

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
MOTTO.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Pemasaran	23
2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	24
2.3 Retailing.....	28

2.4 Store Atmosphere.....	35
2.5 Perilaku Konsumen	49
2.6 Proses Keputusan Pembelian	55
2.7 Keputusan Pembelian.....	59
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	63
3.1 Sejarah.....	63
3.2 Metode Penelitian.....	75
3.3 Instrumen, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, Dan Bentuk.....	85
3.4 Uji Hipotesis.....	93
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	94
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	95
4.1 Pelaksanaan Store Atmosphere di Distro Dloops Bandung	95
4.2 Tanggapan Pelanggan Terhadap Store Atmosphere di Distro Dloops Bandung.....	105
4.3 Tingkat Keputusan Pembelian di Distro Dloops Bandung.....	140
4.4 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian.....	145
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN PENELITIAN	152
5.1 Kesimpulan.....	152
DAFTAR PUSTAKA	155
LAMPIRAN.....	158