

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERNYATAAN PROGRAM SARJANA

ABSTRAK/ABSTRACT

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS PENELITIAN	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Ritel	11

2.1.4 Perilaku Konsumen	18
2.1.5 Proses Keputusan Pembelian	25
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	31
2.1.7 Hubungan Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.1.8 Penelitian Terdahulu	34
2.2 Kerangka Pemikiran	36
2.3 Hipotesis	40
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	41
3.1 Objek Penelitian.....	41
3.1.1 Sejarah Singkat PT.Gramedia Asri Media (Toko Buku Gramedia)	41
3.1.2 Visi dan Misi PT.Gramedia Asri Media (Toko Buku Gramedia)	43
3.1.3 Struktur Organisasi PT.Gramedia Asri Media (Toko Buku Gramedia)	46
3.2 Metode Penelitian	47
3.2.1 Metode Yang Digunakan	47
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	47
3.2.3 Populasi dan Teknik Sampling	52
3.2.3.1 Populasi	52
3.2.3.2 Sampel	52
3.2.3.3 Teknik Sampling	53
3.2.4 Jenis dan Sumber Data.....	54

3.2.4.1 Jenis Data	54
3.2.4.2 Sumber Data.....	55
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.2.6 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	56
3.2.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	56
3.2.6.2 Alat Analisis Data	57
3.2.6.3 Uji Hipotesis	59
3.2.6.4 Koefisien Determinasi.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian dan Data Karakteristik Responden	62
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	62
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
4.1.3 Data Karakteristik Responden	65
4.2 Tanggapan Konsumen Mengenai Pelaksanaan Bauran Ritel Yang Dilakukan Oleh Toko Buku Gramedia Paris Van Java Mall Bandung	70
4.2.1 TB.Gramedia Menyediakan Produk Buku Yang Lengkap	70
4.2.2 TB.Gramedia Menyediakan Produk Pelengkap Selain Buku..	71
4.2.3 TB.Gramedia Menjual Produk Buku Yang Terdiri Dari Berbagai Penerbit.....	72
4.2.4 TB.Gramedia Selalu Menyediakan Produk Buku Yang Anda Inginkan	74

4.2.5	Jenis Dan Macam Produk Buku Yang TB.Gramedia Sediakan Sesuai Dengan Apa Yang Anda Harapkan/Inginkan.....	75
4.2.6	Produk Buku Yang Disediakan Memiliki Harga Yang Wajar.....	76
4.2.7	TB.Gramedia Membuat Iklan Pada Berbagai Macam Media Untuk Mempresentasikan Produk Buku Yang Disediakan	77
4.2.8	TB.Gramedia Melakukan Penjualan Langsung Melalui Sales Promotion (SPB/SPG)	78
4.2.9	TB.Gramedia Melakukan Promosi Penjualan Melalui Aktivitas Pameran, Pemberian Diskon, Dan Undian Kupon Berhadiah	79
4.2.10	Jam Operasional Atau Waktu Pelayanan TB.Gramedia Sesuai Dengan Apa Yang Anda Harapkan.....	81
4.2.11	Penanganan Terhadap Keluhan Sesuai Dengan Apa Yang Anda Harapkan	82
4.2.12	TB.Gramedia Menerima Pemesanan Produk Buku Melalui Telepon	83
4.2.13	TB.Gramedia Memberikan Fasilitas Parkir Kendaraan Yang Memadai	84
4.2.14	Tata Letak/Penataan Toko Nyaman Dan Memudahkan Anda Dalam Berbelanja.....	85
4.2.15	Desain Eksterior Dan Interior TB.Gramedia Menarik.....	87
4.2.16	Lokasi TB.Gramedia Berada Di Tempat Yang Strategis.....	88

