

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
<i>ABSTRACT</i>	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	16
C. Rumusan Masalah	18
D. Tujuan Penelitian.....	19
E. Kegunaan Penelitian.....	20
F. Ruang Lingkup Keterbatasan Penelitian	22

G. Penegasan Istilah	23
H. Sistematika Penulisan Skripsi	29
BAB II LANDASAN TEORI	31
A. Perilaku Konsumen	31
B. Keputusan Pembelian	38
C. <i>Marketing Mix 7P</i>	50
D. Kajian Penelitian Terdahulu	71
E. Kerangka Konseptual	79
F. Hipotesis Penelitian	81
BAB III METODE PENELITIAN	83
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	83
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	84
C. Sumber Data, Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	87
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	90
E. Teknik Analisis Data	94
BAB IV HASIL PENELITIAN	101
A. Deskripsi Objek Penelitian	101
B. Hasil Penelitian	102
C. Analisis Data	126
BAB V PEMBAHASAN	144
A. Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Keputusan Pembelian pada Bravo Supermarket Tulungagung Berdasarkan Perspektif	

Ekonomi Islam	144
B. Pengaruh <i>Product</i> terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam pada Bravo Supermarket Tulungagung	146
C. Pengaruh <i>Price</i> terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam pada Bravo Supermarket Tulungagung	150
D. Pengaruh <i>Place</i> terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam pada Bravo Supermarket Tulungagung	156
E. Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam pada Bravo Supermarket Tulungagung	162
F. Pengaruh <i>People</i> terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam pada Bravo Supermarket Tulungagung	168
G. Pengaruh <i>Process</i> terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam pada Bravo Supermarket Tulungagung	172
H. Pengaruh <i>Physical Evidence</i> terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam pada Bravo Supermarket Tulungagung.....	176
BAB VI PENUTUP	181
A. Kesimpulan	181
B. Saran.....	184

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Nilai P	86
Tabel 3.2 : Skala Likert.....	89
Tabel 3.3 : Instrumen Penelitian	91
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Instrumen	103
Tabel 4.2 : Hasil Uji Reliabilitas.....	105
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	106
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden berdasarkan Usia	107
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	108
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan per Bulan	109
Tabel 4.7 : Data Deskripsi Frekuensi Variabel Product Bravo	
Supermarket Tulungagung	111
Tabel 4.8 : Data Deskripsi Frekuensi Variabel Price Bravo	
Supermarket Tulungagung	112
Tabel 4.9 : Data Deskripsi Frekuensi Variabel Place Bravo	
Supermarket Tulungagung	114

Tabel 4.10 : Data Deskripsi Frekuensi Variabel Promotion Bravo	
Supermarket Tulungagung.....	117
Tabel 4.11 : Data Deskripsi Frekuensi Variabel People Bravo	
Supermarket Tulungagung.....	118
Tabel 4.12 : Data Deskripsi Frekuensi Variabel Process Bravo	
Supermarket Tulungagung.....	119
Tabel 4.13 : Data Deskripsi Frekuensi Variabel Physical Evidence Bravo	
Supermarket Tulungagung.....	122
Tabel 4.14 : Data Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	
Bravo Supermarket Tulungagung	124
Tabel 4.15 : Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	126
Tabel 4.16 : Hasil Uji Multikolinearitas	129
Tabel 4.17 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	130
Tabel 4.18 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	133
Tabel 4.19 : Hasil Uji F atau Simultan.....	135
Tabel 4.20 : Hasil Uji t atau Parsial	136
Tabel 4.21 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	141

Tabel 4.22 : Hasil Uji Normalitas	142
---	-----

Tabel 4.23 : Hasil Uji Autokorelasi	143
---	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Jumlah Retail di Indonesia Menurut Jenis (2019-2022)	2
Gambar 1.2 : Nilai dan Laju Pertumbuhan PDB Perdagangan (2014-2024, harga konstan)	3
Gambar 1.3 : Inflasi Indonesia pada 2024	4
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual	80
Gambar 5.1 : Tampilan Produk yang Dijual Bravo Supermarket Tulungagung.....	147
Gambar 5.2 : Harga dan Diskon Produk pada Bravo Supermarket Tulungagung.....	151
Gambar 5.3 : Harga dan Diskon Produk pada Golden Swalayan Tulungagung	151
Gambar 5.4 : Bravo Supermarket Tulungagung jika Dilihat dari Jalan Raya	157
Gambar 5.5 : Kapasitas Ruang Parkir Bravo Supermarket Tulungagung	158
Gambar 5.6 : Lokasi Bravo Supermarket Tulungagung dari Google Maps	159
Gambar 5.7 : Iklan pada Billboard Bravo Supermarket Tulungagung	163
Gambar 5.8 : Instagram Bravo Supermarket Tulungagung	163

Gambar 5.9 : Tiktok Bravo Supermarket Tulungagung.....	164
Gambar 5.10 : Instagram Golden Swalayan Tulungagung	164
Gambar 5.11 : Tiktok Golden Swalayan Tulungagung	165
Gambar 5.12 : Penampilan Karyawan Bravo Supermarket Tulungagung	169
Gambar 5.13 : Kasir Bravo Supermarket Tulungagung.....	173
Gambar 5.14 : Pengecekan Nota Belanja dalam Jumlah Grosir	174
Gambar 5.15 : Fasilitas Tambahan pada Bravo Supermarket Tulungagung	177

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Angket Penelitian
- Lampiran 2 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 : Hasil Analisis Data
- Lampiran 4 : Tabulasi Data
- Lampiran 5 : Data Dalam Spreadsheet
- Lampiran 6 : Kartu Kendali Bimbingan
- Lampiran 7 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 8 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup