

DAFTAR ISI

Halaman Luar Sampul	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak.....	xiv
Abstract.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah	13
H. Sistematika Penulisan Skripsi	16
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Perilaku Konsumen	19
1. Definisi Perilaku Konsumen	19
2. Prinsip Dasar Perilaku Konsumen Dalam Islam	20
B. Kepuasan Konsumen	24
1. Pengertian Kepuasan	24
2. Pengertian Konsumen atau Pelanggan	26
3. Pengertian Kepuasan Konsumen	27

4.	Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	28
5.	Kepuasan Konsumen Dalam Islam	30
C.	Keragaman Produk	32
1.	Pengertian Produk dan Keragaman Produk	32
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keragaman	34
3.	Indikator Keragaman Produk	38
4.	Keragaman Produk Dalam Islam.....	39
D.	Citra Merek	41
1.	Pengertian Citra Merek	41
2.	Faktor-Faktor Pembentukan Citra Merek	42
3.	Indikator Citra Merek.....	43
4.	Citra Merek Dalam Islam	44
E.	Lokasi	46
1.	Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha	46
2.	Konsep Lokasi Dalam Islam	47
F.	Hubungan Antar Variabel.....	48
G.	Penelitian Terdahulu.....	50
H.	Kerangka Konseptual.....	57
I.	Hipotesis Penelitian	59
BAB III:	METODE PENELITIAN	
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	61
B.	Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	62
C.	Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya.....	64
D.	Teknik Pengumpulan Data Instrumen Penelitian	66
E.	Analisis Data	69
BAB IV:	HASIL PENELITIAN	
A.	Deskripsi Objek Penelitian	75
B.	Karakter Responden.....	76
C.	Uji Validitas dan Reliabilitas	78
D.	Teknik Analisis Data	82
BAB V:	PEMBAHASAN	
A.	Pengaruh Keragaman Produk, Citra Merek dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	91

B. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	95
C. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	98
D. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	101

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	104
B. Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	51
2. Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	65
3. Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	66
4. Tabel 3.3 Range Nilai DW	74
5. Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	76
6. Tabel 4.2 Usia Responden	77
7. Tabel 4.3 Pendapatan Responden	77
8. Tabel 4.4 Uji Validitas Keragaman Produk	79
9. Tabel 4.5 Validitas Citra Merek	79
10. Tabel 4.6 Validitas Lokasi.....	80
11. Tabel 4.7 Kepuasan Konsumen	81
12. Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	81
13. Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas	82
14. Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas dan Hasil VIF.....	83
15. Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda	83
16. Tabel 4.12 Uji Determinasi	85
17. Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	86
18. Tabel 4.14 Hasil Uji T	87
19. Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	89
20. Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedasitas	89
21. Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi.....	90

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengunjung Kedai Kopi 8
2. Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 58