

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPS	iii
PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penelitian.....	7
BAB II : Landasan Teori	
A. Tata Letak.....	9
1. Pengertian Tata Letak	9
2. Tujuan Perencanaan tata letak	10
3. Manfaat layout	11
4. Faktor-faktor Penentu tata letak	13
5. Tahap dalam perencanaan tata letak	15
B. Minat Beli Konsumen	17
1. Pengertian Minat.....	17

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat.....	17
3. Macam-macam Minat.....	18
4. Minat dalam Pandangan Islam	20
C. Keputusan Pembelian	
1. Pengertian Keputusan Pembelian	21
2. Peran Pembelian Konsumen	22
3. Perilaku Pembelian.....	22
4. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen	23
D. Penelitian Terdahulu	25
E. Kerangka Konseptual.....	30
F. Hipotesis.....	30
BAB III : Metodologi Penelitian	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
B. Sumber Data.....	34
C. Populasi dan Sample	35
D. Definisi Oprasional	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	39
G. Uji Asumsi Klasik	40
1. Uji Multikolonieritas	40
2. Uji Autokorelasi	41
3. Uji Normalitas	42
4. Uji Heterokedastisitas.....	43
H. Analisis Data Regresi Berganda.....	43
1. Analisis Regresi Berganda.....	43
2. Uji t.....	44
3. Uji f	45
4. Koefisien Determinasi (R^2)	46

BAB IV : DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Objek Penelitian	47
B. Gambaran Umum Responden	51
C. Deskripsi Angket.....	54
D. Hasil Validitas dan Realibilitas	56
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
1. Uji Multikolonieritas	58
2. Uji Autokorelasi	59
3. Uji Normalitas	60
4. Uji Heterokedastisitas.....	61
F. Analisis Data Regresi Linear Berganda	62
1. Uji Koefisien Determinasi	62
2. Uji Parsial (uji t)	62
3. Uji Simultan.....	63
4. Persamaan Regresi.....	64
G. Pembahasan.....	66
1. Pengaruh Tata Letak terhadap Keputusan Pembelian	66
2. Pengaruh Minat Beli Konsumen terhadap Keputusan Pembelian...	67
3. Pengaruh Tata Letak dan Minat Beli Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	68

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Keterbatasan Penelitian.....	71
C. Saran.....	71
D. Penutup.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data kios pasar Kliwon	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 4.1 Data Banguna pasar Kliwon	50
Tabel 4.2 Jenis kelamin responden	52
Tabel 4.3 Umur Responden	52
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	53
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	53
Tabel 4.6 Variabel Tata Letak	54
Tabel 4.7 Variabel Minat Beli Konsumen	55
Tabel 4.8 Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Relibilitas Instrumen	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen	57
Tabel 4.11 Nilai (VIF)	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	60
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinan	62
Tabel 4.14 Koefisien Regresi	63
Tabel 4.15 Uji Simultan	64
Tabel 4.16 Persamaan Regresi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Langkah-langkah dasar SLP	16
Gambar 2.2 Proses keputusan Pembelian	24
Gambar 2.3 Kerangka pemikiran	30
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas (Normal Probability Plot)	60
Gambar 4.2 Hasil Pengujian) Heteroskedastisitas	61

