

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2 Bauran Pemasaran	17
2.3 Konsep Pemasaran	20
2.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.4.1 Tahap- tahap dalam proses keputusan pembelian.....	23
2.4.2 Peranan dalam proses keputusan pembelian	26
2.4.3 Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli	27
2.5 Pengertian Ritel.....	29
2.5.1 Jenis-jenis Ritel	30
2.5.2 Pendorong Pertumbuhan Bisnis Ritel Modern.....	34
2.5.3 Pengertian Bauran Ritel	35
2.6 Promosi	36
2.6.1 Pengertian Promosi	36
2.6.2 Arti Penting Promosi.....	37
2.6.3 Tujuan Promosi.....	38

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.

2.6.4	Strategi promosi	39
2.6.5	Bauran Promosi	40
2.7	Pelayanan Pelanggan	46
2.8	Lokasi	50
2.9	Hubungan Bauran Ritel dengan Keputusan Pembelian	52
2.10	Penelitian Terdahulu	54
2.11	Pandangan Islam Tentang Pemasaran	56
2.12	Hipotesis	56
2.13	Variabel Penelitian	57
2.14	Kerangka Pemikiran	58
2.15	Operasional Variabel Penelitian	58
BAB III METODE PENELITIAN		60
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	60
3.2	Jenis dan Sumber Data	60
3.2.1	Jenis Data	60
3.2.2	Sumber Data	60
3.3	Teknik Pengumpulan Data	61
3.4	Skala Pengukuran	62
3.5	Teknik Analisis	63
3.5.1	Analisis Kuantitatif	64
3.5.2	Analisis Deskriptif	64
3.6	Populasi dan Sampel	64
3.6.1	Populasi	64
3.6.2	Sampel	64
3.7	Teknik Analisis Data	66
3.7.1	Uji Validitas	66
3.7.2	Uji Reliabilitas	66
3.8	Uji Asumsi Klasik	67
3.8.1	Uji Normalitas	67
3.8.2	Uji Multikolinearitas	68


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.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	69
3.8.4 Uji Autokolerasi	69
3.9 Analisis Data Penelitian	70
3.9.1 Uji Regresi Linear Berganda	70
3.10 Uji Hipotesis	72
3.10.1 Uji Anofa F (Secara simultan)	72
3.10.2 Uji Parsial (Uji T).....	72
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	75
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	75
4.2 Aktivitas Perusahaan	75
4.3 Jam Kerja dan Sistem Pengupahan	76
4.4 Struktur Organisasi	76
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	80
5.1 Karakteristik Responden	80
5.1.1 Responden Berdasarkan Usia	80
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
5.1.3 Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal.....	82
5.1.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	83
5.1.5 Responden Berdasarkan Rentang Waktu Berlangganan.....	84
5.2 Analisis Deskriptif Pengaruh Promosi, Pelayanan Pelanggan, dan Lokasi Toko	85
5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Promosi	85
5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Pelayanan Pelanggan.....	87
5.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Lokasi	88
5.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	89
5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	91
5.3.1 Uji Validitas	91
5.3.2 Uji Reliabilitas	97



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.

5.4 Uji Asumsi Klasik	99
5.4.1 Uji Normalitas.....	99
5.4.2 Uji Multikolinearitas	100
5.4.3 Uji Heterokedastisitas	102
5.4.4 Uji Autokorelasi	103
5.5 Analisis Data Penelitian	104
5.5.1 Regresi Linier Berganda	104
5.6 Uji Hipotesis.....	106
5.6.1 Uji Anofa F (Secara simultan)	106
5.6.2 Uji t (Uji parsial).....	107
5.7 Koefisien Determinasi	109
5.8 Pembahasan.....	110
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
6.1 Kesimpulan	113
6.2 Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN