

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	11
1.2.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Manajemen.....	13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	13
2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen .....	14
2.1.1.3 Bidang-bidang Manajemen.....	15
2.1.1.4 Peran-Peran dalam Manajemen .....	16
2.1.1.5 Unsur-unsur Manajemen.....	17
2.1.1.6 Prinsip Manajemen .....	18
2.1.1.7 Karakteristik Dan Nilai-Nila Manajemen.....	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.2.3 Marketing Mix .....	22
2.1.2.4 Konsep Pemasaran .....	23
2.1.2.5 Masalah-masalah dalam Pemasaran .....	25

2.1.2.6 Fungsi Pemasaran .....	26
2.1.2.7 Strategi Pemasaran.....	28
2.1.2.8 Digital Marketing.....	28
2.1.3 Variabel yang di teliti.....	31
2.1.3.1 Faktor Psikologis .....	31
2.1.3.1.1 Pengertian Faktor Psikologis .....	31
2.1.3.1.2 Proses Psikologis .....	32
2.1.3.2 Budaya .....	34
2.1.3.2.1 Pengertian Budaya .....	34
2.1.3.2.2 Unsur-unsur Budaya .....	35
2.1.3.3 Keputusan Pembelian.....	37
2.1.3.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	37
2.1.3.3.2 Proses Keputusan Pembelian .....	38
2.1.3.3.3 Indikator Keputusan pembelian .....	40
2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
2.2.1 Hubungan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian .....	42
2.2.2 Hubungan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian .....	44
2.2.3 Hubungan Faktor Psikologis dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian .....	45
2.3 Hipotesis .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan .....	48
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	49
3.2.1 Definisi Variabel.....	49
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	50
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	52
3.3.1 Populasi .....	52
3.3.2 Sampel.....	53
3.4 Alat Pengumpulan Data .....	55
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	57
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1 Hasil penelitian .....	67

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	67
4.1.1.1	Sejarah Singkat Indomarco Prismatama (Indomaret)	67
4.1.1.2	Visi Misi Perusahaan.....	69
4.1.1.3	Struktur Organisasi dan Job deskripsi.....	70
4.1.1.4		
4.1.2	Karakteristik Responden.....	74
4.1.3	Deskripsi variabel yang di teliti .....	76
4.1.3.1	Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Faktor Psikologis pada Konsumen toko modern Indomaret Kecamatan Cineam	76
4.1.3.2	Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Budaya pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Cineam.....	96
4.1.3.3	Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Keputusan Pembelian pada Konsumen toko modern Indomaret Kecamatan Cineam	116
4.1.4	Pembuktian Hipotesis .....	137
4.1.4.1	Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian	137
4.1.4.2	Pengaruh Budaya terhadap Keputusan Pembelian	145
4.1.4.3	Pengaruh Faktor psikologis dan Budaya terhadap Keputusan pembelian .....	152
4.2	Pembahasan.....	161
4.2.1	Analisis pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian	161
4.2.2	Pengaruh Budaya terhadap Keputusan Pembelian .....	163
4.2.3	Pengaruh Faktor Psikologis dan Budaya dengan Keputusan Pembelian	165
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>168</b>
5.1	Simpulan .....	168
5.2	Saran .....	169
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>171</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data <i>Top Brand Index</i> Menurut Minimarket pada Tahun 2019 – 2021	5
Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	6
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Mengenai Variabel Faktor Psikologis .....	7
Tabel 1.4 Hasil Pra Survey Mengenai Variabel Budaya .....	8
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	40
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	51
Tabel 3.2 Populasi Penelitian.....	53
Tabel 3.3 Skala Linkert.....	57
Tabel 3.4 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien Korelasi .....	60
Tabel 3.5 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien Korelasi .....	62
Tabel 3.6 Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi.....	64
Tabel 3.7 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	66
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden .....	73
Tabel 4.2. Umur Responden.....	73
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan Responden .....	74
Tabel 4.4. Pedoman Interpretasi Faktor Psikologis .....	76
Tabel 4.5. Konsumen berbelanja ke Indomaret karena terdorong oleh kebutuhan .....	77
Tabel 4.6. Konsumen berbelanja ke Indomaret karena adanya motivasi setelah melihat iklan.....	78
Tabel 4.7. Konsumen berbelanja ke Indomaret karena penyediaan barang kebutuhan yang lengkap.....	79
Tabel 4.8. Konsumen berbelanja ke Indomaret karena dapat memperoleh apa yang di inginkan konsumen.....	80
Tabel 4.9. Konsumen memiliki persepsi bahwa Indomaret Menjual Barang Dengan Harga Murah.....	81
Tabel 4.10. Konsumen memiliki persepsi bahwa Indomaret menyediakan barang yang lengkap.....	82
Tabel 4.11. Konsumen memiliki persepsi bahwa Indomaret karena tata letak barang-barangnya baik .....	83

