

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN
TERHADAP LINGKUNGAN TOKO PAMELLA**

SKRIPSI



ditulis oleh

**Nama : Krisna Ramadhan
Nomor mahasiswa : 99311116
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN
TERHADAP LINGKUNGAN TOKO PAMELLA**

SKRIPSI

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,**

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



oleh

**Nama : Krisna Ramadhan
Nomor mahasiswa : 99311116
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2004**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

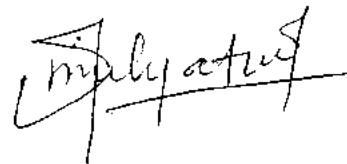
Yogyakarta, 12 April 2004
Penulis,

Krisna Ramadhan

**Analisis Sikap Konsumen
terhadap Lingkungan Toko Pamella**

Nama : Krisna Ramadhan
Nomor mahasiswa : 99311116
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 12 April 2004
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Dra. Sri Mulyati, Msi.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

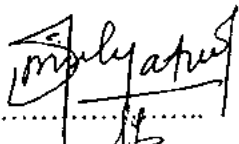
ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP LINGKUNGAN TOKO PAMELLA

Disusun Oleh: KRISNA RAMADHAN
Nomor mahasiswa: 99311116

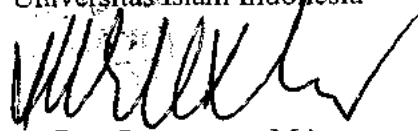
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 13 Mei 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : DRA. SRI MULYATI, M.SI

Penguji : DRA. NURFAUZIAH, MM


.....
.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia


Drs. Suwarsono, MA

ABSTRAK

Dewasa ini persaingan bisnis dalam berbagai industri begitu ketat seiring dengan pesatnya laju pembangunan, termasuk didalamnya persaingan bisnis retail mulai dari toko eceran kecil hingga toko eceran besar. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan retail untuk dapat menarik konsumen agar datang dan membeli serta menjadi langganan usaha retailnya dapat dengan menciptakan lingkungan toko yang menarik, nyaman serta menyenangkan. Untuk itu peneliti mencoba meneliti bagaimana sikap konsumen terhadap lingkungan Toko Pamela dan meneliti apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap lingkungan toko berdasarkan karakteristik konsumen.

Data diperoleh melalui teknik simple random sampling dari 100 responden yang pernah berbelanja di Toko Pamela. Data dianalisis dengan menggunakan uji kai kuadrat atau chi squares, koefisien kontigensi dan formulasi fishbein.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap lingkungan Toko Pamela dan tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap lingkungan toko berdasarkan usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan. Untuk variabel jenis kelamin tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap lingkungan toko pada variabel image external, daya tarik penglihatan, daya tarik suara, daya tarik aroma dan daya tarik tema, sedangkan untuk variabel image internal toko terdapat perbedaan sikap konsumen yang ditunjukkan oleh analisis kai kuadrat

Dengan demikian bagi Toko Pamela Perlu untuk mempertahankan penilaian yang diberikan oleh konsumen dan dapat meningkatkan kualitas terhadap variabel variabel lingkungan toko yang masih perlu untuk ditingkatkan.

Kata Pengantar

Assalamu' alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, karena dengan rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis sikap konsumen terhadap lingkungan Toko Pamela”.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara sikap konsumen terhadap atribut lingkungan toko dan untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap lingkungan toko berdasarkan karakteristik konsumen. Selain itu skripsi ini juga disusun guna melengkapi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sedalam dalam nya kepada:

1. Bapak Drs. Suwarsono, Ma selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Dra. Sri Mulyati, Msi selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga tersusunnya karya tulis ini.
3. Bapak dan Ibu serta adik ku
4. Om Guntoro yang telah banyak membantu dan memberikan semangat untuk terselesaikannya skripsi ini
5. Mas Agung Sekeluarga Yang memberikan dorongan semangat dan motivasi
6. Pak Agus Susanto Yang juga membantu dalam tahap awal pembuatan karya tulis ini

7. Luluk dan Hamdi Yang banyak membantu dalam pengetikan skripsi ini
8. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Harapan penulis pada skripsi ini adalah semoga bermanfaat bagi kepentingan fakultas ekonomi, perusahaan dan pihak yang membutuhkan.

