

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah	11
H. Sistematika Penulisan Skripsi	14

BAB II KAJIAN TEORI	16
A. Pemasaran	16
B. Kepuasan Pelanggan	17
C. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	20
D. Unsur-Unsur Buran Pemasaran	22
E. Penelitian Terdahulu	36
F. Kerangka Konseptual	43
G. Hipoteis Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	48
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	50
D. Tehnik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	53
E. Tehnik Analisis Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	63
A. Deskrpsi Data.....	63
B. Deskripsi Variabel	67
C. Analisis Data	79
BAB V PEMBAHASAN	94
A. Pengaruh Bauran Pemasaran Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sepatu Salma Sport 17 Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung.....	94
B. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sepatu	

Salma Sport 17 Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung	95
C. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sepatu	
Salma Sport 17 Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung	96
D. Pengaruh Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sepatu	
Salma Sport 17 Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung	97
E. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sepatu	
Salma Sport 17 Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung	99
BAB VI PENUTUP	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	