

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
ABSTRAK .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Kerangka Pemikiran .....	6
1.6 Hipotesis .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Pemasaran .....	17
2.2 Manajemen Pemasaran.....	19
2.3 Bauran Pemasaran .....	20
2.4 Lokasi.....	25
2.5 Perilaku Konsumen .....	34

2.6	Model Prilaku Pembeli.....	35
2.7	Keputusan pembelian .....	38
 <b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Objek .....	42
3.2	Metode Penelitian .....	46
3.3	Instrumen, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, Dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner....	53
3.4	Metode Analisis Data .....	56
 <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Pelaksanaan Lokasi Di Distro Dryshirt	62
4.2	Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Di Distro Dryshirt.....	64
4.3	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Di Distro Dryshirt .....	73
4.4	Pengaruh Antara Variabel Lokasi Dengan Keputusan Pembelian	77
4.5	Pengujian Hipotesis .....	79
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	82
5.2	Saran .....	83
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>84</b>
 <b>LAMPIRAN.....</b>		<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Volume Penjualan distro dRyshirt .....	3
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1	Operasional Variabel .....	52
Tabel 3.2	Kriteria Jawaban dan Skoring Penilaian Responden .....	56
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
Tabel 4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	66
Tabel 4.5	Rentang Klasifikasi Variabel .....	67
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Keterjangkauan Lokasi.....	68
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Kelancaran akses menuju Lokasi Distro Dryshirt .....	69
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Kedekatan Lokasi Distro Dryshirt dengan Konsumen.....	70
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Tempat Parkir Yang Luas dari Distro Dryshirt .....	71
Tabel 4.10	Total Pembobotan Lokasi Distro Dryshirt.....	72
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Konsumen Membeli Produk Distro Dryshirt .....	73
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Konsumen Membeli Produk dengan Merek Dryshirt .....	74

Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Konsumen Membeli Produk di Distro Dryshirt .....	75
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Tentang Konsumen Menentukan Waktu Pembelian Saat Membeli Produk dRyshirt .....	76
Tabel 4.15	Total Pembobotan Variabel Keputusan Pembelian .....	77
Tabel 4.16	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	77
Tabel 4.17	Koefisien Regresi .....	78



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Proses Keputusan pembelian .....	9
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran .....	15
Gambar 2.1 Variabel Pemasaran .....	22
Gambar 2.2 Model Prilaku Pembelian .....	36
Gambar 3.1 Struktur Organisasi .....	43
Gambar 3.2 Produk Distro Dryshirt .....	46
Gambar 4.1 Lokasi Distro Dryshirt .....	63
Gambar 4.2 Grafik Distribusi t .....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Olah Kuesioner (Skala Data Ordinal) .....	87
Lampiran 2 Hasil Transformasi Data (Skala Data Interval) .....	90
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	92
Lampiran 4 SPSS .....	93
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian .....	95
Lampiran 6 Pedoman Wawancara .....	97

