

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	12
F. Penegasan Istilah.....	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	16
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b> .....	<b>18</b>

A. Manajemen Pemasaran.....	18
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	18
2. Tujuan Manajemen Pemasaran .....	19
3. Manajemen Pemasaran Menurut Perspektif Syariah .....	21
B. Kepuasan Konsumen.....	22
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	22
2. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	24
3. Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen.....	25
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	26
5. Tujuan Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	27
6. Kepuasan Konsumen Menurut Perspektif Islam.....	28
C. Kualitas Produk.....	29
1. Pengertian Kualitas Produk.....	29
2. Klasifikasi Produk.....	32
3. Implikasi Kualitas Produk.....	33
4. Kualitas Produk Menurut Perspektif Islam .....	35
D. Suasana Toko .....	36
1. Pengertian Suasana Toko .....	36
2. Faktor-Faktor Dalam Menciptakan Suasana Toko .....	37
3. Elemen-Elemen Suasana Toko .....	39
4. Indikator Suasana Toko.....	41
5. Suasana Toko Menurut Perspektif Islam .....	42
E. Kualitas Pelayanan .....	43

1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	43
2. Karakteristik Pelayanan .....	45
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	46
4. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam .....	47
F. Penelitian Terdahulu .....	49
G. Kerangka Konseptual .....	59
H. Hipotesis Penelitian.....	61
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>63</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	63
B. Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel Penelitian.....	64
C. Sumber Data dan Variabel Penelitian .....	66
D. Skala Pengukuran.....	67
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	68
1. Teknik Pengumpulan Data.....	68
2. Instrumen Penelitian.....	69
3. Uji Instrumen .....	72
a. Uji Validitas .....	72
b. Uji Reliabilitas .....	75
F. Teknik Analisis Data.....	76
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>81</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	81
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	81
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	82

B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	83
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	85
D. Hasil Analisis Data.....	93
1. Uji Multikolinearitas .....	93
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
a. Model Regresi Berganda.....	93
b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	94
c. Uji F (Uji Simultan) .....	95
d. Uji t (Uji Parsial).....	96
3. Uji Asumsi Klasik.....	97
a. Uji Normalitas .....	97
b. Uji Heterokedastisitas .....	98
<b>BAB V : PEMBAHASAN.....</b>	<b>99</b>
A. Pengaruh Kualitas Produk pada Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung terhadap Kepuasan Konsumen .....	99
B. Pengaruh Suasana Toko pada Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung terhadap Kepuasan Konsumen .....	101
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung terhadap Kepuasan Konsumen .....	104
D. Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko, dan Kualitas Pelayanan pada Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung terhadap Kepuasan Konsumen.....	107

<b>BAB VI : PENUTUP .....</b>	<b>110</b>
A. Kesimpulan .....	110
B. Saran.....	112
 DAFTAR PUSTAKA .....	 114
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	119