

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian.....	14
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian.....	14
1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian .....	16
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	16
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	16

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

2.1 Kajian Pustaka .....	18
2.1.1 Pengertian Manajemen .....	18
2.1.1.1 Fungsi Manajemen .....	19
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen .....	20
2.1.1.3 Fungsi Bisnis .....	22
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	23
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	24
2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	25

2.1.4.1	Unsur-Unsur Bauran Pemasaran .....	27
2.1.4.2	Pengertian Ritel .....	28
2.1.4.3	Tipe-Tipe Ritel .....	29
2.1.4.4	Unsur-Unsur Bauran Ritel.....	33
2.1.5	Pengertian Lokasi .....	38
2.1.5.1	Fungsi Lokasi .....	39
2.1.5.2	Dimensi Pertimbangan Pemilihan Lokasi .....	40
2.1.5.3	Faktor Daya Tarik Lokasi.....	41
2.1.6	Promosi.....	42
2.1.6.1	Pengertian Promosi.....	42
2.1.6.2	Tujuan Promosi.....	43
2.1.6.3	Bauran Promosi .....	44
2.1.6.4	Promosi Penjualan .....	47
2.1.6.5	Tujuan Promosi Penjualan.....	48
2.1.6.6	Dimensi Promosi Penjualan.....	49
2.1.7	Perilaku Konsumen.....	50
2.1.7.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	51
2.1.7.2	Model Perilaku Konsumen .....	53
2.1.7.3	Proses Keputusan Pembelian.....	54
2.1.7.4	Keputusan Pembelian .....	56
2.1.7.5	Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen ....	57
2.1.8	Penelitian Terdahulu.....	58
2.2	Kerangka Pemikiran .....	65
2.2.1	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	66

2.2.2	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	66
2.2.3	Pengaruh Lokasi dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	67
2.3	Hipotesis .....	68
2.3.1	Hipotesis Simultan dan Parsial .....	69

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	70
3.2	Definisi dan Operasional Variabel Penelitian .....	71
3.2.1	Definisi Variabel Penelitian.....	71
3.2.1.1	Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	72
3.2.1.2	Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	72
3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	73
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	78
3.3.1	Populasi.....	78
3.3.2	Sampel .....	79
3.3.3	Teknik Sampling.....	80
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	81
3.4.1	Uji Validitas.....	82
3.4.1.1	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	84
3.4.2	Uji Reliabilitas .....	86
3.4.2.1	Hasil Uji Reliabilitas Variable Penelitian.....	88
3.4.3	<i>Method Of Seccesive Interval</i> (MSI) .....	89
3.5	Metode Analisis dan Uji Hipotesis.....	90
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	91

3.5.2	Analisis Verifikatif .....	93
3.5.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	93
3.5.2.2	Analisis Korelasi Berganda .....	94
3.5.3	Uji Hipotesis .....	95
3.5.3.1	Uji Hipotesis Simultan ( Uji F ).....	95
3.5.3.2	Uji Hipotesis Parsial ( Uji T ).....	96
3.7.2.5	Koefesien Determinasi.....	97
3.6	Rancangan Kuisisioner.....	98
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	99

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian.....	100
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	100
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan .....	100
4.1.1.2	Logo <i>Distro</i> Dozsky .....	101
4.1.1.3	Visi dan Misi <i>Distro</i> Dozsky .....	102
4.1.1.4	Struktur Organisasi <i>Distro</i> Dozsky.....	103
4.1.1.5	Deskripsi Jabatan.....	104
4.1.2	Pelaksanaan Lokasi Pada <i>Distro</i> Dozsky .....	105
4.1.3	Pelaksanaan Promosi Penjualan Pada <i>Distro</i> Dozsky ..	105
4.1.4	Karakteristik Responden <i>Distro</i> Dozsky .....	105
4.1.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	106
4.1.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	106
4.1.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Atau Uang Saku Per Bulan.....	107

4.1.5	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	107
4.1.5.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Lokasi.....	108
4.1.5.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi Penjualan .....	113
4.1.5.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	117
4.1.6	Hasil Analisis Verifikatif.....	122
4.1.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	122
4.1.6.2	Analisis Korelasi Berganda .....	124
4.1.6.3	Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	125
4.1.6.4	Uji Hipotesis Parsial (Uji T) .....	126
4.1.6.5	Koefisien Determinasi .....	128
4.2	Pembahasan .....	130
4.2.1.	Pembahasan Deskriptif .....	130
4.2.2.	Pembahasan Verifikatif .....	132
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan.....	136
5.2	Saran .....	137
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>140</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>144</b>

