20
a. Pengertian Layanan Ritel.....	20
b. Kualitas Layanan Ritel.....	21

5. Persediaan Barang.....	25
a. Pengertian Persediaan Barang.....	25
b. Pengaturan dalam Perencanaan Barang Dagangan.....	27
c. Barang Dagangan.....	31
6. Lokasi.....	32
a. Pengertian Lokasi.....	32
b. Faktor Pertimbangan Pemilihan Lokasi Toko.....	37
7. Perilaku Konsumen.....	39
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	39
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	41
8. Keputusan Pembelian.....	45
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	45
b. Proses Pengambilan Keputusan.....	46
B. Pengembangan Hipotesis.....	47
1. Penelitian Terdahulu.....	47
2. Hubungan Antar Variabel.....	56
a. Hubungan antara Persediaan Barang dengan Keputusan Pembelian.....	56
b. Hubungan antara Pelayanan Ritel dengan Keputusan Pembelian..	57
c. Hubungan antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian.....	57
3. Rerangka Konseptual.....	58
4. Hipotesis.....	59
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>61</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	61
B. Desain Penelitian.....	61
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	62
1. Definisi Variabel.....	62
2. Definisi Operasionalisasi Variabel.....	64
D. Skala Pengukuran Variabel.....	67
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	68
1. Populasi Penelitian.....	68

2. Sampel Penelitian.....	68
F. Metode Pengumpulan Data.....	69
G. Jenis Data Penelitian.....	70
H. Metode Analisis Data.....	70
1. SEM ( <i>Structural Equation Modelling</i> ).....	70
2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
3. Pengujian Hipotesis.....	77
<b>BAB IV HASIL DAN PENGEMBANGAN.....</b>	<b>79</b>
A. Analisis Deskriptif.....	79
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	79
2. Deskripsi Responden.....	81
3. Deskripsi Variabel.....	85
B. Uji Instrumen.....	95
1. Uji Validitas.....	95
2. Uji Reliabilitas.....	102
C. Analisis <i>Linear Structural Relationship</i> .....	108
1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	108
2. Uji Kecocokan Model Struktural.....	109
3. Pengujian Hipotesis.....	111
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	113
1. Pengaruh Persediaan Barang Terhadap Keputusan Pembelian.....	113
2. Pengaruh Pelayanan Ritel Terhadap Keputusan Pembelian .....	114
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	115
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>124</b>
A. Simpulan .....	124
B. Saran .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>131</b>