**DAFTAR ISI**

**Lembar Pengesahan**

**ABSTRAK i**

**KATA PENGANTAR iii**

**DAFTAR ISI iv**

**DAFTAR TABEL vii**

**DAFTAR GAMBAR viii**

**DAFTAR LAMPIRAN ix**

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian 17

 1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian 17

 1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian 18

1.3 Tujuan Penelitian 18

1.4 Kegunaan Penelitian 19

1.4.1 Kegunaan Penelitian Praktis 19

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

2.1 Kajian Pustaka 20

2.1.1 Pengertian Manajemen 20

 2.1.1.1FungsiManajemen 21

 2.1.1.2 Fungsi Bisnis 22

 2.1.2 Pengertian Pemasaran 23

 2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran 24

2.1.4 Bauran Pemasaran 26

 2.1.5 Harga 27

 2.1.5.1 Dimensi dan Indikator Harga 28

 2.1.5.2 Peranan Harga 29

 2.1.5.3 Metode Penetapan Harga 30

 2.1.5.4 Tujuan Penetapan Harga 32

 2.1.6 Promosi 32

 2.1.6.1 Pengertian Promosi 33

 2.1.6.2 Tujuan Promosi 34

 2.1.6.3 Bauran Promosi 34

 2.1.7 Pengertian Ritel 39

 2.1.7.1 Tipe-tipe Ritel 40

 2.1.7.2 Bauran Ritel 45

 2.1.8 Perilaku Konsumen 46

 2.1.8.1 Metode Perilaku Konsumen 47

 2.1.8.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 48

 2.1.9 Keputusan Pembelian 51

 2.1.9.1 Pengertian Keputusan Pembelian 52

 2.1.9.2 Proses Keputusan Pembelian 53

 2.1.9.3 Model dan Pengambilan Keputusan Pembelian 54

 2.1.9.4 Dimensi Keputusan Pembelian 55

 2.1.10 Penelitian Terdahulu 56

2.2 Kerangka Pemikiran 65

 2.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian 66

 2.2.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian 68

 2.2.3 Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian 70

2.3 Hipotesis 72

 2.3.1 Hipotesis Simultan dan Parsial 73

**BAB III HASIL METODE PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan 74

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian 75

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian 75

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian 76

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling 80

3.3.1 Populasi 80

3.3.2 Sampel 81

3.3.3 Teknik Sampling 83

3.4 Teknik Pengumpulan Data 83

 3.4.1 Uji Validitas 85

 3.4.2 Uji Realibilitas 86

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis 88

 3.5.1 Analisis Deskritiftif 89

 3.5.2 Analisis Verifikatif 91

 3.5.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda 91

 3.5.2.2 Analisis Kolerasi Berganda 92

 3.5.3 Uji Hipotesis 93

 3.5.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) 93

 3.5.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T) 94

 3.5.3.3 Koefisien Determinasi 95

3.6 Rancangan Kuesioner 96

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian 97

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian 104

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 104

4.1.1.1 Sejarah Perusahaan Teras Distro Reclays 104

4.1.1.2 Logo Distro Reclays 106

4.1.1.3 Visi dan Misi Distro Reclays 106

4.1.1.4 Struktur Organisasi Distro Reclays 107

4.1.2 Karakteristik Responden 109

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 110

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 111

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk 112

4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 112

4.1.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 113

4.1.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga (X1) 113

4.1.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X2) 119

4.1.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 130

4.1.4 Hasil Analisis Verifikatif Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Distro Reclays 135

4.1.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda 135

4.1.4.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda 137

4.1.4.3 Pengujian Hipotesis 138

4.1.4.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 138

4.1.4.3.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T) 140

4.1.4.3 Analisis Koefisien Determinasi 142

4.2 Pembahasan 144

4.2.1 Pembahasan Deskriptif 145

4.2.2 Pembahasan Verifikatif 148

4.2.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian 148

4.2.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 150

4.2.2.3 Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 152

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan 155

5.2 Saran 156

**DAFTAR PUSTAKA 157**

**LAMPIRAN - LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

**No. JUDUL HALAMAN**

1.1 Kontribusi Industri Kreatif Kota Bandung 2018 3

1.2 Intdustri Kreatif Fashion di Kota Bandung 4

1.3 Market Share Distro Tahun 2018 5

1.4 Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Keputusan Pembelian Berdasarkan Kunjungan Distro 6

