

DAFTAR ISI

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

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	8
G. Definisi Operasional Variabel	9
H. Sistematika Skripsi	11

BAB II : LANDASAN TEORI

A. <i>Marketing Mix</i>	13
1. Produk.....	14
2. Harga	17
3. Tempat.....	20
4. Promosi.....	21

B. Kualitas Pelayanan	24
C. Kepuasan Konsumen.....	28
D. Keputusan Pembelian.....	32
E. Kajian Penelitian Terdahulu.....	41
F. Kerangka Konseptual	48
G. Hipotesis Penelitian.....	50

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
1. Pendekatan.....	52
2. Jenis Penelitian	52
B. Populasi, <i>Sampling</i> , dan Sampel Penelitian	53
1. Populasi	53
2. <i>Sampling</i>	53
3. Sampel	54
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	55
1. Sumber Data	55
2. Variabel Data.....	56
a. Variabel Independen	56
b. Variabel Dependen	56
3. Skala Pengukuran	57
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	58
1. Teknik Pengumpulan Data	58
2. Instrumen Penelitian.....	59
E. Teknik Analisis Data.....	61
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	61
2. Uji Asumsi Klasik	63
a. Uji Normalitas Data.....	63
b. Uji Multikolinieritas	64
c. Uji Heteroskedastisitas	65
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	65
4. Uji Hipotesis	56
a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	66

b. Uji Signifikansi Hipotesis secara Parsial (Uji T).....	67
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	69
1. Sejarah Singkat Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar.....	69
2. Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	70
3. Gambaran Subjek Penelitian.....	70
B. Karakteristik Responden	70
1. Jenis Kelamin	71
2. Usia.....	71
3. Frekuensi Pembelian.....	72
C. Deskripsi Variabel.....	72
D. Analisis Data	76
1. Uji Validitas.....	76
2. Uji Reliabilitas.....	80
3. Uji Normalitas	82
4. Uji Multikolinieritas.....	84
5. Uji Heterokedastisitas.....	85
6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
7. Uji Hipotesis	89
a. Uji Signifikansi Simultan (Uji T)	89
b. Uji Signifikansi Hipotesis secara Parsial (Uji F)	91
8. Koefisien Determinasi (R^2)	93

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ...	94
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	96
C. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	97
D. Pengaruh <i>Marketing Mix</i> , Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	99

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....100

B. Saran..... 101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN