**DAFTAR ISI**

 Halaman

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**ABSTRACT**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iv**

**DAFTAR TABEL vii**

**DAFTAR GAMBAR ix**

**DAFTAR LAMPIRAN x**

**BAB I : PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
	2. Identifikasi Masalah 3
	3. Batasan Masalah 4
	4. Rumusan Masalah 4
	5. Tujuan Penelitian 5
	6. Manfaat Penelitian 5
	7. Anggapan Dasar 6
	8. Hipotesis 6

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA 8**

* 1. Definisi Persepsi Konsumen 8
		1. Pembentukan Persepsi dan Faktor yang mempengaruhinya 9

#### Proses Persepsi 15

* + 1. Macam-macam Persepsi 16
		2. Indikator Persepsi Konsumen 21
	1. Definisi Suasana Toko 22
		1. Tujuan Suasana Toko 23
		2. Indikator Suasana Toko 23
		3. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat Beli 25
	2. Definisi Minat Beli 26
		1. Tahapan Minat Beli Konsumen 27
		2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Konsumen 31

* + 1. Indikator Minat Beli Konsumen 32
	1. Penelitian Terdahulu 33
	2. Kerangka Konseptual 37

**BAB III : METODE PENELITIAN 39**

3.1 Desain Penelitian 39

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 39

3.2.1. Tempat Penelitian 39

3.2.2. Waktu Penelitian 40

3.3 Populasi dan Sampel 41

* + 1. Populasi 41
		2. Sampel 41

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel 43

3.4 Variabel dan Indikator 43

3.4.1 Variabel 43

3.4.2 Indikator 44

3.4.3 Skala Pengukuran Variabel 44

3.5 Instrumen Penelitian 46

* 1. Teknik Pengumpulan Data 46
		1. Angket (Kuesioner) 47
		2. Studi Dokumentasi 47
		3. Teknik Observasi (Observation) 47
	2. Teknik Analisis Data 47

3.7.1 Uji Validitas dan reabilitas 48

3.7.2 Uji Asumsi Klasik 50

3.7.3 Uji Hipotesis 51

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda 52

3.7.5 Koefisien Determinan (R2) 53

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN 54**

* 1. Profil 212 Mart 54
		1. Sejarah Singkat Perusahaan 54
		2. Visi dan Misi 212 Mart 54
		3. Job Description 55
	2. Hasil Penelitian dan Pembahasan 56
		1. Deskripsi Hasil Penelitian 56
		2. Karakteristik Responden 56
		3. Deskripsi Jawaban Responden 58
		4. Analisis Data Penelitian 66
		5. Pembahasan 75

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN 79**

* 1. Kesimpulan 79
	2. Saran 80

**DAFTAR PUSTAKA 82**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 33

Tabel 3.1 Tabel Waktu Penelitian 40

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Responden 45

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel 45

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 57

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 57

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 57

1. **Jawaban responden tentang variabel Persepsi Konsumen (X1)**

Tabel 4.4 Pernyataan No.1 58

Tabel 4.5 Pernyataan No.2 58

Tabel 4.6 Pernyataan No.3 59

Tabel 4.7 Pernyataan No.4 59

Tabel 4.8 Pernyataan No.5 60

Tabel 4.9 Pernyataan No.6 60

Tabel 4.10 Pernyataan No.7 60

Tabel 4.11 Pernyataan No.8 61

Tabel 4.12 Pernyataan No.9 61

Tabel 4.13 Pernyataan No.10 62

1. **Jawaban responden tentang variabel Suasana Toko**

Tabel 4.14 Pernyataan No.1 62

Tabel 4.15 Pernyataan No.2 63

Tabel 4.16 Pernyataan No.3 63

Tabel 4.17 Pernyataan No.4 63

Tabel 4.18 Pernyataan No.5 64

1. **Jawaban responden tentang variabel Minat Beli Konsumen**

Tabel 4.19 Pernyataan No.1 64

Tabel 4.20 Pernyataan No.2 65

Tabel 4.21 Pernyataan No.3 65

Tabel 4.22 Pernyataan No.4 65

Tabel 4.23 Pernyataan No.5 66

Tabel 4.24 Validitas Variabel X1,X2 Dan Y 68

Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas 69

Tabel 4.26 Analisis Regresi Linier Berganda 74

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi 12

Gambar 2.2 Persepsi Harga 18

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual 38

Gambar 4.1 Struktur Organisasi 212 Mart Lbuk Pakam 55

Gambar 4.2 Normalitas P-Plot 70

Gambar 4.3 Scaterplot 71

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuesioner