

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL	5
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR GRAFIK	10
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2.1 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	Error!
Bookmark not defined.	
2.1 Kajian Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Pengertian Manajemen ..	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2 Fungsi- Fungsi Manajemen	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.4 Tujuan Manajemen	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.5 Manfaat Manajemen	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.

- 2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran **Error! Bookmark not defined.**
- 2.1.2.2 Konsep Pemasaran..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran **Error! Bookmark not defined.**
- 2.1.2.4 Tujuan Manajemen Pemasaran **Error! Bookmark not defined.**
- 2.1.2.5 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) **Error! Bookmark not defined.**
- 2.1.3 Daya Beli Masyarakat **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.1 Pengertian Daya Beli **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Daya beli **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.3.3 Indikator Daya Beli..... **Error! Bookmark not defined.**
- 2.1.4 Kelengkapan Produk..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.4.1 Definisi Kelengkapan Produk **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.4.2 Atribut Produk **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.4.3 Faktor-Faktor Kelengkapan Produk **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.4.4 Indikator Kelengkapan Produk **Error! Bookmark not defined.**
- 2.1.5 Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.1.5.4 Tipe-Tipe Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- 2.2 Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.2.1 Hubungan Daya Beli terhadap Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.2.2 Hubungan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
 - 2.2.3 Hubungan Daya Beli dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan **Error! Bookmark not defined.**

2.3 Hipotesis Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN **Error! Bookmark not defined.**

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan **Error! Bookmark not defined.**

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel **Error! Bookmark not defined.**

3.2.1 Definisi Variabel..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2.2 Operasionalisasi Variabel..... **Error! Bookmark not defined.**

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

3.3.1 Populasi **Error! Bookmark not defined.**

3.3.2 Sampel **Error! Bookmark not defined.**

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data **Error! Bookmark not defined.**

3.4.1 Sumber Data **Error! Bookmark not defined.**

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5 Teknik Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**

3.5.1 Pengaruh Daya Beli (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) **Error!
Bookmark not defined.**

3.5.2 Pengaruh Kelengkapan Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian
..... **Error! Bookmark not defined.**

3.5.3 Pengaruh Daya Beli (X_1) dan Kelengkapan Produk (X_2) terhadap
..... **Error! Bookmark not defined.**

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

3.6.1 Tempat Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

3.6.2 Waktu Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV PEMBAHASAN **Error! Bookmark not defined.**

4.1 Hasil Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

4.1.1.1 Profil X-Sha Supermart Singapura Plaza **Error! Bookmark not
defined.**

4.1.1.2 Visi dan Misi X-sha Supermart Singaparna Plaza **Error! Bookmark not defined.**

4.1.1.3 Struktur Organisasi X-Sha Supermart Singaparna Plaza
..... **Error!**
Bookmark not defined.

4.1.2 Karakteristik Responden..... **Error! Bookmark not defined.**

4.1.3 Deskripsi Variabel yang diteliti . **Error! Bookmark not defined.**

4.1.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel Daya Beli (X_1)
Error! Bookmark not defined.

4.1.3.2 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel Kelengkapan Produk
Error! Bookmark not defined.

4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel Keputusan Pembelian
Error! Bookmark not defined.

4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis..... **Error! Bookmark not defined.**

4.1.4.1 Pengaruh Daya Beli (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada
Error! Bookmark not defined.

4.1.4.2 Pengaruh Kelengkapan Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian
Error! Bookmark not defined.

4.1.4.3 Pengaruh Daya Beli (X_1) dan Kelengkapan Produk (X_2) terhadap
Error! Bookmark not defined.

4.2 Pembahasan..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Pengaruh Daya Beli terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen
..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2.2 Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada
..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2.3 Pengaruh Daya Beli dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan
..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **Error! Bookmark not defined.**

5.1 Kesimpulan **Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Transaksi Pembelian Konsumen X-sha Supermart tahun 2022.....	4
Tabel 2.1	Fungsi – Fungsi Manajemen.....	13
Tabel 2.2	Penelitian Terhadulu.....	39
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 3.2	Skala Likert.....	53
Tabel 3.3	Interpretasi Koefesien Korelasi.....	54
Tabel 3.4	Interpretasi Koefesien Korelasi.....	58
Tabel 3.5	Interpretasi Koefesien Korelasi.....	61
Tabel 3.6	Jadwal Penelitian.....	65
Tabel 4.1	Karakteristik Responded Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2	Karakteristik Responded Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4.3	Karakteristik Responded Berdasarkan Tingkat Pendidikan...	75