Wassalamu' alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 April 2004

Penulis

(Krisna Ramadhan)

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	ii
Halaman Judul Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iv
Halaman Pengesahan Skripsi.....	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar tabel	xvi
Daftar Gambar.....	xix
Daftar Lampiran.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	4
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7

2.2 Pengertian Pemasaran.....	7
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.4 Strategi Pemasaran.....	9
2.4.1 Konsumen yang Menjadi Target.....	9
2.4.2 Menentukan Keinginan Konsumen.....	10
2.4.3 Marketing Mix.....	10
2.5 Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Konsumen.....	12
2.6 Perilaku Konsumen.....	13
2.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku konsumen.....	14
2.7.1 Faktor Pengaruh Lingkungan.....	15
2.7.2 Perbedaan Individu.....	18
2.7.3 Proses Psikologi.....	21
2.8 Proses Pengambilan Keputusan.....	24
2.9 Lingkungan Toko.....	27
2.10 Model Empiris.....	31
2.11 Formulasi Hipotesis.....	32
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
3.2 Strukur Organisasi.....	34
3.3 Jam Hari Kerja.....	35
3.4 Sistem Pengupahan dan Fasilitas Karyawan.....	36
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional variabel.....	36
3.6 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	38

3.7 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.8 Populasi dan Sampel.....	39
3.8.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.8.2 Penentuan Jumlah Sampel.....	39
3.9 Teknik Analisis	40

BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Analisis Kualitatif.....	45
4.1.1 Karakteristik Responden.....	45
4.1.2 Karakteristik Responden terhadap Penilaian Variabel	
Lingkungan Toko Pamella.....	49
4.2 Analisis Kuantitatif.....	66
4.2.1 Uji Chi Square.....	66
4.2.1.1 Penilaian Responden terhadap Atribut Image External Toko Pamella	
berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.2.1.2 Penilaian Responden terhadap Variabel Image Internal Toko	
pada Lingkungan Toko Pamella Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.2.1.3 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Penglihatan	
pada Lingkungan Toko Pamella berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2.1.4 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara	
pada Lingkungan Toko Pamella Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.2.1.5 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma	
pada Lingkungan Toko Pamella Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79

4.2.1.6 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Tema pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.2.1.7 Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Usia.....	86
4.2.1.8 Penilaian Responden terhadap Variabel Image Internal Toko pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Usia.....	89
4.2.1.9 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Penglihatan pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Usia.....	93
4.2.1.10 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Usia.....	97
4.2.1.11 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Usia.....	100
4.2.1.12 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Tema pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Usia.....	104
4.2.1.13 Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	107
4.2.1.14 Penilaian Responden terhadap Variabel Image Internal Toko pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	111
4.2.1.15 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Penglihatan pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	115
4.2.1.16 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	119
4.2.1.17 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma	

pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	122
4.2.1.18 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Tema	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	126
4.2.1.19 Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	130
4.2.1.20 Penilaian Responden terhadap Variabel Image Internal Toko	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	134
4.2.1.21 Penilaian Responden terhadap variabel Daya Tarik Penglihatan	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	138
4.2.1.22 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	143
4.2.1.23 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	147
4.2.1.24 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Tema	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	151
4.2.1.25 Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	156
4.2.1.26 Penilaian Responden terhadap Variabel Image Internal Toko	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	160
4.2.1.27 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Penglihatan	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	164
4.2.1.28 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	168

4.2.1.29 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	172
4.2.1.30 Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Tema	
pada Lingkungan Toko Pamela berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	176
4.2.2. Formulasi Fishbein.....	181

