

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Surat Pernyataan	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>Abstrack</i>	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13
G. Penegasan Istilah	14
H. Sistematika Penulisan Skripsi	21

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Konsumen.....	24
B. Produk	32
C. Harga	35
D. Saluran Distribusi	39
E. Merek	41
F. Penjualan Pribadi.....	44
G. Periklanan.....	46

H. Promosi.....	47
I. Pengemasan.....	51
J. Tampilan Produk.....	52
K. Pelayanan.....	54
L. Penanganan Stok Produk.....	57
M. Penemuan Fakta dan Analisis Lapangan.....	58
N. Kajian Penelitian Terdahulu.....	64
O. Kerangka Konseptual.....	68
P. Hipotesis Penelitian.....	70

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	72
B. Populasi, <i>Sampling</i> , dan Sampel Penelitian.....	73
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	75
1. Sumber Data.....	75
2. Variabel.....	75
3. Skala Pengukuran.....	76
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	76
E. Teknik Analisis Data.....	79
1. Uji Multikolinearitas.....	80
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
3. Uji Hipotesis.....	82
a. Uji Koefisien Determinasi.....	82
b. Uji Simultan.....	82
c. Uji Parsial.....	84
4. Uji Asumsi Klasik.....	85
a. Uji Normalitas.....	85
b. Uji Heteroskedastisitas.....	85
c. Uji Autokorelasi.....	86

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	88
B. Analisis Deskripsi Data.....	92

C. Pengujian Data	108
1. Hasil Uji Instrumen	108
2. Hasil Uji Multikolinearitas	111
3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	112
4. Hasil Uji Hipotesis.....	117
a. Koefisien Determinasi	117
b. Uji F.....	118
c. Uji t.....	119
5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	129
a. Hasil Uji Normalitas	129
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas	130
c. Uji Autokorelasi.....	131

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	133
B. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	135
C. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	138
D. Pengaruh Merek terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	140
E. Pengaruh Penjualan Pribadi terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	142
F. Pengaruh Periklanan terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	143
G. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	145
H. Pengaruh Pengemasan terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	147
I. Pengaruh Tampilan Produk terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	148

J. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	149
K. Pengaruh Penanganan Stok Produk terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	151
L. Pengaruh Penemuan Fakta dan Analisis Lapangan terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung	152
M. Pengaruh Elemen 12P terhadap Kepuasan Konsumen di NYK Kopi Tulungagung.....	154
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	157
B. Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN-LAMPIRAN	165