



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 PerumusanMasalah .....	5
1.3 TujuanPenelitian .....	5
1.4 ManfaatPenelitian .....	6
1.5 SistematikaPenulisan.....	7

### BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 PengertianPemasaran .....	8
2.1.1 ManajemenPemasaran.....	9
2.1.2 BauranPemasaran .....	9
2.2 Eceran ( <i>Retailing</i> ) .....	10
2.2.1 PengertianEceran.....	10
2.2.2 PendorongPertumbuhanBisnisRitel Modern.....	11
2.3 KeputusanPembelian.....	12
2.3.1 PengertianKeputusanPembelian.....	12
2.3.2 Faktor Dan Tahapan-Tahapan Proses Keputusan PembelianKonsumen.....	15
2.4 Harga .....	16
2.4.1 PengertianHarga.....	16
2.4.2 PerananHarga .....	17
2.4.3 Faktor Yang MempengaruhiHarga .....	17
2.5 <i>Merchandise</i> .....	18

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5.1 Pengertian <i>Merchandise</i> .....	18
2.5.2 Manajemen <i>Merchandise</i> .....	19
2.6 Suasana Toko ( <i>AtmosperToko</i> ) .....	21
2.6.1 Pengertian Suasana Toko .....	21
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Suasana Toko .....	24
2.7 Hubungan Antar Variable Harga, Merchandise, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.8 Pandangan Islam Tentang Pemasaran .....	26
2.9 Penelitian Terdahulu .....	29
2.10 Variabel Penelitian .....	30
2.11 Defenisi Operasional Variable Penelitian .....	31
2.12 Kerangka Pemikiran .....	32
2.13 Hipotesis .....	32

**BAB 111 METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	34
3.2 Jenis Dan Sumber Dara .....	34
3.3 Populasi Dan Sampel .....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5 Teknik Analisis Data .....	37
3.5.1 Teknik Skala Pengukuran .....	37
3.5.2 Analisis Kuantitatif .....	38
3.5.3 Analisis Deskriptif .....	38
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.6.1 Uji Normalitas Data .....	38
3.6.2 Uji Multikolinieritas .....	38
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	39
3.7 Uji Kualitas Data .....	39
3.7.1 Uji Validitas .....	39
3.7.2 Uji Realibilitas .....	39
3.8 Analisis Data .....	40
3.9 Uji Hipotesis .....	40

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9.1 UjiSignifikansiparsial (Uji T-Tes) .....	40
3.9.2 UjiSignifikansimultan F (Uji F) .....	41
3.9.3 KoefisienDeterminasi ( $R_2$ ) .....	42

**BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

4.1 SejarahSingkat Perusahaan .....	43
4.2 Aktivitas Perusahaan.....	43
4.3 Jam Kerja Dan Pengupahan .....	44
4.4 StrukturOrganisasi.....	44

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1 KaretiristikResponden.....	48
5.1.1 JenisKelaminResponden .....	48
5.1.2 Tingkat UmurResponden .....	49
5.1.3 Tingkat PendidikanTerakhir.....	49
5.2 PengaruhHarga, <i>Merchandise</i> , Dan SuasanaTokoTerhadap KeputusanPembelian.....	50
5.2.1 KeputusanPembelianMenurutTanggapanResponden .....	50
5.2.2 HargaMenurutKeputusanPembelian .....	52
5.2.3 <i>Merchandise</i> MenurutKeputusanPembelian .....	53
5.2.4 SuasanaTokoMenurutKeputusanPembelian .....	54
5.3 Uji Instrument .....	55
5.3.1 UjiValiditas .....	55
5.3.1.1 KeputusanPembelian.....	55
5.3.1.2 Harga .....	56
5.3.1.3 <i>Merchandise</i> .....	57
5.3.1.4 SuasanaToko .....	57
5.4 UjiRealibilitas .....	58
5.5 UjiNormalitas .....	58
5.6 UjiAsumsiKlasik .....	59
5.6.1 UjiMultikolinieritas.....	59
5.6.2 UjiAutokorelasi .....	60
5.6.3 UjiHetekokedastisitas.....	61



© Hak Cipta milik IAIN SUSKA RIAU	
5.7 PengujianHipotesis.....	62
5.7.1 Uji F (UjiSimultan) .....	64
5.7.2 Uji T (UjiParsial).....	65
5.7.3 KoefisienDeterminasi ( $R_2$ ) .....	67
5.8 Pembahasan.....	67

## BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan .....	69
6.2 Saran.....	69

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## BIOGRAFI