

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Permasalahan	6
1.2.2 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA	
PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	9
2.1.1.1 Definisi Manajemen	9
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	10
2.1.1.3 Bidang-bidang Manajemen	12
2.1.1.4 Unsur-unsur Manajemen.....	13
2.1.1.5 Tingkatan Manajemen.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2.2 Konsep Inti Dalam Pemasaran	18
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran.....	20
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran	21
2.1.2.5 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.3 Lokasi.....	24
2.1.3.1 Pengertian Lokasi.....	24
2.1.3.2 Faktor-faktor Lokasi	25
2.1.3.3 Indikator Lokasi	26
2.1.4 Segmenting.....	27
2.1.4.1 Pengertian Segmenting.....	27
2.1.4.2 Jenis-jenis Segmenting.....	28
2.1.4.3 Indikator Segmenting	30
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	31
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian	32

2.1.5.3 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian	34
2.1.5.4 Proses Keputusan Pembelian	35
2.1.5.5 Indikator Keputusan Pembelian	38
2.1.6 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	39
2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
2.1.1 Definisi Kerangka Pemikiran.....	40
2.1.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.1.1 Pengaruh Segmenting Terhadap Keputusan Pembelian .	42
2.1.1 Pengaruh Lokasi dan Segmenting Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.3 Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	46
3.2.1 Definisi Variabel	46
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	48
3.3 Populasi dan Sampel	49
3.3.1 Populasi	49
3.3.2 Sampel.....	51
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4.1 Sumber Data.....	51
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5 Teknik Analisa Data.....	54
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	65
3.6.1 Tempat Penelitian	65
3.6.2 Waktu Penelitian	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Hasil Penelitian	67
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1.1 Profil Perusahaan	67
4.1.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	69
4.1.1.3 Produk yang Dijual di MM Andika	70
4.1.1.4 Struktur organisasi dan Deskripsi Pekerjaan	70
4.1.2 Karakteristik Responden	71
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli	76
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	79
4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan	82
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	85
4.1.3.1 Deskripsi Variabel Lokasi (X1) pada MM Andika	85

4.1.3.2 Deskripsi Variabel Segmentasi (X2) pada MM Andika	96
4.1.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada MM Andika	106
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	115
4.1.4.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	115
4.1.4.1 Pengaruh Segmenting Terhadap Keputusan Pembelian	119
4.1.4.1 Pengaruh Lokasi dan Segmenting Terhadap Keputusan Pembelian	124
4.2 Pembahasan	129
4.2.1 Pengaruh Lokasi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	129
4.2.2 Pengaruh Segmenting (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	131
4.2.3 Pengaruh Lokasi (X1) dan Segmenting (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	133
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	137
5.1 Kesimpulan	137
5.2 Saran	138
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN-LAMPIRAN	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Yang Melakukan Transaksi Pembelian di Toko MM Andik tahun 2023	2
Tabel 1.2 Hasil Kuesioner Pra-Survey Lokasi di Toko MM Andika	3
Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Pra-Survey Segmentasi di Toko MM Andika	4
Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Pra-Survey Keputusan Pembelian Di Toko MM Andika	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	39
Tabel 3.1 Oprasionalisasi Variabel	48
Tabel 3.2 Skala Likert	53
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi X_1 Terhadap Y	57
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi X_2 Terhadap Y	60
Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi X_1 , dan X_2 Terhadap Y	64
Tabel 3.6 Jadwal Kegiatan Penelitian	66
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Mini Market Andika	85
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Visibilitas Mini Market Andika.....	87
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Lalu Lintas Menuju	88
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Area Parkir MM Andika.....	89
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Pengembangan MM Andika.....	90
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Lingkungan MM Andika yang Aman dan Nyaman	91
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai MM Andika yang Mampu Bersaing	93
Tabel 4.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Lokasi (X_1) Pada MM Andika	94
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Produk yang Tersedia diMini Market Andika	97
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Mini Market Andika yang Mudah di Jangkau	98
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Produk di MM Andika	99
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Perbedaan MM Andika dengan MM Lain	100

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Produk dan layanan sesuai kebutuhan di MM Andika	102
Tabel 4.14 Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Segmenting(X1) Pada MM Andika	103
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai MM Andika Menarik Perhatian..	107
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan Berbelanja di Mini Market Andika	108
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Keinginan Membeli Produk di MM Andika.....	109
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai kelengkapan dan Kualitas Produk di MM Andika	110
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Berbelanja di MM Andika	111
Tabel 4.20 Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian (Y) Pada MM Andika.....	112
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	115
Tabel 4.22 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	117
Tabel 4.23 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	118
Tabel 4.24 Hasil Analisis Uji t.....	119
Tabel 4.25 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	120
Tabel 4.26 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	121
Tabel 4.27 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	122
Tabel 4.28 Hasil Analisis Uji t.....	123
Tabel 4.29 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	124
Tabel 4.30 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	126
Tabel 4.31 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	127
Tabel 4.32 Hasil Analisis Uji t.....	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	32
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	44
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli	44
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	44
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan .	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Bimbingan	141
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian	142
Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian	143
Lampiran 4 Pengunjung yang Melakukan Transaksi di MM Andika	144
Lampiran 5 Kuesioner Pra Survey	145
Lampiran 6 Tabulasi Kuesioner Pra Survey	147
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian.....	151
Lampiran 8 Karakteristik Responden.....	154
Lampiran 9 Jawaban Responden Mengenai Lokasi (X1)	158
Lampiran 10 Jawaban Responden Mengenai Segmenting (X2)	161
Lampiran 11 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	164
Lampiran 12 Tabel Uji F.....	167
Lampiran 13 Tabel Uji T	168
Lampiran 14 Hasil Penelitian Berdasarkan Pengujian SPSS.....	169