1.5 Data Penjualan Produk di Beberapa Cabang Distro Reclays Bulan Juli- September 2018 7

1.6 Data Penjualan Distro Reclays 8

1.7 Target dan Realiasasi Penjualan Produk di Distro Reclays Bandung Periode Januari-Desember 2018 10

1.8 Penelitian Pendahuluan Mengenai Keputusan Pembelian 11

1.9 Hasil Penelitiann Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran di Distro reclays Bandunng 13

2.1 Penelitian Terdahulu 57

3.1 Operasionalisasi Variabel 77

3.2 Jumlah Pengunjung Distro Reclays Tahun 2017-Agustus 2019 81

3.3 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert 89

3.4 Kategori Skala 90

3.5 Taksiran Besarnya Koefesien Korelasi 92

4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 110

4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 111

4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk 112

4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 112

4.5 Tanggapan Responden Mengenai Harga Distro Reclays Lebih Murah dibanding Produk Lain 114

4.6 Tanggapan Responden Mengenai Harga yang ditawarkan Sesuai dengan Kualitas Distro Reclays 115

4.7 Tanggapan Responden Mengenai Jika Harga Distro Reclays Turun Saya Lebih Memilih Menggunakan Produk Reclays 115

4.8 Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk Reclays Mampu Bersaing dengan Produk ditempat Lain yang Sejenis 116

4.9 Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk Reclays Terjangkau Oleh Konsumen 117

4.10 Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk Reclays tidak Sebanding dengan Manfaat yang diperoleh 117

4.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harga (X1) 118

4.12 Tanggapan Responden Mengenai Informasi Reclays Mudah Didapat 119

4.13 Tanggapan Responden Mengenai Informasi yang Disampaikan Reclays Mudah Dipahami 120

4.14 Tanggapan Responden Mengenai Potongan Harga yang Menarik 121

4.15 Tanggapan Responden Mengenai Bonus yang Diberikan Menarik 120

4.16 Tanggapan Responden Mengenai Katalog yang Menarik 122

4.17 Tanggapan Responden Mengenai Informasi Mudah Didapatkan di Internet 123

4.18 Tanggapan Responden Mengenai SPB/SPG Sangat ramah 123

4.19 Tanggapan Responden Mengenai Informasi yang Disampaikan Jelas 124

4.20 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Event yang Tepat 124

4.21 Tanggapan Responden Mengenai Reclays Menggunakan Aplikasi *Smartphone* 125

4.22 Tanggapan Responden Mengenai Informasi Sangat Mudah Didapatkan Melalui Majalah 126

4.23 Tanggapan Responden Mengenai *Costumer Service* Cepat tanggap 126

4.24 Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Media Sosial yang Tepat 127

4.25 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Produk Secara Online Sangat Mudah 128

4.26 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X2) 128

4.27 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk yang Bagus 130

4.28 Tanggapan Responden Mengenai Produk Reclays Beragam 131

4.29 Tanggapan Responden Mengenai Harga yang Terjangkau 131

4.30 Tanggapan Responden Mengenai Sering Melakukan Pembelian Produk 132

4.31 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Lebih dari Satu Kali 132

4.32 Tanggapan Responden Mengenai Metode Pembayaran yang Mudah 133

4.33 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y) 133

4.34 Analisis Regresi Linier Berganda 136

4.35 Koefisien Korelasi Berganda 137

4.36 Interpretasi Terhadap Hubungan Kolerasi 137

4.37 Hasil Pengujian Statistik Uji F 139

4.38 Hasil Pengujian Statistik Uji T 140

4.39 Pengaruh Koefisien Determinasi Simultan 142

4.40 Pengaruh Koefisien Determinasi Parsial 143

**DAFTAR GAMBAR**

**No. JUDUL HALAMAN**

2.1 Model Perilaku Konsumen 48

2.2 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Kotler dan Keller (2016:195) 53

2.3 Paradigma Penelitian 72

3.1 Garis Kontinum 90

4.1 Logo Distro Reclays 106

4.2 Struktur Organisasi Distro Reclays 108

4.3 Garis Kontinum Variabel Harga 119

4.4 Garis Kontinum Variabel Promosi 129

4.5 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian 134

**DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keputusan Dekan 101

2. Kartu Perkembangan Bimbingan Skripsi 103

3. Kartu Perkembangan Penelitian Skripsi 104

4. Kartu Bukti Mengikuti Kegiatan Ujian SUP dan Sidang Akhir 105

5. Kuesioner Pra Survey 106