Tabel 4.12. Konsumen memiliki persepsi bahwa Indomaret karena memperoleh pelayanan yang ramah.....	84
Tabel 4.13. Konsumen memiliki persepsi bahwa Indomaret karena memperoleh pelayanan yang ramah.....	85
Tabel 4.14. Konsumen Memilih Indomaret Karena Adanya Pembelajaran Dalam Cara Memberikan Pelayanan.....	86
Tabel 4.15. Konsumen Memiliki Persepsi Bahwa Indomaret Adanya Pembelajaran dalam Menyusun Tata Letak Barang.....	87
Tabel 4.16. Konsumen Memiliki Pengalaman tentang Produk yang Dijualnya.....	88
Tabel 4.17. Konsumen Memiliki Pengalaman Positif dengan Pelayanan yang Diberikannya .....	89
Tabel 4.18. Konsumen memiliki pengalaman positif akan kinerja pegawainya	90
Tabel 4.19. Rekapitulasi Skor Total Responden Terhadap Variabel Faktor Psikologis Konsumen Toko Modern Indomart Kecamatan Cineam .....	91
Tabel 4.20. Pedoman Interpretasi Tentang Faktor Psikologis .....	94
Tabel 4.21. Pedoman Interpretasi Budaya.....	96
Tabel 4.22. Perusahaan Indomaret menerapkan nilai-nilai positif pada karyawannya .....	97
Tabel 4.23. Salah satu nilai yang positif adalah penyambutan karyawan saat pintu toko dibuka konsumen .....	98
Tabel 4.24. Adanya aturan yang jelas mengenai buka dan tutup toko.....	99
Tabel 4.25. Adanya aturan cara penyambutan konsumen ketika masuk toko .	100
Tabel 4.26. Karyawan Indomaret memiliki kebiasaan memberitahukan jumlah nominal pembelian konsumen .....	101
Tabel 4.27. Karyawan Indomaret memiliki kebiasaan mengecek barang-barang belanjaan sebelum diserahkan ke konsumen .....	102
Tabel 4.28. Karyawan indomaret dilarang datang terlambat .....	103
Tabel 4.29. Karyawan Indomart dilarang merokok saat bekerja .....	104
Tabel 4.30. Karyawan Indomaret di tuntut untuk meminta maaf terlebih dahulu jika terjadi kesalahan dalam memasukan barang .....	105
Tabel 4.31. Karyawan Indomaret di tuntut dapat Bersikap Ramah pada Saat Memberikan Pelayanan .....	106

Tabel 4.32. Karyawan Indomaret dapat menghargai kepercayaan masyarakat di sekitar indomaret .....	107
Tabel 4.33. Karyawan Indomaret berusaha memberikan apresiasi terhadap kepercayaan yang ada di lokasi pekerjaannya .....	108
Tabel 4.34. Toko Indomaret dominan memiliki garis biru merah dalam logonya	109
Tabel 4.35. Toko Indomaret memiliki lambang yang berbeda dengan perusahaan lainnya.....	110
Tabel 4.36. Rekapitulasi Hasil Penelitian .....	111
Tabel 4.37. Pedoman Interpretasi Tentang Budaya .....	114
Tabel 4.38. Pedoman Interpretasi Keputusan Pembelian .....	115
Tabel 4.39. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret karena jenis produk yang dibutuhkan tersedia.....	116
Tabel 4.40. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret karena jenis produk yang dipasarkan Indomaret berkualitas .....	117
Tabel 4.41. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret karena jenis produk yang dipasarkan memenuhi standar.....	118
Tabel 4.42. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomart karena jenis produk yang sesuai dengan standar SNI .....	119
Tabel 4.43. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret karena produk merk indomaret juga di pasarkan di sana .....	120
Tabel 4.44. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret karena merk indomaret hanya di pasarkan di Indomaret pula .....	121
Tabel 4.45. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret karena karyawan indomaret ramah .....	122
Tabel 4.46. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret karena karyawan Indomaret mampu membeli hati pelanggan.....	123
Tabel 4.47. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomart karena jumlah produk yang dipasarkan banyak.....	124
Tabel 4.48. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret karena Indomaret mampu memasarkan produk dalam jumlah banyak.....	125
Tabel 4.49. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret dengan menentukan waktu belanja yang agak kosong .....	127
Tabel 4.50. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret	

pada sore hari .....	128
Tabel 4.51. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret dengan menggunakan debet.....	129
Tabel 4.52. Konsumen memutuskan untuk berbelanja di Indomaret karena memiliki cara pembayaran yang lengkap.....	130
Tabel 4.53. Rekapitulasi Hasil Penelitian mengenai Keputusan Pembelian....	131
Tabel 4.54. Pedoman Interpretasi Tentang keputusan pembelian.....	134
Tabel 4.55. Rekapitulasi Hasil Jawaban untuk Variabel Faktor Psikologis, Budaya, dan Keputusan Pembelian konsumen Indomaret Kecamatan Cineam .....	135
Tabel 4.56. Bobot-Bobot untuk Perhitungan Korelasi $X_1$ terhadap Y.....	136
Tabel 4.57. Pedoman Untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	141
Tabel 4.58. Bobot-Bobot untuk Perhitungan Korelasi $X_2$ terhadap Y.....	143
Tabel 4.59. Pedoman Untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	148
Tabel 4.60. Persiapan Perhitungan Korelasi Product Moment Variabel Faktor psikologis dan Budaya Terhadap Keputusan pembelian.....	150

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Indomaret.....	69
Gambar 4.2 Maskot Indomaret .....	69
Gambar 4.3 Struktur Organisasi .....	70

