

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK.	i
KATA PENGANTAR.	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Kerangka Teoritis	10
2.1.1 Kelengkapan Produk	10
2.1.1.1 Pengertian Poduk	10
2.1.1.2 Pengertian Kelengkapan Produk	11
2.1.1.3 Proses Perencanaan Kelengkapan Produk	14
2.1.1.4 Atribut Produk dan Strategi Pembedaan Produk Bagi Pengecer .	15
2.2.1 Fasilitas	16
2.1.2.1 Klasifikasi Fasilitas	17

2.1.2.2 Pengertian Fasilitas	19
2.1.3 Keputusan Pembelian	20
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.1.3.3 Jenis-Jenis Tingkah Laku Keputusan Membeli	20
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Pelanggan	22
2.1.3.4 Tahapan Proses Keputusan Membeli	24
2.2 Kerangka Berpikir	26
2.3 Hipotesis	28
2.1 Penelitian Relevan	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	33
3.2 Populasi Penelitian	33
3.3 Sampel Penelitian	34
3.2 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	40
3.6.2 Analisis Regresi Berganda	42
3.6.3 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Deskripsi Objek	45

4.1.2 Visi dan Misi Bina Swalayan	46
4.2 Pembahasan Penelitian	46
4.2.1 Karakteristik dan Penilaian Responden	46
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	46
4.2.1.2 Penilaian Responden.	47
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket.	52
4.2.2.1 Variabel Kelengkapan Produk (X_1).....	52
4.2.2.2 Variabel Fasilitas (X_2).	54
4.2.2.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
4.2.3 Hasil Penelitian.	56
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.2.5 Analisis Regresi Berganda.	63
4.2.6 Pengujian Hipotesis.	65
4.2.6.1 Uji Partial (Uji t).	65
4.2.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	66
4.2.6.3 Uji R Square (R^2).	67
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pembelian Pelanggan Model Lima Tahap	24
Gambar 2.2 Tahapan Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian ...	26
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	28
Gambar 4.1 Normal P-Plot.....	60
Gambar 4.2 Scatter Plot.	62