

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xv
<i>Abstract</i>	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian	11
G. Penegasan Istilah.....	12
H. Sistematika Pembahasan Skripsi	14

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Pembelian Konsumen	16
B. Kualitas Pelayanan.....	19
C. Harga.....	22
D. Lokasi	27
E. <i>Word Of Mouth</i>	30
F. Kajian Penelitian Terdahulu	34

	G. Kerangka Konseptual.....	41
	H. Hipotesis Penelitian	42
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
	B. Populasi dan Sampel Penelitian	45
	1. Populasi.....	45
	2. Sampel Penelitian	45
	C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	47
	1. Sumber Data	47
	2. Variabel.....	48
	3. Skala Pengukuran	48
	D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .	49
	1. Teknik Pengumpulan Data.....	49
	2. Instrumen Penelitian	50
	E. Analisa Data.....	54
	1. Uji Validitas	54
	2. Uji Reliabilitas	54
	3. Uji Asumsi Klasik (Uji Pra Regresi)	55
	4. Analisis Agresi Linier Berganda.....	57
	5. Uji Hipotesis	58
	6. Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	59
BAB IV	: HASIL PENELITIAN	
	A. Deskripsi Data	61
	1. Gambaran Objek Penelitian	61
	a. Profil Al-Barokah	61
	b. Jam Operasional	62
	c. Sumber Daya Manusia	62
	d. Tunjangan.....	62
	e. Strategi Pemasaran	63
	2. Profil Responden.....	63
	3. Karakteristik Responden.....	63

4. Deskripsi Variabel	67
B. Pengujian Hipotesis	72
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas	75
3. Uji Asumsi Klasik (Uji Pra Regresi)	77
4. Analisis Agresi Linier Berganda.....	81
5. Uji Hipotesis	83
6. Anilisis Koefisien Determinasi (R2).....	89

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Konsume Pada Toko Al-Barokah Panjerejo Rejotangan	91
B. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Konsume Pada Toko Al-Barokah Panjerejo Rejotangan	94
C. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pembelian Konsume Pada Toko Al-Barokah Panjerejo Rejotangan	96
D. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Pembelian Konsume Pada Toko Al-Barokah Panjerejo Rejotangan	97
E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga , Lokasi dan <i>Word Of Mouth</i> , Terhadap Kepuasan Pembelian Konsume Pada Toko Al-Barokah Panjerejo Rejotangan	99

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA..... 104

LAMPIRAN - LAMPIRAN