

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Penelitian	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 Konsep Bauran Pemasaran Ritel	14
2.1.2 Konsep Bauran Promosi.....	16
2.1.2.1 Konsep <i>Sales Promotion</i>	17
2.1.2.2 <i>Display</i>	19
2.1.2.3 <i>Interior Display</i>	23
2.1.3 Konsep Perilaku Konsumen	29
2.1.3.1 Definisi Perilaku Konsumen	29
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30
2.1.3.3 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan	32
2.1.4 Konsep Keputusan Konsumen	40

2.1.4.1 Model Pengambilan Keputusan Konsumen	41
2.1.4.2 Peran Konsumen dalam Pembelian.....	43
2.1.4.3 Keputusan Pembelian.....	44
2.1.5 Pengaruh <i>Display</i> terhadap Keputusan Pembelian	48
2.1.6 Resume Hasil Penelitian Pendahuluan	49
2.2 Kerangka Pemikiran	53
2.3 Hipotesis	58
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	59
3.1 Objek Penelitian	59
3.2 Metode Penelitian	59
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian	59
3.2.2 Operasional Variabel	60
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	64
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	64
3.2.4.1 Populasi.....	64
3.2.4.2 Sampel.....	65
3.2.4.3 Teknik Sampling	66
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	68
3.2.6 Validitas dan Reliabilitas	72
3.2.6.1 Uji Validitas	72
3.2.6.2 Uji Reliabilitas	73
3.2.6.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	74
3.2.7 Analisa Data.....	76
3.2.7.1 Analisis Deskriptif	76
3.2.7.2 Analisis Verifikatif.....	78
3.2.7.2.1 Regresi Linier Sederhana.....	78
3.2.7.2.2 Rancangan Uji Hipotesis.....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	84
4.1 Profil Perusahaan	84

4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	87
4.2.1 Karakteristik Responden <i>Supermarket</i> Griya cabang Pahlawan.....	87
4.2.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	87
4.2.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	88
4.2.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	90
4.2.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	91
4.2.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	93
4.2.2 Pengalaman Responden	94
4.2.2.1 Pengalaman Responden berdasarkan Informasi Mengetahui <i>Supermarket</i> Griya	94
4.2.2.2 Pengalaman Responden berdasarkan Jumlah Pembelanjaan	96
4.2.2.3 Pengalaman Responden berdasarkan Alasan Berbelanja.....	98
4.3 Tanggapan Responden terhadap <i>Interior Display Supermarket</i> Griya Cabang Pahlawan.....	100
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap <i>Merchandise</i>	101
4.3.1.1 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kerapihan Produk yang Dipajang.....	101
4.3.1.2 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kebersihan Produk yang Dipajang.....	106
4.3.1.3 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kemudahan Mengambil Produk	108
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Store Sign</i>	111
4.3.2.1 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kemudahan Mencari Produk yang Dibutuhkan	111
4.3.2.2 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kejelasan Informasi Produk yang Terletak pada Rak.....	112
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap <i>Decoration</i>	117
4.3.3.1 Tanggapan Responden terhadap Bentuk Dekorasi Toko	117
4.3.3.2 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Keunikan Dekorasi Toko	120
4.3.3.3 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Ketepatan Dekorasi	

Dengan <i>event</i> yang sedang berlangsung	121
4.4 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	
di Supermarket Griya cabang Pahlawan	123
4.4.1 Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Produk.....	123
4.4.1.1 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Pemajangan Produk	124
4.4.1.2 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Kelengkapan Produk.....	129
4.4.2 Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Merek.....	130
4.4.2.1 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Keanekaragaman Merek yang Tersedia.....	130
4.4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Kepercayaan Konsumen terhadap <i>Supermarket</i>	132
4.4.3 Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Saluran Pembelian	133
4.4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Letak Lokasi	133
4.4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Dekorasi Toko	137
4.4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Kenyamanan Berbelanja.....	139
4.4.4 Tanggapan Responden terhadap Penentuan Waktu Pembelian	145
4.4.4.1 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Masa Promosi yang sedang Berlangsung	145
4.4.4.2 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Pemenuhan Kebutuhan Bulanan.....	147
4.4.5 Tanggapan Responden terhadap Jumlah Pembelian.....	148
4.4.5.1 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Banyaknya Produk yang Tersedia	148
4.4.5.2 Tanggapan Responden terhadap Tingkat Pembelian berdasarkan	
Besarnya Jumlah Transaksi Pembelanjaan	150

4.5 Pengaruh <i>Interior Display</i> terhadap Keputusan Pembelian Supermarket Griya cabang Pahlawan	151
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	158
4.6.1 Gambaran terhadap <i>Interior Display</i>	158
4.6.2 Gambaran terhadap Keputusan Pembelian	164
4.6.3 Pengaruh <i>Interior Display</i> terhadap Keputusan Pembelian di Supermarket Griya cabang Pahlawan	169
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	171
4.7.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	171
4.7.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	173
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	176
5.2 Rekomendasi	177
DAFTAR PUSTAKA	179