## DAFTAR TABEL

NO	JUDUL	HAL
1. 1	Kontribusi Industri Kreatif Kota Bandung 2017.....	3
1. 2	Industri Kreatif <i>Fashion</i> di Kota Bandung 2017.....	4
1. 3	<i>Market Share Distro</i> di kota Bandung 2017 .....	6
1. 4	Volume Penjualan <i>Distro</i> Dozsky.....	7
1. 5	Penelitian Pendahuluan Mengenai Keputusan Pembelian dan Minat Beli .....	8
1. 6	Hasil Penelitian Pendahuluan Penyebab Menurunnya Keputusan Pembelian .....	9
2. 1	Penelitian Terdahulu .....	58
3. 1	Operasional Variabel.....	73
3. 2	Jumlah Konsumen Dalam 3 Bulan Terakhir Pada Tahun 2018.....	78
3. 3	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1).....	84
3. 4	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X2) .....	85
3. 5	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	85
3. 6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1), Promosi Penjualan (X2) dan Keputusan Pembelian (Y).....	89
3. 7	Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert .....	91
3. 8	Kategori Skala .....	92
3. 9	Taksiran Besarnya Koefisien Korelasi .....	94
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	106
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	106
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Atau Uang Saku Per Bulan .....	107
4. 4	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Akses Transportasi Umum.....	108
4. 5	Tanggapan Responden Mengenai Alternatif Akses Jalan Menuju Lokasi .....	108
4. 6	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Menemukan Lokasi .....	109

4. 7	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Melihat Lokasi Dengan Jelas.....	109
4. 8	Tanggapan Responden Mengenai Arus Lalu Lintas Menuju <i>Distro</i> Dozsky.....	110
4. 9	Tanggapan Responden Mengenai Keramaian Lalu Lintas .....	110
4. 10	Tanggapan Responden Mengenai Luas Tempat Parkir .....	111
4. 11	Tanggapan Responden Mengenai Kenyamanan Tempat Parkir .....	111
4. 12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi ( $X_1$ )	112
4. 13	Tanggapan Responden Mengenai Display Beberapa Contoh Produk .	113
4. 14	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Pemberian Kupon .....	114
4. 15	Tanggapan Responden Mengenai <i>Distro</i> Dozsky Memberikan Potongan Harga .....	114
4. 16	Tanggapan Responden Mengenai <i>Distro</i> Dozsky Memberikan Barang Gratis Apabila Konsumen Membeli Suatu Produk.....	115
4. 17	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Konsumen Dalam Pemberian Pengambilan Dana Tunai ( <i>Cashback</i> ).....	115
4. 18	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Undian .....	116
4. 19	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi Penjualan ( $X_2$ ).....	116
4. 20	Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Produk <i>Distro</i> Dozsky ..	118
4. 21	Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Atas Nama <i>Distro</i> Dozsky.....	118
4. 22	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Ketersediaan Produk <i>Distro</i> Dozsky.....	119
4. 23	Tanggapan Responden Mengenai Jumlah Pembelian Berdasarkan Kebutuhan .....	119
4. 24	Tanggapan Responden Mengenai Siklus Pembelian Secara Rutin Produk <i>Distro</i> Dozsky Dalam Waktu Tertentu .....	120
4. 25	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Metode Pembayaran..	120
4. 26	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	121

4. 27	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	123
4. 28	Hasil Analisis Korelasi Berganda .....	124
4. 29	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	124
4. 30	Uji Hipotesis Simultan .....	126
4. 31	Uji Hipotesis Parsial.....	127
4. 32	Koefisien Determinasi Simultan .....	128
4. 33	Koefisien Determinasi Parsial.....	129



## DAFTAR GAMBAR

NO	JUDUL	HAL
2. 1	Model Perilaku Konsumen.....	53
2. 2	Proses Keputusan Pembelian .....	54
2. 3	Paradigma Penelitian.....	68
3. 1	Garis Kontinum .....	93
4. 1	Logo <i>Distro</i> Dozsky .....	101
4. 2	Struktur Organisasi <i>Distro</i> Dozsky .....	103
4. 3	Garis Kontinum Lokasi ( $X_1$ ) .....	112
4. 4	Garis Kontinum Promosi Penjualan ( $X_2$ ) .....	117
4. 5	Garis Kontinum Keputusan Pembelian (Y) .....	122

## DAFTAR LAMPIRAN

NO	JUDUL	HAL
1.	Surat Keputusan Dekan.....	144
2.	Kartu Perkembangan Bimbingan Skripsi.....	145
3.	Kartu Nonton Sidang .....	147
4.	Kuesioner Penelitian .....	148
5.	Tabulasi Data .....	153
6.	Hasil Analisis SPSS .....	158
7.	<i>Curriculum Vitae</i> .....	169