

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
1 Tujuan Penelitian	9
2 Kontribusi Penelitian	10
a. Kontribusi Praktik	10
b. Kontribusi Akademik	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
a. Pengertian Manajemen	11
b. Pengertian Pemasaran	12
c. Pengertian Ritel	13
d. Tipe – Tipe Ritel	14
2. Islamic Branding	15
a. Landasan <i>Islamic Branding</i>	23
3. Store Atmosphere	23
a. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	23
b. Tujuan <i>Store Atmosphere</i>	24
c. Elemen – Elemen <i>Store Atmosphere</i>	25
4. Keragaman Produk	31
5. Keputusan Pembelian	34
B. Hubungan Antara Variabel Penelitian	38
C. Penelitian Terdahulu	40
D. Rerangka Konseptual	43
E. Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Waktu dan Tempat Penelitian	45
B. Desain Penelitian	45
C. Definisi dan Operasional Variabel	46
1. Definisi Variabel	46
2. Definisi Operasional Variabel	48
D. Pengukur Variabel	49
E. Populasi dan Sample Penelitian	49
1. Populasi	49
2. Sample	50
F. Teknik Pengumpulan Data	51
G. Metode Analisis	51
1. SEM (Structural Equation Medelling)	57
2. Uji Validitas	57
3. Uji Reliabilitas	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum	60
B. Karakteristik Responden	60
C. Analisis Deskriptif Variabel	65
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	69
a. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Islamic Branding</i>	70
b. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Store Atmosphere</i>	72
c. Uji Validitas dan Reliabilitas Keragaman Produk	75
d. Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian	77
e. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	80
f. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji-T)	82
E. Pengujian Hipotesis	83
F. Analisis Hasil Penelitian	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	87
A. Simpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95