Tabel 4.4	Karakteristik Responded Berdasarkan Pekerjaan.....	76
Tabel 4.5	Pedoman Interpretasi.....	77
Tabel 4.6	Belanja di X-sha Supermart karena harganya sesuai dengan kemampuan pendapatan saat ini.....	78
Tabel 4.7	harga di X-sha Supermart Singaparna Plaza sesuai dengan kebutuhan dan manfaat kondisi ekonomi saat ini	79
Tabel 4.8	Tanggapan Responded atas pernyataan kondisi perekonomian saat ini sangat cocok untuk berbelanja di X-sha Supermart Singaparna Plaza.....	80
Tabel 4.9	X-sha Supermart menjual produk dengan harga ekonomis sesuai dengan kondisi perekonomian saat ini.....	81
Tabel 4.10	Penghasilan saat ini dan beberapa bulan kedepan mampu membeli produk yang dijual di X-sha Supermart.....	82
Tabel 4.11	Dengan kondisi pekerjaan saat ini dan beberapa bulan kedepan mampu berbelanja secara rutin di X-sha Supermart.....	83
Tabel 4.12	Ekspetasi penghasilan saat ini sangat cocok untuk berbelanja di X-sha Supermart.....	84
Tabel 4.13	Saya melakukan pembelian berulang di X-sha Supermart karena harganya terjangkau untuk dibeli sesuai dengan penghasilan saat ini dan beberapa bulan kedepan.....	85
Tabel 4.14	Dengan keyakinan konsumen akan perekonomian sekitar, tingkat optimisme konsumen dalam segi kemampuan untuk membeli produk yang dijual di X-sha Supermart.....	86
Tabel 4.15	Keyakinan konsumen dari penghasilan pekerjaan secara optimis mampu belanja secara rutin atau berulang-ulang di X-sha Supermart.....	87
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responded Mengenai Variabel Daya Beli Pada Konsumen X-sha Supermart.....	88
Tabel 4.17	Pedoman Interpretasi Daya Beli.....	90
Tabel 4.18	Belanja di X-sha Supermart karena produk yang dijual kepada pembeli beranekaragam.....	91

Tabel 4.19	X-sha Supermart memiliki jenis produk dan barang yang banyak dan lengkap.....	92
Tabel 4.20	Belanja di X-sha Supermart karena produk yang dijual memiliki banyak variasi.....	93
Tabel 4.21	Ukuran produk yang dijual di X-sha Supermart memiliki banyak macam variasi.....	94
Tabel 4.22	Belanja di X-sha Supermart karena produk yang dicari dapat diperoleh dengan mudah.....	95
Tabel 4.23	Ketersediaan produk sangat diperhatikan sehingga memudahkan bagi konsumen.....	96
Tabel 4.24	X-sha Supermart memiliki stock produk yang memadai/mencukupi.....	97
Tabel 4.25	Belanja di X-sha Supermart karena produk yang ditawarkan memiliki berbagai macam merek produk.....	98
Tabel 4.26	X-sha Supermart memiliki berbagai merek yang berkualitas bagus.....	99
Tabel 4.27	Jenis merek apapun yang dibutuhkan oleh konsumen selalu tersedia di X-sha Supermart.....	100
Tabel 4.28	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responded Mengenai Variabel Kelengkapan Produk pada X-sha Supermart.....	101
Tabel 4.29	Pedoman Interpretasi Kelengkapan Produk.....	102
Tabel 4.30	Belanja di X-sha Supermart karena produk yang ditawarkan banyak dan lengkap.....	104
Tabel 4.31	Belanja di X-sha Supermart karena merasa nyaman bisa memilih produknya sendiri.....	105
Tabel 4.32	X-sha Supermart menjual banyak pilihan merek produk sehingga bisa memilih yang terbaik dan membelinya.....	106
Tabel 4.33	X-sha Supermart menjual banyak pilihan merek dan produk ternama dan tidak terdapat dipesaing.....	107
Tabel 4.34	Belanja di X-sha Supermart karena lokasinya dekat.....	108
Tabel 4.35	X-sha Supermart sebagai penyalur yang tepat dan mudah dijangkau konsumen.....	109

Tabel 4.36	X-sha supermart tidak kesulitan saat belanja pagi, siang, sore dan malam hari.....	110
Tabel 4.37	Lebih banyak menghemat waktu saat belanja di X-sha Supermart.....	111
Tabel 4.38	Membeli banyak produk di X-sha Supermart karena ada diskon untuk jumlah pembelian tertentu.....	112
Tabel 4.39	Melakukan pembelian berulang di X-sha Supermart karena sering ada promosi.....	113
Tabel 4.40	Belanja di X-sha karena metode pembayarannya mudah.....	114
Tabel 4.41	Belanja di X-sha Supermart karena terdapat beragam metode pembayaran.....	115
Tabel 4.42	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responded Mengenai Variabel Keputusan Pembelian pada X-sha Supermart.....	116
Tabel 4.43	Pedoman Interpretasi Keputusan Pembelian.....	118
Tabel 4.44	Tabulasi Data Variabel Daya Beli terhadap Keputusan pembelian.....	118
Tabel 4.45	Tabulasi Data Kelengkapan Produk terhadap Keputusan pembelian.....	125
Tabel 4.46	Tabulasi Data Variabel Daya Beli dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen X-sha Supermart.....	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi X-Sha Supermart.....	69

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data jumlah transaksi pembelian konsumen X-sha Supermart
tahun 2022..... 5

