

ABSTRAK
Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, dan Kepercayaan
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 212 Mart
Muhajirin

M.Angga Fikrul
1720602131

Pertumbuhan perekonomian dan perkembangan zaman khususnya di Indonesia telah semakin modern, berdampak pada pergeseran budaya berbelanja masyarakat di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang dahulu berbelanja di pasar tradisional, namun pada saat ini masyarakat Indonesia lebih suka dan memilih berbelanja di pasar modern seperti supermarket, minimarket, dan lain-lain. Perilaku konsumen tersebut merupakan faktor yang dapat memicu berkembangnya bisnis *retail* modern di Indonesia. Salah satu *retail* yang ada di Indonesia yaitu 212 Mart, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah *store atmosphere*, promosi, dan kepercayaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, promosi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen 212 Mart Muhajirin.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang menggunakan skala likert. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling* dengan jumlah 85 sampel.

Dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Promosi, Kepercayaan, Keputusan Pembelian Konsumen, 212 Mart Muhajirin



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**
Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH**

Nama : M. Angga Fikrul
NIM / Program Studi : 1720602131 / Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 212 Mart Muhajirin.

Telah dapat diterima dalam ujian munaqasyah pada Hari Jum'at Tanggal 29 Juli 2022

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Tanggal ~~12-10-2022~~ Pembimbing Utama : Emi Yulia Siska, S.E., M.Si

t.t:

Tanggal ~~10-10-2022~~ Pembimbing Kedua : Muhammadiyah, S.E., M.Si

t.t:

Tanggal ~~23-08-2022~~ Penguji Utama : Dedy Anwar, S.E., M.Si, Ph.D

t.t:

Tanggal ~~22-08-2022~~ Penguji Kedua : M. Junestrada Diem, S.E., M.Si

t.t:

Tanggal ~~03-11-2022~~ Ketua : Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag

t.t:

Tanggal ~~03-11-2022~~ Sekretaris : Disfa Lidian Handayani, S.E.I., M.E.I

t.t:



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**
Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir D.2

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Ibu Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : M. Angga Fikrul

NIM/ Jurusan : 1720602131 / Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 212 Mart Muhajirin

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Palembang, 25 Agustus 2022

Penguji Utama

Dekv Anwar, S.E., M.Si, Ph.D
NIP. 198207152008011015

Penguji Kedua

M. Junestrada Diem, S.E., M.Si
NIDN. 3010068202

Mengetahui
Wakil Dekan I

Dr. Rika Lidyah, S.E., M.Si., Ak.CA
NIP. 197504082003122001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Angga Fikrul

NIM : 1720602131

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere*, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Muhajirin

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksa oleh pihak manapun.

Palembang, 7 Juli 2022

Saya yang menyatakan



M. Angga Fikrul

NIM. 1720602131



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**


Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen 212 Mart Muhajirin.
Ditulis Oleh : M. Angga Fikrul
NIM : 1720602131

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, 25 Agustus 2022
Dekan,


Dr. Heri Jnnaidi, M.A.
NIP. 196907241998031006



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C.2

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan. dan koreksi terhadap naskah skripsi yang berjudul:

Pengaruh *Store Atmosphere*, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen 212 Mart Muhajirin

Yang ditulis oleh:

Nama : M. Angga Fikrul
NIM : 1720602131
Program : SI Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam ujian *Komprehensif* dan sidang *Munaqosyah* ujian skripsi.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pembimbing Utama

Palembang, 07 April 2022
Pembimbing Kedua

Emi Yulia Siska, S.E., M.Si
NIP. 197407012009012005

Muhammadinah, S.E., M.Si
NIDN. 0201067601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Jangan Sampai Masa Mudamu Menjadi Penyesalan Di Masa
Tuamu ”

(M. Angga Fikrul)

Kupersembahkan kepada :

- ❖ Kedua orang tuaku, Ibu dan Ayah saya tercinta yang selalu tiada hentinya memberikan doa, motivasi dan bimbingan serta selalu memberikan pelajaran hidup kepada saya.
- ❖ Ibu Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag., M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- ❖ Bapak Dr. Heri Junaidi, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
- ❖ Ibu Dr. Maftukhatusholikhah, M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah Palembang
- ❖ Pembimbing I saya, Ibu Emi Yulia Siska, S.E., M.Si dan Pembimbing II saya Bapak Muhammadinah, S.E., M.Si
- ❖ Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuanganku.
- ❖ Almamater tercinta.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	sa'	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ha'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	Kadan Ha
د	dal	d	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sh	Zet
ص	sad	ṣ	Es

