

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	1
DAFTAR GAMBAR	3
DAFTAR LAMPIRAN	5
1 PENDAHULUAN	5
Latar Belakang	5
Rumusan Masalah	5
Tujuan Penelitian	5
Manfaat Penelitian	5
Ruang Lingkup Penelitian	5
2 TINJAUAN PUSTAKA	6
Retail Modern	6
Persepsi Kepadatan	7
Citra Toko	8
Motif Belanja	9
Emosi	10
Niat Pembelian Ulang	11
Hubungan Persepsi Kepadatan dengan Emosi	11
Hubungan Persepsi Kepadatan dengan Niat Pembelian Ulang	11
Hubungan Persepsi Kepadatan dengan Citra Toko	12
Hubungan Citra Toko dengan Emosi	12
Hubungan Citra Toko dengan Niat Pembelian Ulang	13
Hubungan Motif belanja dengan Emosi	13
Hubungan Emosi dengan Niat Pembelian Ulang	13
Kerangka Pemikiran Penelitian	14
3 METODE PENELITIAN	15
Desain Penelitian	15
Waktu Penelitian	15
Teknik Penentuan Sampel	15
Variabel dan Indikator Pengukuran	15
Teknik Pengumpulan Data	18
Pengolahan dan Analisis Data	18
Validitas dan Reliabilitas	18
Rancangan Model	19
4 HASIL DAN PEMBAHASAN	20
Karakteristik Responden	20
Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	29
Deskripsi Indikator Variabel	31
Analisis Uji Beda Berdasarkan Jenis Retail Modern	38
Evaluasi Tingkat Kecocokan Model	39
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Emosi dan Niat Pembelian Ulang	49
Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel	54
Niat Pembelian Ulang Berdasarkan Jenis Retail Modern	54
Implikasi Manajerial	55
Keterbatasan Penelitian	59

DAFTAR ISI (Lanjutan)

5 SIMPULAN DAN SARAN	59
Simpulan	59
Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	60

© Hak Cipta Milik IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



DAFTAR TABEL

1	Pertumbuhan penjualan dan jumlah gerai retail modern	1
2	Kriteria jenis retail modern di Indonesia	6
3	Variabel penelitian	16
4	Kriteria kesesuaian model	19
5	Profil responden	21
6	Tujuan dan alasan responden dalam berbelanja di retail modern	25
7	Perilaku berbelanja pelanggan retail modern	26
8	Nama retail modern pilihan pelanggan berdasarkan jenis retail modern	28
9	Peringkat jenis produk pada retail modern yang dibeli	29
10	Hasil validitas dan reliabilitas kuesioner	30
11	Sebaran responden berdasarkan indikator variabel persepsi kepadatan	32
12	Sebaran responden berdasarkan indikator variabel citra toko	33
13	Sebaran responden berdasarkan indikator variabel motif belanja	35
14	Sebaran responden berdasarkan indikator variabel emosi	37
15	Sebaran responden berdasarkan indikator niat pembelian ulang	37
16	Hasil analisis uji beda berdasarkan jenis retail modern	38
17	Hasil uji <i>Goodness-of-Fit</i>	40
18	Hasil uji validitas tiap indikator	41
19	Hasil uji reliabilitas konstruk laten	43
20	Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung variabel laten persepsi kepadatan	43
21	Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung variabel laten citra toko	44
22	Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung variabel laten motif belanja	46
23	Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung variabel laten emosi	47
24	Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung variabel laten niat pembelian ulang	47
25	Hasil uji hipotesis	49
26	Pengaruh tidak langsung antar variabel	54
27	Hasil uji korelasi niat pembelian ulang berdasarkan jenis retail modern	55
28	Implikasi manajerial bagi retail modern	56

DAFTAR GAMBAR

1	Grafik pertumbuhan penjualan retail <i>online</i>	4
2	Kerangka pemikiran konseptual	14
3	Rancangan model penelitian	20
4	Frekuensi belanja responden di <i>hypermarket</i> berdasarkan usia	23
5	Frekuensi belanja responden di <i>supermarket</i> berdasarkan usia	24
6	Nilai <i>standardized loading factor</i> pada model SEM	48
7	Analisis kinerja berdasarkan persepsi pelanggan retail modern	57

DAFTAR LAMPIRAN

1	Contoh daftar pertanyaan instrumen pra-penelitian	69
2	Contoh instrumen penelitian	72
3	Hasil uji Chi-Square	79



© Hak Cipta Milik IPB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencatunkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.