

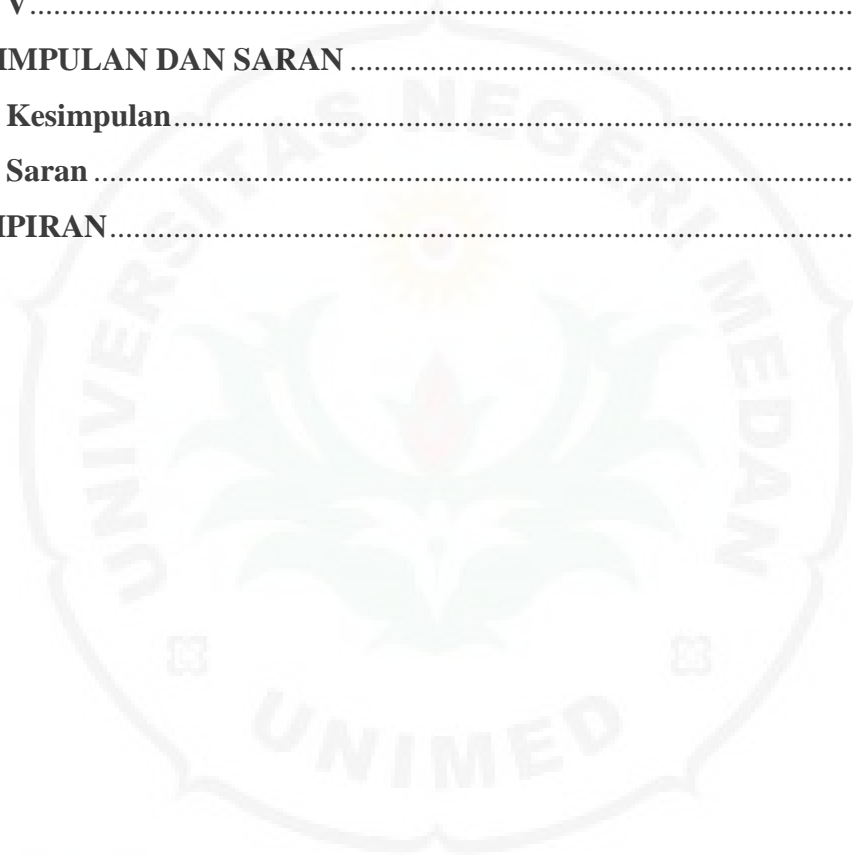
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.1.1.2 Proses Keputusan Pembelian	15
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.1.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
2.1.1.5 Manfaat Keputusan Pembelian	23
2.1.2. Store Atmosphere	23
2.1.2.1 Pengertian Store Atmosphere	23
2.1.2.2 Tujuan Store Atmosphere	24
2.1.2.3 Indikator Store Atmosphere	24
2.1.2.4 Dampak Store Atmosphere	28
2.1.3 Kualitas Produk	29

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	29
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	30
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Berpikir.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sample.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Variabel Penelitian dan Deinisasi Operasional.....	39
3.3.1 Variabel Penelitian.....	39
3.3.2 Definisi Operasional.....	40
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1 Jenis Data.....	41
3.4.1.1 Data Primer.....	41
3.4.1.2 Data Sekunder.....	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.2.1 Observasi.....	42
3.4.2.2 Wawancara.....	42
3.4.2.3 Studi Kepustakaan.....	43
3.4.2.4 Studi Dokumen.....	43
3.4.2.5 Kuesioner.....	43
3.5 Instrumen Penelitian.....	45
3.5.1 Uji Validitas.....	45
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.1.1 Uji Normalitas.....	47

3.6.1.2 Uji Multikolonieritas.....	48
3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	49
3.6.2 Analisis Regresi Berganda.....	49
3.6.3 Uji Hipotesis.....	50
3.6.3.1 Uji t (Parsial).....	50
3.6.3.2 Uji F (Simultan).....	51
3.6.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB IV.....	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 HASIL PENELITIAN.....	54
4.1.1 Gambaran Umum Gopek <i>Store</i>	54
4.2 Identifikasi Responden.....	54
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	55
4.3 Uji validitas dan Realibilitas.....	56
4.3.1 Variabel <i>Store Atmosphere</i>	56
4.3.2 Variabel Kualitas Produk (X_2).....	57
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.4.1 Uji Normalitas.....	60
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	62
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	65
4.5.2 Uji Hipotesis.....	66
4.5.2.1 Uji T (Parsial).....	66
4.5.2.2 Uji F (Simultan).....	68
4.5.2.3 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2).....	69
4.6 Hasil dan Pembahasan.....	70
4.6.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian Di Gopek <i>Store</i> Medan.....	70

4.6.2 Pengaruh Kualita Produk terhadap Keputusan Pembelian Di Gopek Store Medan	71
4.6.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Di Gopek Store Medan	73
BAB V.....	74
KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran	74
LAMPIRAN.....	80



THE
Character Building
UNIVERSITY