

DAFTAR ISI

ABSTRACT

ABSTRAK

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	11
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	11
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Karakter Khusus Retailing	12
2.1.2 Konsep Retailing.....	13
2.1.3 Jenis Retail	14

2.1.4 Retail	17
2.1.5 Elemen Retail Mix	17
2.1.6 Purchase Intention (Minat Beli)	28
2.1.7 Penelitian Terdahulu	33
2.2. Kerangka Pemikiran	37
2.3 Hipotesis	43

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	44
2.1.1 Sejarah Singkat Plaza Asia Tasikmalaya	44
3.1.2 Visi dan Misi Plaza Asia Tasikmalaya	46
3.1.3 Struktur Organisasi	47
3.2. Metode Penelitian	47
3.2.1 Operasional Variabel	48
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	50
3.2.2.1 Jenis Data	51
3.2.2.2 Populasi	51
3.2.2.3 Sampel	52
3.3. Alat Analisis	54
3.3.1 Skala Likert	54
3.3.2 Pengujian Instrumen	55
3.3.2.1 Uji Validitas	55
3.3.2.2 Uji Realibilitas Instrumen Penelitian	56
3.3.3 Nilai Jenjang Interval	56

3.3.4 Metode Succesive Interval (MSI)	57
3.3.5 Analisis Jalur.....	57
3.3.6 Prosedur Pengujian Hipotesis	59
BAB VI HASIL PENELITIAN	
4.1 Hasil Penelitian	61
4.1.1 Tanggapan Konsumen mengenai <i>Customer Service</i> pada Plaza Asia Tasikmalaya.....	61
4.1.2 Tanggapan Konsumen mengenai <i>Store Design & Display</i> pada Plaza Asia Tasikmalaya	68
4.1.3 Tanggapan Konsumen mengenai <i>Communication Mix</i> pada Plaza Asia Tasikmalaya.....	73
4.1.4 Tanggapan Konsumen mengenai <i>Location</i> pada Plaza Asia Tasikmalaya.....	81
4.1.5 Tanggapan Konsumen mengenai <i>Merchandise Assortment</i> pada Plaza Asia Tasikmalaya	87
4.1.6 Tanggapan Konsumen mengenai <i>Retail Pricing</i> pada Plaza Asia Tasikmalaya	90
4.1.7 Tanggapan Konsumen mengenai <i>Purchase Intention</i> pada Plaza Asia Tasikmalaya.....	94
4.2 Pembahasan Penelitian.....	98
4.2.1 Pengaruh <i>Retailing Mix</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	98
4.2.1.1 Pengaruh <i>Retailing Mix</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Plaza Asia Tasikmalaya secara simultan.....	99

4.2.1.2 Pengaruh <i>Retailing Mix</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	
Plaza Asia Tasikmalaya secara parsial	104
4.2.1.2.1 Pengaruh <i>Customer Service</i> secara parsial	
terhadap <i>Purchase Intention</i>	104
4.2.1.2.2 Pengaruh <i>Store Design & Display</i> secara	
parsial terhadap <i>Purchase Intention</i>	104
4.2.1.2.3 Pengaruh <i>Communication Mix</i> secara	
parsial terhadap <i>Purchase Intention</i>	105
4.2.1.2.4 Pengaruh <i>Location</i> secara parsial terhadap	
<i>Purchase Intention</i>	105
4.2.1.2.5 Pengaruh <i>Merchandise Assortment</i> secara	
parsial terhadap <i>Purchase Intention</i>	106
4.2.1.2.6 Pengaruh <i>Retail Pricing</i> secara parsial	
terhadap <i>Purchase Intention</i>	107
4.2.1 Pengujian Hipotesis	107
4.2.2.1 Penetapan Hipotesis Operasional	107
4.2.2.2 Penetapan Tingkat Signifikan.....	108
4.2.2.3 Uji Signifikansi.....	108
4.2.2.4 Kaidah Keputusan yang digunakan.....	108

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	111
5.2 Saran.....	111

DAFTAR PUSTAKA