ض	dad	ḍ	Esdan Ye
ط	ta'	ṭ	Es (dengan titik di bawah)
	za'	ẓ	
ظ	'ain	‘	De (dengan titik di bawah)
ع	gain	gh	Te (dengan titik di bawah)
غ	fa'	f	
ف	qaf	q	Zet (dengan titik di bawah)
ق	kaf	k	
ك	lam	l	Komater balik di atas
ل	mim	m	Ge
م	nun	n	Ef
ن	wawu	w	Qi
و	ha'	h	Ka
ه	hamzah	‘	El
ء	ya'	Y	Em
ي			En
			We
			Ha
			Apostrof
			Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

متعقد ين	ditulis	Muta'qqidin
عدة	ditulis	'iddah

C. Ta'marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	ditulis	Hibbah
جزية	ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al- auliya
----------------	---------	-----------------------

2. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakatulfitri
------------	---------	--------------

D. Vokal Pendek

/	Kasrah	ditulis	i
/	Fathah	ditulis	a
,	Dammah	ditulis	u

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	ditulis	A
جاهلية	ditulis	jahiliyyah
Fathah + ya' mati	ditulis	a
يسعى	ditulis	yas'a
Kasrah + ya' mati	ditulis	i
كريم	ditulis	karim
Dammah + wawumati	ditulis	u
فروض	ditulis	furud

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
بيتكم	ditulis	bainakum

Fathah + wawumati	ditulis	au
قول	ditulis	qaulun

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

النتم	ditulis	a'antum
اعدت	ditulis	u'iddat
لنن شكر	ditulis	la'insyakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyah

القران	ditulis	al-Qur'an
القياس	ditulis	al-Qiyas

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf / (el) nya.

السماء	ditulis	as-Sama
الشمس	ditulis	asy-Syam

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	ditulis	zawi al-furud
اهل السنة	ditulis	ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Investasi Reksadana Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang”**, sebagai upaya untuk melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada manusia paling mulia dengan keluhuran akhlakunya, yaitu Nabi Besar kita Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan akan tetapi harapan penulis yaitu dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membaca atau mungkin menjadi inspirasi untuk para penelitian-penelitian selanjutnya. Aamiin.

Selanjutnya dalam proses penulisan skripsi ini penulis menyadari tidak terlepas dari berbagai hambatan dan rintangan,

namun berkat bantuan dari berbagai pihak maka segala macam hambatan dan rintangan tersebut dapat teratasi dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada :

1. Teristimewa Kedua orang tua penulis, Ibu saya tercinta Sumiati yang sudah memberikan kasih dan sayang nya kepada penulis mulai dari kecil sampai sekarang, dan Ayah saya Fikrul A. Rais yang selalu memberikan arahan dan pelajaran hidup kepada penulis. Tanpa cinta, kasih sayang, motivasi dan bimbingan dari keluarga mungkin skripsi ini tidak dapat diselesaikan.
2. Ibu Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag., M.Si selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
3. Bapak Dr. H. Heri Junaidi, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
5. Ibu Disfa Lidian Handayani M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
6. Ibu Emi Yulia Siska, S.E., M.Si selaku Pembimbing Utama penulis yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan saran, bimbingan, arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

7. Bapak Muhammadiyah, S.E., M.Si selaku Pembimbing II penulis yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan saran, bimbingan, dan motivasi serta pengarahan yang sabar dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah banyak berperan aktif dalam menyumbangkan ilmu, wawasan dan pengetahuan kepada penulis, dan para Staf Administrasi, dan Pengurus Perpustakaan yang telah memberikan bantuannya selama ini.
9. Sabahat-sahabat Green Force EKI 4 (Aldo, Mukti, Arifin, Aldi, Michael, Petrawangsyah, Naufal, Prasetyo, Selvin, dan Yudha) terima kasih untuk waktu suka dan duka kalian selama perkuliahan, dan terima kasih telah menjadi teman buat penulis serta memberikan, semangat, dukungan, motivasi, hiburan dan kesolidaritasnya kepada penulis selama masa perkuliahan sampai sekarang hingga penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas jasa dan kebaikan serta tergapai semua cita-cita kalian semua.
10. Teman-teman seperjuangan Eksyar 4 2017 semasa kuliah, yang selalu memberikan motivasi dan doanya serta selalu menjadi semangat dalam menjalani perkuliahan sehari-hari, semoga Allah SWT membalas semua jasa dan kebaikan kalian semua.

11. Teman-teman se-angkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan motivasi dan dukungannya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini sampai selesai dengan sangat baik.

Semoga Allah SWT melimpahkan segala rahmat, karunia serta hidayah-Nya kepada mereka semua untuk membalas segala kebaikan baik dunia maupun di akherat.

Terakhir penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa dan masyarakat luas pada umumnya.

Wassalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Palembang, 13 Maret 2022

Penulis,



M. Angga Fikrul

NIM. 1720602131

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN IZIN PENJILIDAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
NOTA DINAS.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Batasan Masalah.....	14
F. Sistematika Penulisan.....	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori Perilaku Terencana	16
B. Keputusan Pembelian Konsumen	17

1.	Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.	Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	20
C.	<i>Store Atmosphere</i>	21
1.	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	21
2.	<i>Store Atmosphere</i> Dalam Islam.....	22
3.	Indikator <i>Store Atmosphere</i>	24
D.	Promosi	27
1.	Pengertian Promosi	27
2.	Promosi Dalam Islam	28
3.	Tujuan Promosi	30
4.	Indikator Promosi.....	31
E.	Kepercayaan.....	33
1.	Pengertian Kepercayaan.....	33
2.	Kepercayaan Dalam Islam	35
3.	Indikator Kepercayaan	38
F.	Penelitian Terdahulu	40
G.	Pengembangan Hipotesis	47
1.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	47
2.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	49
3.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	50
H.	Kerangka Pemikiran.....	52

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	54
B. Desain Penelitian.....	54
C. Jenis dan Sumber Data.....	54
D. Populasi dan Sampel.....	55
1. Populasi.....	55
2. Sampel.....	56
E. Teknik Pengumpulan Data.....	57
F. Variabel Penelitian.....	58
G. Definisi Operasional Variabel.....	59
H. Instrumen Penelitian.....	64
1. Uji Validitas.....	64
2. Uji Reliabilitas.....	64
I. Teknik Analisis Data.....	65
1. Uji Asumsi Klasik.....	65
a. Uji Normalitas.....	65
b. Uji Linearitas.....	66
c. Uji Multikolinearitas.....	66
d. Uji Heteroskedastisitas.....	67
2. Uji persamaan Regresi Linear Berganda.....	68
3. Uji Hipotesis.....	69
a. Uji Korelasi (Uji R).....	69
b. Uji Deteminasi (Uji R ²).....	70
c. Uji Parsial (Uji T).....	71

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	73
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
a. Sejarah Singkat 212 Mart.....	73
b. Visi	74
c. Misi	74
d. Tujuan	74
e. Ciri Khas 212 Mart	74
2. Identitas Responden	75
a. Jenis Kelamin	75
b. Usia.....	76
c. Pekerjaan	77
3. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian.....	78
a. <i>Store Atmosphere</i>	78
b. Promosi.....	80
c. Kepercayaan	82
d. Keputusan Pembelian Konsumen.....	82
4. Hasil Analisis Data.....	84
a. Instrumen Penelitian	84
1) Uji Validitas	84
2) Uji Reabilitas	85
b. Uji Asumsi Klasik	86
1) Uji Normalitas	86
2) Uji Linieritas.....	87
3) Uji Multikolinearitas	89

4) Uji Heterokedasitas	90
c. Uji Regresi Linier Berganda.....	91
d. Uji Hipotesis	93
1) Uji Korelasi (R)	93
2) Uji Determinasi (R ²).....	94
3) Uji Parsial (T)	95
B. Pembahasan Hasil Penelitian	98
1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	98
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	100
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	101
 BAB V KESIMPULAN	
A. Simpulan	103
B. Saran.....	104
 DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: <i>Reserach Gap Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	9
Tabel 1.2	: <i>Reserach Gap Promosi</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	10
Tabel 1.3	: <i>Reserach Gap Kepercayaan</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	11
Tabel 3.1	: Skala Likert	58
Tabel 3.2	: Definisi Operasional Variabel	62
Tabel 4.1	: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2	: Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.3	: Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.4	: Deskriptif Statistik Variabel <i>Store Atmosphere</i>	78
Tabel 4.5	: Deskriptif Statistik Variabel Promosi.....	80
Tabel 4.6	: Deskriptif Statistik Variabel Kepercayaan ...	81
Tabel 4.7	: Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	83
Tabel 4.8	: Hasil Uji Validitas	84
Tabel 4.9	: Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4.10	: Hasil Uji Normalitas.....	86
Tabel 4.11	: Hasil Uji Linieritas <i>Store Atmosphere</i>	87
Tabel 4.12	: Hasil Uji Linieritas Promosi.....	88
Tabel 4.13	: Hasil Uji Linieritas Kepercayaan	88

Tabel 4.14	: Hasil Uji Multikolinieritas.....	89
Tabel 4.15	: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90
Tabel 4.16	: Hasil Uji Regresi Linier Berganda	91
Tabel 4.18	: Hasil Uji Korelasi (Uji R)	94
Tabel 4.18	: Hasil Uji Determinasi (Uji R^2).....	94
Tabel 4.19	: Hasil Uji Parsial (Uji T)	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Keuntungan Jika Berbelanja di 212 Mart.....	7
Gambar 2.1	: Kerangka Pemikiran	55