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	186
5.2. Saran.....	187

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Karakteristik Responden Toko Pamella berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2 Karakteristik Responden Toko Pemella berdasarkan Tingkat Usia.....	46
4.3 Karakteristik Responden Toko Pemella berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	46
4.4 Karakteristik Responden Toko Pemella berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	47
4.5 Karakteristik Responden Toko Pemella berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	48
4.6 Penilaian Responden terhadap Variabel Lingkungan Toko Pamella berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.7 Penilaian Responden terhadap Variabel Lingkungan Toko Pamella berdasarkan Usia.....	52
4.8 Penilaian Responden terhadap Variabel Lingkungan Toko Pamella berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
4.9 Penilaian Responden terhadap Variabel Lingkungan Toko Pamella berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	59
4.10 Penilaian Responden terhadap Variabel Lingkungan Toko Pamella berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	63
4.11 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variable Image External Toko berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.12 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variable Image Internal Toko berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.13 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variable Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
4.14 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
4.15 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma berdasarkan Jenis Kelamin.....	80

4.16 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Tema berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
4.17 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variable Image External Toko berdasarkan Usia.....	86
4.18 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Image Internal Toko berdasarkan Usia.....	90
4.19 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Usia.....	94
4.20 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara berdasarkan Usia.....	97
4.21 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma berdasarkan Usia.....	100
4.22 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variable Daya Tarik Tema berdasarkan Usia.....	104
4.23 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	107
4.24 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	111
4.25 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Tingkat Pendidikan	114
4.26 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	118
4.27 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	121
4.28 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Tema berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	125
4.29 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	129
4.30 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	134
4.31 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap	

Variabel Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	137
4.32 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	142
4.33 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	146
4.34 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Tema berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	150
4.35 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	154
4.36 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Image External Toko berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	157
4.37 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Tingkat Pendapatan	161
4.38 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Suara berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	165
4.39 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Aroma berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	169
4.40 Perhitungan Chi Square Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Tarik Tema berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	172
4.41 Rekapitulasi Penerimaan dan Penolakan Ho.....	175
4.42 Rekapitulasi Derajat Hubungan antara Variabel Variabel yang Diteliti.....	175
4.43 Penilaian keyakinan konsumen (bi) terhadap variabel lingkungan Toko Pamela.....	177
4.44 Penilaian Evaluasi Konsumen (ei) terhadap Variabel Lingkungan Toko Pamela.....	178
4.45 Perhitungan Sikap Konsumen (AO) terhadap Variabel Lingkungan Toko Pamela.....	179

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Tahap Pengambilan Keputusan.....	24
2.2 Model Empiris.....	31
3.1 Struktur Organisasi Toko Pamella.....	34
3.2 Kurva Distribusi Chi Square.....	42
4.1 Kurva Distribusi Chi Square.....	67
4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel Image External Toko berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel Image Internal Toko berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel Daya Tarik Suara berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel Daya Tarik Aroma berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.7 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel Daya Tarik Tema berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
4.8 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel Image external Toko berdasarkan Usia.....	88
4.9 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel Image internal Toko berdasarkan Usia.....	92

4.10 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Usia.....	96
4.11 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Suara berdasarkan Usia.....	99
4.12 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Aroma berdasarkan Usia.....	103
4.13 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Tema berdasarkan Usia.....	106
4.14 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Image External Toko berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	110
4.15 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Image Internal Toko berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	114
4.16 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	118
4.17 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Suara berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	121
4.18 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Aroma berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	125
4.19 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Tema berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	129
4.20 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Image External Toko berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	133
4.21 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	

Image Internal Toko berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	137
4.22 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	142
4.23 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Suara berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	146
4.24 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Aroma berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	150
4.25 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Tema berdasarkan Jenis Pekerjaan	155
4.26 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Image External Toko berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	159
4.27 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Image Internal Toko berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	163
4.28 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Penglihatan berdasarkan Tingkat Pendapatan	167
4.29 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Suara berdasarkan Tingkat Pendapatan	171
4.30 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Aroma berdasarkan Tingkat Pendapatan	175
4.31 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho terhadap Variabel	
Daya Tarik Tema berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	179

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

I Kuesioner

II Uji Validitas dan Reabilitas.

III Tabel Nilai X^2