

ABSTRACT

Dalam pertumbuhan ekonomi seperti sekarang ini, konsumen lebih mengutamakan kemudahan untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu banyak toko khusus yang dibangun sehingga konsumen dapat dengan mudah mencari produk yang diinginkannya dengan berbagai macam pilihan merk dan jenis produk. Karena semakin menjamurnya toko-toko khusus yang ada, maka pemasar mempunyai banyak saingan yang dapat mengurangi pendapatan labanya. Oleh karena itu pemasar harus dapat mensiasati kegiatan pemasarannya agar dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk. Terdapat banyak factor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian. Salah satunya adalah dari segi keragaman produk yang ditawarkan dan jasa sewa (dalam hal ini harga) yang ditetapkan untuk setiap produknya.

Dalam kaitannya dengan keragaman produk, maka penelitian dipusatkan pada dimensi bauran produk, yang terdiri dari lebar, panjang, dalam dan konsistensi bauran produk. Untuk jasa sewa, penelitian dipusatkan pada harga sewa yang ditetapkan untuk setiap kegiatan sewanya. Sedangkan untuk keputusan pembelian, penelitian dipusatkan pada proses keputusan pembelian konsumen yang meliputi identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan membeli dan perilaku setelah membeli.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei dengan mengambil sample secara acak dari suatu populasi sebagai alat pengumpul data. Perhitungan yang digunakan adalah rumus regresi berganda.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa dengan adanya bauran produk dan jasa sewa buku, maka keputusan pembelian konsumen pun akan semakin meningkat. Dari kuesioner yang diberikan kepada 100 responden secara acak kepada member dan konsumen Toko Buku Manga Bandung, dapat dilihat bagaimana bauran produk yang ada di Toko Buku Manga Bandung mempunyai hubungan yang cukup berarti dengan keputusan pembelian konsumen. Sedangkan jasa sewa buku yang ditetapkan Toko Buku Manga Bandung mempunyai hubungan yang rendah tapi pasti dengan keputusan pembelian konsumen.

Setelah melakukan penelitian pada Toko Buku Manga Bandung, maka dapat disimpulkan bahwa Toko Buku Manga memiliki tingkat kedalaman bauran produk yang tinggi dan juga telah menetapkan harga sewa buku yang bersaing sehingga dapat menarik konsumen untuk meminjam maupun membeli buku yang ditawarkan. Selain itu konsumen juga tertarik dengan bauran produk dan jasa sewa buku yang ditawarkan Toko Buku Manga Bandung sehingga dapat menimbulkan keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	7
2.1. Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Produk	7
2.1.1.1 Pengertian Produk	7
2.1.1.2 Klasifikasi Produk Konsumen	8
2.1.2 Bauran Produk	9
2.1.2.1 Pengertian Bauran Produk	9
2.1.2.2 Pengertian Lini Produk	10
2.1.2.3 Dimensi Bauran Produk	10
2.1.3 Atribut Produk	11
2.1.3.1 Pengertian Atribut Produk	11
2.1.3.2 Atribut-Atribut Pembentuk Produk	12
2.1.4 Jasa	14
2.1.4.1 Definisi Jasa	14
2.1.4.2 Karakteristik Jasa	15
2.1.5 Sewa.....	16

	2.1.5.1	Pengertian Sewa	16
	2.1.6	Harga Sewa	16
	2.1.6.1	Pengertian Harga	16
	2.1.6.2	Taktik Penetapan Harga Khusus	16
	2.1.7	Perilaku Konsumen	18
	2.1.7.1	Pengertian Perilaku Konsumen	18
	2.1.7.2	Model Perilaku Konsumen	19
	2.1.7.3	Faktor-faktor Utama yang Mempengaruhi Konsumen	20
	2.1.8	Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	20
	2.1.8.1	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	21
	2.1.9	Toko Eceran	23
	2.1.9.1	Pengertian Toko Eceran	23
	2.1.9.2	Klasifikasi Operasi Eceran	24
	2.1.9.3	Jenis-Jenis Utama Operasi Eceran	26
	2.2	Kerangka Pemikiran.....	30
	2.3	Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN		39
	3.1	Metode yang Digunakan	39
	3.2	Operasional Variabel.....	40
	3.2.1	Pengukuran Variabel	43
	3.3	Sumber dan Cara Penentuan Data.....	43
	3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	45
	3.5	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
	4.1	Profil Perusahaan	54
	4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Toko Buku Manga	54
	4.1.2	Struktur Organisasi Toko Buku Manga	56
	4.2	Bauran Produk dan Jasa Sewa pada Toko Buku Manga	57
	4.3	Hubungan antara Bauran Produk dan Jasa Sewa dengan	

	Keputusan Pembelian pada Toko Buku Manga Bandung ...	69
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	73
	5.1 Kesimpulan	73
	5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Pembelian	19
Gambar 2.2	Bagan Faktor yang Mempengaruhi Konsumen	20
Gambar 2.3	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	21
Gambar 2.4	Proses Pembelian Konsumen	34
Gambar 2.5	Paradigma Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3.1	Tiga Paradigma Sederhana	47
Gambar 3.2	Paradigma Sederhana	48
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Toko Buku Manga	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel	41
Tabel 4.1	Tingkat Lini Produk di Toko Buku Manga	57
Tabel 4.2	Tingkat Kualitas Produk	58
Tabel 4.3	Tingkat Ragam Merk	59
Tabel 4.4	Tingkat Ragam Variasi Cerita	59
Tabel 4.5	Tingkat Kelengkapan Produk Secara Keseluruhan	60
Tabel 4.6	Tingkat Konsistensi Tiap Lini Produk	61
Tabel 4.7	Tingkat Perbandingan Harga Tetap dengan Pesaing	61
Tabel 4.8	Tingkat Perbandingan Harga Variabel dengan Pesaing	62
Tabel 4.9	Tingkat Kebutuhan Konsumen	63
Tabel 4.10	Intensifikatif Pencarian Konsumen	64
Tabel 4.11	Tingkat Penilaian Alternative Jenis Buku	65
Tabel 4.12	Tingkat Penilaian Alternative Judul Buku	65
Tabel 4.13	Tingkat Penilaian Alternative Penerbit Buku	66
Tabel 4.14	Tingkat Penilaian Ketersediaan Buku Baru dengan Cepat	67
Tabel 4.15	Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen	67
Tabel 4.16	Tingkat Kepuasan Konsumen	68
Tabel 4.17	Correlation	69