4.2.17 Lokasi TB.Gramedia Mudah Untuk Dijangkau Dengan Menggunakan Transportasi Umum.....	89
4.2.18 Akumulasi Jawaban Responden Untuk Variabel X (Bauran Ritel)	90
4.3 Keputusan Pembelian Buku Di Toko Buku Gramedia Paris Van Java Mall Bandung	93
4.3.1 Anda Memutuskan Untuk Melakukan Pembelian Buku Di TB.Gramedia.....	93
4.3.2 Akumulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Y (Keputusan Pembelian)	94
4.4 Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Buku Di Toko Buku Gramedia Paris Van Java Mall Bandung	96
4.4.1 Analisis Korelasi Pearson	96
4.4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	99
4.4.3 Uji Hipotesis	101
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Toko Buku di Kota Bandung	1
Tabel 1.2	Persentase Transaksi Pembelian Terhadap Jumlah Pengunjung Toko	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Makna Visi Misi PT.Gramedia Asri Media (Toko Buku Gramedia) .	44
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.3	Pedoman Koefisien Korelasi.....	57
Tabel 4.1	Uji Validitas Variabel X (Bauran Ritel)	62
Tabel 4.2	Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	64
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.4	Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.5	Pekerjaan.....	66
Tabel 4.6	Tingkat pengeluaran rata-rata perbulan	67
Tabel 4.7	Dalam satu bulan berapa kali berbelanja di TB.Gramedia PVJ Mall Bandung	68
Tabel 4.8	Alasan berkunjung ke TB.Gramedia PVJ Mall Bandung	69
Tabel 4.9	TB.Gramedia menyediakan produk buku yang lengkap.....	70
Tabel 4.10	TB.Gramedia menyediakan produk pelengkap selain buku	71
Tabel 4.11	TB.Gramedia menjual produk buku yang terdiri dari berbagai penerbit	73
Tabel 4.12	TB.Gramedia selalu menyediakan produk buku yang anda inginkan.....	74

Tabel 4.13	Jenis dan macam produk buku yang TB.Gramedia sediakan sesuai dengan apa yang anda harapkan/inginkan.....	75
Tabel 4.14	Produk buku yang disediakan memiliki harga yang wajar	76
Tabel 4.15	TB.Gramedia membuat iklan pada berbagai macam media untuk mempresentasikan produk buku yang disediakan.....	77
Tabel 4.16	TB.Gramedia melakukan penjualan langsung melalui <i>sales promotion</i> (SPB/SPG).....	79
Tabel 4.17	TB.Gramedia melakukan promosi penjualan melalui aktivitas pameran, pemberian diskon, dan undian kupon berhadiah.....	80
Tabel 4.18	Jam operasional atau waktu pelayanan TB.Gramedia sesuai dengan apa yang anda harapkan.....	81
Tabel 4.19	Penanganan terhadap keluhan sesuai dengan apa yang anda harapkan.....	82
Tabel 4.20	TB.Gramedia menerima pemesanan produk buku melalui telepon....	83
Tabel 4.21	TB.Gramedia memberikan fasilitas parkir kendaraan yang memadai.....	85
Tabel 4.22	Tata letak/penataan toko nyaman dan memudahkan anda dalam berbelanja.....	86
Tabel 4.23	Desain eksterior dan interior TB.Gramedia menarik	87
Tabel 4.24	Lokasi TB.Gramedia berada di tempat yang strategis	88
Tabel 4.25	Lokasi TB.Gramedia mudah untuk dijangkau dengan menggunakan transportasi umum.....	89
Tabel 4.26	Akumulasi Jawaban Responden Untuk Variabel X (Bauran Ritel)....	90

Tabel 4.27	Anda memutuskan untuk melakukan pembelian buku di TB.Gramedia.....	93
Tabel 4.28	Akumulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Y (Keputusan Pembelian)	94
Tabel 4.29	Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	97
Tabel 4.30	Hasil Regresi Linier Sederhana.....	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bauran Ritel	17
Gambar 2.2	Model Perilaku Konsumen.....	19
Gambar 2.3	Roda Analisis Konsumen	24
Gambar 2.4	Model Lima Tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	26
Gambar 2.5	Model Pengambilan Keputusan Konsumen	30
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 2.7	Paradigma Penelitian.....	40
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Toko Buku Gramedia Paris Van Java Mall Bandung	46
Gambar 3.2	Daerah Uji T	61
Gambar 4.1	Kurva Uji t.....	102

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keputusan Bimbingan Skripsi dan Daftar Pembimbing
Program Studi S1 Manajemen
- Lampiran 2 Kuesioner dan Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data *IBM SPSS Statistic 20*
- Lampiran 4 *Photocopy* Kartu Bimbingan
- Lampiran 5 Surat Keterangan Pelaksanaan Penelitian
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

