

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAKSI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Kegunaan Penelitian	5
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Perilaku Konsumen	6
2.2. Pengertian Retailing	6
2.3. Konsep Pemasaran Retailing	7
2.4. Keputusan-Keputusan Manajemen Pengecer	9

2.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.6. Proses Pembelian Konsumen	14
2.7. Model-Model Perilaku Konsumen	22
2.8. Hipotesis	26
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	28
3.2. Lokasi Penelitian.....	28
3.3. Populasi dan Sampel.....	28
3.4. Sumber Data	29
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6. Metode Analisis Data	30
3.7. Definisi Operasional dan Pengukuran	33
BAB IV . GAMBARAN UMUM	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1. Sejarah Perkembangan Swalayan Sentral	37
4.1.2. Lokasi Swalayan Sentral	38
4.1.3. Struktur Organisasi	39
4.1.4. Hari dan Jam Kerja	41
4.1.5. Jenis Produk yang Tersedia	42
4.1.6. Promosi	42
4.2. Gambaran Umum Responden	42
4.2.1. Umur Responden	43
4.2.2. Jenis Kelamin Responden	43

4.2.3. Status Perkawinan Responden	44
4.2.4. Pekerjaan Responden	45
4.2.5. Penghasilan Responden	46
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Tanggapan Konsumen Terhadap Lokasi	47
5.2. Tanggapan Konsumen Terhadap Harga	48
5.3. Tanggapan Konsumen Terhadap Kelengkapan Produk	49
5.4. Tanggapan Konsumen Terhadap Pelayanan	49
5.5. Tanggapan Konsumen Terhadap Suasana Toko	50
5.6. Tanggapan Konsumen Terhadap Promosi	51
5.7. Analisis Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Swalayan Sentral	52
5.6. Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Swalayan Sentral	54
5.8. Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Swalayan Sentral	56
5.10. Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Swalayan Sentral	58
5.11. Analisis Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Swalayan Sentral	60
5.12. Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Swalayan Sentral	62

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan 65

6.2. Saran 66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

A.1.1. Aspek Kualitas Pengajaran 44

A.1.2. Aspek Perencanaan Pembelajaran 45

A.1.3. Pelaksanaan Pembelajaran 46

A.1.4. Penilaian Pembelajaran 47

A.2. Tanggapan Kurikulum Terhadap Lokasi 47

A.3. Tanggapan Kurikulum Terhadap Materi 48

A.4. Tanggapan Kurikulum Terhadap Kompetensi Penalaran 49

A.5. Tanggapan Kurikulum Terhadap Penguasaan 50

A.6. Tanggapan Kurikulum Terhadap Pengetahuan 51

A.7. Tanggapan Kurikulum Terhadap Proses 52

B.1. Tabel Kemampuan Laboran dan Kemampuan Mahasiswa di Berbagai Aspek 53

B.2. Tabel Kemampuan Laboran dan Kemampuan Mahasiswa di Berbagai Aspek 54

B.3. Tabel Kemampuan Mahasiswa dan Kemampuan Laboran di Berbagai Aspek 55

B.4. Tabel Kemampuan Mahasiswa dan Kemampuan Laboran di Berbagai Aspek 56

B.5. Tabel Kemampuan Mahasiswa dan Kemampuan Laboran di Berbagai Aspek 57

B.6. Tabel Kemampuan Mahasiswa dan Kemampuan Laboran di Berbagai Aspek 58