

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoretis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II	9
TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1. Ritel	9
2.1.2. Perilaku Pembelian Konsumen	13
2.2 Penelitian Terdahulu	22
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian	25
3.1.1. Metode Kualitatif	25
3.1.2. Fenomenologi.....	28

3.2	Sumber Data	31
	3.2.1. Data Primer	31
	3.2.2. Data Sekunder	31
3.3	Informan Penelitian	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data	33
	3.5.1. Observasi.....	33
	3.5.2. Wawancara Mendalam (<i>in-depth Interview</i>).....	34
	3.5.3. Dokumentasi.....	34
3.5	Metode Analisis Data	35
3.6	Kriteria Evaluatif	37
	3.7.1. Kepercayaan (<i>Credibility</i>).....	38
	3.7.2. Keteralihan (<i>Transferability</i>).....	38
	3.7.3. Kebergantungan (<i>Dependability</i>)	38
	3.7.4. Kepastian (<i>Confirmability</i>).....	39
BAB IV		40
PEMBAHASAN		40
4.1	Proses Peneliti Dalam Mendapatkan Informan	40
4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Format Toko Ritel	41
	4.2.1 Faktor Lokasi	41
	4.2.2 Faktor Barang Dagangan (<i>Merchandise</i>)	45
	4.2.3 Faktor Harga	48
	4.2.4 Faktor Promosi	51
	4.2.5 Faktor Pelayanan	52
	4.2.6 Faktor Kekeluargaan.....	54
4.3	Mayoritas Pilihan Masyarakat Dalam Memilih Toko Ritel	56
BAB V.....		61
KESIMPULAN DAN SARAN		61
5.1	Kesimpulan	61
	5.1.1 Mayoritas Format Toko Ritel Yang Dipilih Masyarakat.....	62
	5.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Format Toko Ritel.....	62
5.2	Implikasi Penelitian	63

5.3 Keterbatasan Penelitian	65
Daftar Pustaka.....	66