

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kontribusi Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	7
1. Manajemen Pemasaran	7
2. Bauran Pemasaran	7
3. Perilaku Pelanggan	8
a. Pengertian Perilaku Pelanggan	8
b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pelanggan	8
4. Ritel	11
a. Pengertian Ritel	11
b. Fungsi – Fungsi Retailing	12
5. Lokasi	13
a. Pengertian Lokasi	13
b. Aktifitas Lokasi	14
c. Indikator Lokasi	14
6. Harga	15
a. Pengertian Harga	15
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga	15
c. Strategi Penetapan Harga	17
d. Indikator Harga	18
7. Kelengkapan Produk	19
a. Pengertian Kelengkapan Produk	19
b. Indikator Kelengkapan Produk	19
8. Promosi	20
a. Pengertian Promosi	20

b.	Sarana Promosi	20
c.	Tujuan Promosi	21
d.	Bauran Promosi	21
e.	Indikator Promosi	22
9.	Keputusan Pembelian	22
a.	Pengertian Keputusan Pembelian	22
b.	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ...	22
c.	Proses Pengambilan Keputusan	24
d.	Indikator Keputusan Pembelian	27
10.	Penelitian Terdahulu	28
B.	Pengembangan Hipotesis.....	32
1.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	32
3.	Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
4.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	33
 BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	35
B.	Desain Penelitian	35
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	36
1.	Definisi Variabel	36
2.	Operasional Variabel	37
D.	Pengukuran Variabel.....	38
E.	Populasi dan sampel penelitian	38
1.	Populasi Penelitian	38
2.	Sampel Penelitian	39
3.	Teknik Pengumpulan Sampling	39
F.	Teknik Pengumpulan Data	40
G.	Metode Analisis Data.....	40
1.	<i>Partial Least Squares</i> (PLS)	40
2.	Metode PLS	42
3.	Keunggulan dan Kelemahan <i>Partial Least Squares</i> (PLS) ...	43
4.	Asumsi Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
5.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	45
6.	CFA dan EFA	47
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
1.	Sejarah Perusahaan	49
2.	Visi dan Misi	52
3.	Karakteristik Profil Responden	53
a.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
b.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	53
c.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
B.	Statistik Deskriptif	55

C.	Hasil Kualitas Data.....	58
1.	Evaluasi Model (<i>Outer Model</i>).....	58
a.	Pengujian Validitas I	59
b.	Pengujian Validitas II	61
c.	Pengujian <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) II	63
d.	Pengujian Validitas Diskriminan II	63
e.	Pengujian Reliabilitas II	64
2.	Evaluasi Model <i>Structural</i> (<i>Inner Model</i>).....	66
a.	R Square (R^2)	66
b.	Nilai Relevansi Prediktif (Q^2)	66
c.	Pengujian Hipotesis	67
D.	Pembahasan	69
1.	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	69
2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	70
3.	Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	71
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
A.	Simpulan	73
B.	Saran	74
	DAFTAR PUSTAKA	76
	LAMPIRAN	79