

DAFTAR ISI

COVER.....	1
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	21
1.1. Latar Belakang.....	21
1.2. Perumusan Masalah.....	26
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	27
1.3.1. Tujuan Penelitian	27
1.3.2. Kegunaan Penelitian	28
1.4. Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	29
1.4.1. Lokasi Penelitian	29
1.4.2. Lamanya Penelitian	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	31
2.1. Tinjauan Pustaka Peneliti.....	31

2.1.1. Administrasi.....	31
2.1.2. Administrasi Bisnis.....	32
2.1.3. Pemasaran	33
2.1.4. Jenis-Jenis Pemasaran.....	34
2.1.5. Bauran Pemasaran	35
2.2. Pengertian Lokasi Usaha	37
2.2.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi Usaha	37
2.3. Keputusan Pembelian	38
2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian	38
2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	39
2.3.3. Tahap-tahap Keputusan Pembelian	40
2.4. Hubungan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian konsumen..	41
2.5. Penelitian Terdahulu	41
2.6. Kerangka Pemikiran	43
2.7. Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1. Metode Penelitian	48
3.1.1. Paradigma Penelitian	48
3.1.2. Metode Penelitian Yang Digunakan.....	49
3.2. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	50
3.2.1. Variabel Penelitian.....	50
3.2.2. Operasionalisasi Variabel	51
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.3. Teknik Analisis Data	58
3.3.1. Pengujian Instrumen Penelitian	58
3.3.1.1. Uji Validitas Instrumen	58

3.3.1.2. Uji Reliabilitas Instrumen	59
3.3.1.3. Uji Hipotesis.....	60
3.3.2. Analisis Data.....	61
3.3.2.1. Regresi Linier Sederhana	61
3.3.2.2. Analisis Korelasi Parsial Pearson.....	62
3.3.2.3. Koefisien Determinasi.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1. Objek Penelitian	66
4.1.1. Gambaran Umum Bakso & Mie Ayam Mas Ojo	66
4.1.2. Visi dan Misi Usaha Bakso & Mie Ayam Mas Ojo	67
4.1.3. Logo Usaha Bakso & Mie Ayam Mas Ojo	68
4.1.4. Struktur Organisasi Bakso & Mie Ayam Mas Ojo.....	68
4.1.5. Uraian Tugas Bakso & Mie Ayam Mas Ojo	68
4.2. Kondisi Lokasi Usaha Bakso & Mie Ayam Mas Ojo	69
4.2.1. Akses.....	71
4.2.3. Visibilitas	74
4.2.4. Lalu Lintas	78
4.2.5. Tempat Parkir	80
4.2.6. Ekspansi	84
4.2.7. Lingkungan	86
4.2.8. Persaingan.....	88
4.2.9. Peraturan Pemerintah.....	90
4.2.10. Analisis Skor Variabel X.....	91
4.3. Kondisi Keputusan Pembelian Bakso & Mie Ayam Mas Ojo	94
4.3.1. Kemantapan Akan Sebuah Produk	94
4.3.2. Kebiasaan Dalam Membeli Produk.....	100

4.3.3. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain.....	103
4.3.4. Analisis Skor Variabel Y	108
4.4. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Bakso &Mie Ayam Mas Ojo	110
4.4.1. Pengujian Instrumen Penelitian	111
4.4.2. Analisis Data.....	116
4.5. Hambatan Lokasi Usaha Pada Usaha Bakso & Mie Ayam Mas Ojo Di Kabupaten Cianjur	122
4.6. Upaya Yang Dilakukan Untuk Mengatasi Hambatan Pada Usaha Bakso & Mie Ayam Mas Ojo	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan	124
5.2. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	127
PEDOMAN WAWANCARA	129
KUESIONER PENELITIAN.....	131