

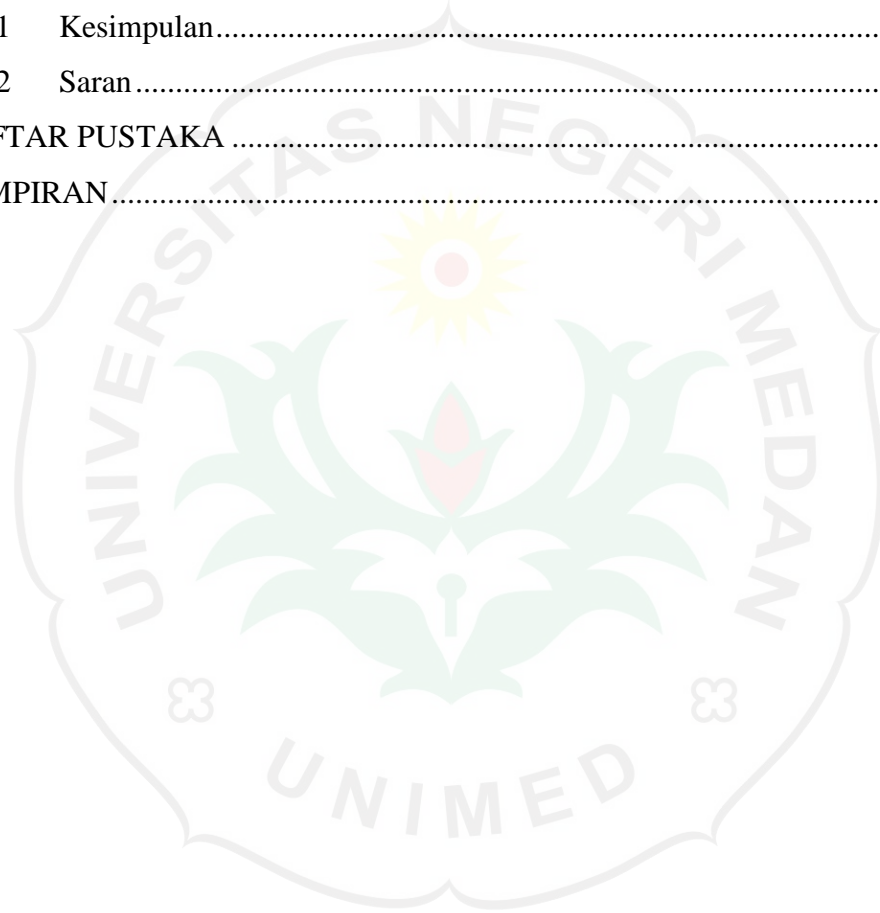
## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Pembatasan Masalah .....	10
1.4 Rumusan Masalah .....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	10
1.6 Manfaat Penelitian .....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	12
2.1 Kerangka Teoritis .....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	12
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	12
2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan .....	13
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	15
2.1.2 <i>Store Atmosphere</i> .....	17
2.1.2.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	17
2.1.2.2 Tujuan <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko) .....	18
2.1.2.3 Faktor yang berpengaruh dalam menciptakan <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko) .....	18
2.1.2.4 Elemen <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko) .....	20

2.1.3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	23
2.1.3.1	Pengertian <i>Responsiveness</i> .....	25
2.1.3.2	Indikator <i>Responsiveness</i> .....	25
2.2	Penelitian yang Relevan .....	26
2.3	Kerangka Berpikir .....	27
2.4	Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>30</b>
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.2	Populasi dan Sampel .....	30
3.2.1	Populasi.....	30
3.2.2	Sampel.....	30
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	32
3.3.1	Variabel Penelitian.....	32
3.3.2	Definisi Operasional.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	36
3.5.1	Uji Validitas .....	36
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	37
3.6	Teknik Analisis Data .....	38
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.1.1	Uji Normalitas .....	38
3.6.1.2	Uji Multikolinearitas .....	39
3.6.1.3	Uji Heterokedastisitas.....	39
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.6.2.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	40
3.6.2.2	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	40
3.6.3	Uji Hipotesis .....	41
3.6.3.1	Uji Parsial (Uji - t).....	41
3.6.3.2	Uji Simultan (Uji - f) .....	42

BAB IV .....	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	43
4.1    Deskripsi Lokasi Penulisan .....	43
4.1.1    Gambaran Umum Lokasi Penulisan.....	43
4.1.2    Visi dan Misi Perusahaan.....	44
4.1.3    Struktur Organisasi .....	45
4.2    Hasil Penelitian.....	45
4.2.1    Analisis Deskriptif Responden.....	46
4.2.2    Analisis Deskriptif Variabel.....	48
4.3    Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Reliabilitas) .....	57
4.3.1    Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> ( $X_1$ ) .....	58
4.3.2    Uji Validitas Variabel <i>Responsiveness</i> ( $X_2$ ).....	60
4.3.3    Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	61
4.4    Teknik Analisis Data .....	63
4.4.1    Uji Asumsi Klasik.....	63
4.4.1.1    Uji Normalitas .....	63
4.4.1.2    Uji Multikolinearitas .....	66
4.4.1.3    Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.4.2    Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.4.2.1    Uji Regresi Linear Berganda.....	69
4.4.2.2    Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
4.4.3    Uji Hipotesis .....	72
4.4.3.1    Uji Parsial (Uji – t) .....	72
4.4.3.2    Uji Simultan (Uji – f) .....	74
4.5    Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
4.5.1    Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	78
4.5.2    Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.5.3    Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Responsiveness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	84
LAMPIRAN.....	86



THE *Character Building*  
UNIVERSITY