

DAFTAR ISI

Contents

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2. 1 Kerangka Teoritis.....	9
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan	10
Adapun penjelasan dari proses keputusan tersebut adalah sebagai berikut :	11
2.1.1.3 Pihak yang Terlibat dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	13
2.1.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.1.1.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2 Display Produk.....	18
2.1.2.1 Pengertian Display Produk.....	18
2.1.2.2 Fungsi Display Produk.....	19
2.1.2.3 Macam-Macam Display Produk	20
2.1.2.4 Ketentuan Display Produk	23
2.2.2.5 Letak Penyajian Display Produk.....	24
2.1.2.6 Metode Penyajian Display Produk.....	27

2.1.2.7 Sarana Peralatan Display Produk.....	28
2.1.2.8 Teknik Display Produk	29
2.1.2.9 Indikator Display Produk.....	31
2.1.3 Promosi	32
2.1.3.1 Pengertian Promosi	32
2.1.4 Promosi Penjualan	33
2.1.4.1 Pengertian Promosi Penjualan	33
2.1.4.2 Alat Alat Promosi Penjualan.....	34
2.1.4.2.1 <i>Bonus Pack</i>	37
2.1.4.2.2 Pembelian dengan Pembelian (<i>Purchase with Purchase</i>).....	38
2.1.4.2.3 <i>Price Discount</i>	38
2.1.4.3 Tujuan Promosi Penjualan	39
2.1.2.9 Indikator Promosi Penjualan.....	41
2.2 Penelitian Terdahulu	42
2.3 Kerangka Berpikir.....	47
2.3.1 Pengaruh Display Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	47
2.3.2 Pengaruh Promosi Penjualan Dengan Keputusan Pembelian	48
2.4 Hipotesis Penelitian	49
BAB III	50
METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Lokasi Penelitian.....	50
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.2.1 Populasi.....	50
3.2.2 Sampel.....	50
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	51
3.3.1 Variabel Penelitian.....	51
3.3.2 Definisi Operasional	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.4.1.1 Uji Validitas	56
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	58
3.5 Teknik Analisa Data	59

3.5.1 Uji Normalitas.....	59
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas	60
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.5.3 Regresi linier berganda	61
3.5.4 Uji Hipotesis	61
3.5.4.1 Uji t (parsial).....	61
3.5.4.2 Uji F (Simulfat).....	62
3.5.4.3 Koefisien Determinasi (R ²)	63
BAB IV.....	64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	64
4.1.2 Visi, Misi, Motto dan Budaya Indomaret.....	65
4.1.3 Filosofi Indomaret.....	66
4.1.4 Tujuan Perusahaan	67
4.1.5 Struktur Organisasi	67
4.1.6 Kebijakan Pemasaran.....	71
4.2 Deskripsi Responden	72
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4.3 Analisis Data Penelitian.....	74
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket	74
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Display Produk (X1).....	75
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan (X2).....	76
4.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	78
4.3.5 Transformasi Data Ordinal ke Data Interval.....	79
4.3.6 Uji Normalitas.....	80
4.3.7 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.7.1 Uji Multikolinearitas	81
4.3.7.2 Uji Heteroskedastisitas.....	83
4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	84

4.5 Pengujian Hipotesis	85
4.5.1 pengujian hipotesis secara simultan menggunakan Uji - F.....	85
4.5.2 Pengujian Hipotesis secara simultan Menggunakan Uji – t.....	86
4.5.3 Uji Koefisien Determinan (R ²).....	88
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	88
4.4.1 Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret	88
4.4.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret	89
4.4.3 Pengaruh Display Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Jl. Laut Dendang.....	91
BAB V.....	91
KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	95