

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen.....	13
2.1.1 Fungsi Manajemen.....	13
2.2 Pemasaran	14
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.2.2 Fungsi Pemasaran	15
2.3 Harga.....	16
2.3.1 Dimensi Harga	17
2.3.2 Jenis-Jenis Harga.....	18
2.4 Store Atmosphere.....	19
2.4.1 Dimensi Store Atmosphere	20
2.4.2 Faktor Store Atmosphere	23
2.5 Kualitas Produk.....	24
2.5.1 Dimensi Kualitas Produk	24
2.6 Kualitas Pelayanan	26

2.6.1 Karakteristik Pelayanan	26
2.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	27
2.7 Kepuasan Pelanggan	28
2.7.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	28
2.7.2 Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	29
2.8 Penelitian Terdahulu	29

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Model Konseptual Penelitian	36
3.2 Variabel Penelitian	37
3.3 Operasional Variabel.....	37
3.4 Hubungan antar Variabel dan Hipotesis	42
3.4.1 Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	42
3.4.2 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	43
3.4.3 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	43
3.4.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	44
3.4.5 Hubungan Harga, <i>Store Atmosphere</i> , Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	44
3.5 Hipotesis.....	46
3.6 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel	46
3.6.1 Jenis Penelitian.....	46
3.6.2 Tempat dan Waktu Penelitian	47
3.6.3 Sumber Data.....	47
3.6.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.6.5 Populasi dan Sampel	48
3.7 Uji yang Dipakai	50
3.7.1 Uji Validitas	50
3.7.2 Uji Reliabilitas	51
3.7.3 Uji Normalitas.....	51
3.7.4 Uji Multikolinearitas	51
3.7.5 Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.7.6 Uji Korelasi Parsial	52
3.7.7 Uji Korelasi Ganda (R)	52
3.7.8 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	53

3.7.9 Uji T	54
3.7.10 Uji F	54
3.7.11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Anaisis Hasil Pre Test	56
4.1.1 Uji Validitas	57
4.1.2 Uji Reliabilitas	58
4.1.3 Uji Normalitas	58
4.1.4 Uji Multikolinearitas	59
4.1.5 Uji Heterokedastisitas	60
4.2 Analisis Karakteristik Statistik Deskriptif Responden.....	60
4.3 Analisis Hasil Main-Test.....	66
4.3.1 Uji Validitas	66
4.3.2 Uji Reliabilitas	67
4.3.3 Uji Normalitas	70
4.3.4 Uji Multikolinieritas.....	70
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.3.6 Uji Korelasi Parsial	72
4.3.7 Uji Korelasi Ganda (R)	73
4.3.8 Uji Korelasi Determinasi (Adjusted R ²)	74
4.3.9 Uji F	75
4.3.10 Analisis Deskriptif (Mean).....	75
4.3.11 Uji Regresi Linear Berganda.....	78
4.4 Uji Hipotesis	79
4.4.1 Uji T Test	79
4.5 Pembahasan.....	80
4.5.1 Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	80
4.5.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	81
4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	81

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	83
5.2 Keterbatasan Peneliti.....	83

5.3 Saran.....	84
5.3.1 Saran Manajerial	84
5.3.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	85
DAFTAR PUSTAKA	86
RIWAYAT HIDUP PENULIS	91
LAMPIRAN	

