

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

<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>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b>	
2.1 Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.2 Eceran ( <i>Retailing</i> ) .....	12
2.2.1 Fungsi-Fungsi yang Dijalankan Ritel .....	12
2.2.2 Strategi Pemasaran Ritel .....	15
2.3 Suasana Toko ( <i>Store Atmosphere</i> ) .....	18
2.4 Lokasi .....	24
2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Suatu Wilayah atau Area Perdagangan .....	26

**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.

2.4.2 Masalah-Masalah Lokasi Secara Global .....	29
2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Sebuah Lokasi .....	29
2.4.4 Area Perdagangan .....	31
2.5. Harga .....	32
2.6 Kelengkapan Produk .....	38
2.6.1 Pengertian Produk .....	38
2.6.2 pengertian Kelengkapan Produk .....	39
2.6.3 Tingkatan Produk .....	40
2.6.4 Kegunaan Produk .....	41
2.6.5 Indikator Kelengkapan Produk .....	43
2.7 Minat Belanja Konsumen .....	43
2.7.1 Prilaku Konsumen .....	44
2.7.2 Langkah-Langkah Keputusan Konsumen .....	45
2.7.3 Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Konsumen ..	50
2.7.4 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Prilaku Konsumen .....	52
2.8 Pandangan Islam Tentang Jual Beli .....	53
2.9 Penelitian Terdahulu .....	55
2.10 Konsep Pemikiran Variabel Penelitian .....	56
2.11 Hipotesis Penelitian .....	57
2.12 Variabel Penelitian .....	58
2.13 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian .....	59

**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.

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	61
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	61
3.3 Populasi dan Sampel .....	62
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	64
3.5 Uji Kualitas Data .....	66
3.5.1 Uji Validitas .....	66
3.5.2 Uji Realibilitas .....	66
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	67
3.6.1 Uji Normalitas Data .....	67
3.6.2 Uji Multikolinearitas .....	67
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	68
3.7 Analisis Data .....	68
3.8 Uji Hipotesis .....	69
3.8.1 Uji Parsial ( <i>T-Test</i> ) .....	69
3.8.2 Uji Simultan (Uji F) .....	69
3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70

### BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	72
4.2 Struktur Organisasi Swalayan 838 Mart .....	72

**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.

## BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden .....	77
5.1.1 Responden Berdasarkan Usia .....	77
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
5.1.3 Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal .....	79
5.1.4 Responden Berdasarkan Rentang Waktu Berlangganan .....	80
5.2 Deskripsi Variabel .....	81
5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Suasana Toko .....	81
5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Lokasi .....	82
5.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Harga .....	84
5.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kelengkapan Produk .....	85
5.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Minat Belanja .....	87
5.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....	89
5.3.1 Uji Validitas .....	89
5.3.2 Uji Reliabilitas .....	92
5.4 Uji Normalitas Data .....	93
5.5 Uji Asumsi Klasik .....	95
5.5.1 Uji Multokolineritas .....	95
5.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	96
5.5.3 Uji Outokorelasi .....	97

**Hak Cipta Diindungi 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.

5.6 Analisis Data Penelitian .....	99
5.6.1 Regresi Linier Berganda .....	99
5.6.2 Uji Secara Parsial (Uji T) .....	100
5.6.3 Uji Secara Simultan (Uji F) .....	103
5.6.4 Koefisien Determinasi .....	104
5.7 pembahasan .....	105
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan .....	108
6.2 Saran .....	110

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**