

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAKSI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | vi |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 4 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 5 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| 2.1 Pengertian Pemasaran | 6 |
| 2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran | 7 |
| 2.1.2 Konsep Pemasaran | 7 |
| 2.1.3 Bauran Pemasaran | 8 |
| 2.1.4 Segmentasi Pemasaran | 8 |
| 2.2 Perilaku Konsumen | 9 |

| | | |
|--|---|----|
| 2.2.1 | Pengertian Perilaku Konsumen..... | 9 |
| 2.2.2 | Model Perilaku Konsumen | 11 |
| 2.3 | Proses Keputusan Membeli..... | 15 |
| 2.4 | Hipotesis | 17 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 19 |
| 3.2 | Lokasi Penelitian | 19 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel | 19 |
| 3.3.1 | Populasi | 19 |
| 3.3.2 | Sampel..... | 20 |
| 3.4 | Jenis Dan Sumber Data | 21 |
| 3.5 | Metode Analisis Data | 22 |
| 3.5.1 | Analisis Kualitatif | 22 |
| 3.5.2 | Analisis Kuantitatif | 22 |
| 3.6 | Definisi Operasioanal dan Pengukuran variabel | 27 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | | |
| 4.1 | Sejarah Berdirinya Perusahaan | 29 |
| 4.2 | Tujuan Didirikannya Swalayan BINTER | 29 |
| 4.3 | Lokasi Perusahaan | 30 |
| 4.4 | Struktur Organisasi Perusahaan | 30 |
| 4.5 | Personalia | 34 |
| 4.6 | Pemasaran | 38 |
| 4.7 | Gambaran Umum Responden | 39 |

| | | |
|-------|------------------------------------|----|
| 4.7.1 | Usia Responden | 39 |
| 4.7.2 | Pendidikan Responden | 40 |
| 4.7.3 | Pekerjaan Responden | 41 |
| 4.7.4 | Tingkat Pendapatan Responden | 42 |

BAB V ANALISIS DATA

| | | |
|-------|--|----|
| 5.1 | Analisis Kualitatif | 44 |
| 5.1.1 | Variabel Kelengkapan barang Terhadap Keputusan Konsumen | 44 |
| 5.1.2 | Variabel Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen | 45 |
| 5.1.3 | Variabel Harga Terhadap Keputusan Konsumen | 47 |
| 5.1.4 | Variabel Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen | 49 |
| 5.2 | Analisis Kuantitatif | 51 |
| 5.2.1 | Hubungan Antara Kelengkapan Barang dengan Keputusan Konsumen | 51 |
| 5.2.2 | Hubungan Antara Pelayanan dengan Keputusan Konsumen | 55 |
| 5.2.3 | Hubungan Antara Harga dengan Keputusan Konsumen . | 58 |
| 5.2.4 | Hubungan Antara Lokasi dengan Keputusan Konsumen | 62 |
| 5.2.5 | Variabel Yang Paling Dominan Berhubungan dengan Keputusan Konsumen dalam melakukan Pembelian | 65 |
| 5.3 | Implikasi Strategi | 66 |

BAB VI PENUTUP

| | |
|----------------------|----|
| 6.1 Kesimpulan | 70 |
| 6.2 Saran | 72 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

