

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah.....	15
H. Sistematika Dalam Penelitian Skripsi	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Strategi Pemasaran	20
1. Pengertian Strategi Pemasaran	20
2. Tujuan Pemasaran	21
3. Macam-Macam Strategi Pemasaran.....	22
4. Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	25
B. <i>Marketing Mix</i>	26
1. Pengertian <i>Marketing Mix</i>	26
2. Unsur <i>Marketing Mix</i>	28

C.	Keputusan Pembelian Ulang	38
1.	Pengertian Keputusan Pembelian Ulang	38
2.	Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian Ulang	39
3.	Indikator Keputusan Pembelian Ulang	42
D.	Kepuasan Konsumen.....	43
1.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	43
2.	Faktor Kepuasan Konsumen	45
3.	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	46
4.	Indikator Kepuasan Konsumen	48
E.	Penelitian Terdahulu	49
F.	Kerangka Konseptual	105
G.	Hipotesis Penelitian.....	111
BAB III METODE PENELITIAN		113
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	113
1.	Pendekatan	113
2.	Jenis Penelitian.....	113
B.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	114
1.	Populasi	114
2.	Sampling.....	114
3.	Sampel Penelitian.....	115
C.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	116
1.	Sumber Data	116
2.	Variabel	117
3.	Skala Pengukuran.....	117
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	118
1.	Teknik Pengumpulan Data	118
2.	Instrumen Penelitian.....	118
E.	Teknik Analisis Data.....	120
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	120
2.	Uji Asumsi Klasik	121
3.	Uji Regresi Berganda	123

4.Uji Statistik.....	124
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	130
A. Gambaran Objek Penelitian	130
1.Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	130
2.Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	131
B. Deskripsi Responden.....	132
1.Deskripsi Responden Berdasarkan Kelamin	132
2.Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	133
3.Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	134
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	135
D. Analisis Data	154
1.Uji Validitas	154
2.Uji Reliabilitas.....	161
3.Uji Asumsi Klasik	164
4.Uji Regresi Linier Berganda	170
5.Uji Hipotesis.....	179
BAB V PEMBAHASAN	199
A. Pengaruh <i>Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi.....	199
B. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi.....	202
C. Pengaruh <i>Place</i> Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi.....	204
D. Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi.....	207
E. Pengaruh <i>Product</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi	210
F. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi	213
G. Pengaruh <i>Place/Distribution</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi	215
H. Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi	218

I. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi....	220
J. Pengaruh <i>Product, Price, Place/Distribution</i> Dan <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Soto Ayam Kampung Pak Ji Dan Soto Ayam Kampung Kasidi	223
BAB VI PENUTUP	228
A. Kesimpulan	228
B. Saran.....	231
DAFTAR PUSTAKA.....	232
LAMPIRAN.....	241

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Rumah Makan/Restoran Kabupaten Tulungagung	6
Tabel 1.2 Data penjualan Soto Ayam Kampung Pak Ji Tahun 2022-2023	7
Tabel 1.3 Data penjualan Soto Ayam Kampung Kasidi Tahun 2022-2023	8
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Indikator Variabel	119
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	132
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	132
Tabel 4.3 Usia Responden Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	133
Tabel 4.4 Usia Responden Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	134
Tabel 4.5 Pendidikan Responden Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	134
Tabel 4.6 Pendidikan Responden Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	135
Tabel 4.7 Variabel Product Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	136
Tabel 4.8 Variabel Price Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung.....	138
Tabel 4.9 Variabel Place Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	140
Tabel 4.10 Variabel Promotion Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	141
Tabel 4.11 Variabel Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	143
Tabel 4.12 Variabel Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	144
Tabel 4.13 Variabel Product Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	145
Tabel 4.14 Variabel Price Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	147
Tabel 4.15 Variabel Place Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung.....	149
Tabel 4.16 Variabel Promotion Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	150
Tabel 4.17 Variabel Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	152
Tabel 4.18 Variabel Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	153
Tabel 4.19 Validitas Product Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	155
Tabel 4.20 Validitas Price Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	155

Tabel 4.21 Validitas Place Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	156
Tabel 4.22 Validitas Promotion Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	156
Tabel 4.23 Validitas Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	157
Tabel 4.24 Validitas Kepuasan Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	157
Tabel 4.25 Validitas Product Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	158
Tabel 4.26 Validitas Price Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	158
Tabel 4.27 Validitas Place Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung.....	159
Tabel 4.28 Validitas Promotion Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	159
Tabel 4.29 Validitas Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	160
Tabel 4.30 Validitas Kepuasan Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	160
Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas X1 (Product) Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	161
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas X2 (Price) Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	162
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas X3 (Place) Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	162
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas X4 (Promotion) Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	162
Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas Y (Keputusan Pembelian Ulang) Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	163
Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas Z (Kepuasan Konsumen) Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	163
Tabel 4.37 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	165
Tabel 4.38 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	166
Tabel 4.39 Multikolinieritas Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	167
Tabel 4.40 Multikolinieritas Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	168
Tabel 4.41 Hasil Regresi Linier Berganda Product, Price, Place Promotion	

Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	170
Tabel 4.42 Hasil Regresi Linier Berganda Product, Price, Place Promotion Terhadap Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	172
Tabel 4.43 Hasil Regresi Linier Berganda Product, Price, Place Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	175
Tabel 4.44 Hasil Regresi Linier Berganda Product, Price, Place Promotion Terhadap Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	177
Tabel 4.45 Hasil Uji Parsial Product, Price, Place Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	180
Tabel 4.46 Hasil Uji Parsial Product, Price, Place Promotion Terhadap Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	182
Tabel 4.47 Hasil Uji Parsial Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	184
Tabel 4.48 Hasil Uji Parsial Product, Price, Place Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	185
Tabel 4.49 Hasil Uji Parsial Product, Price, Place Promotion Terhadap Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	187
Tabel 4.50 Hasil Uji Parsial Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	189
Tabel 4.51 Koefisien Jalur Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total Product, Price, Place dan Promotion terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	192
Tabel 4.52 Koefisien Jalur Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total Product, Price, Place dan Promotion terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kasidi Tulungagung	195
Tabel 4.53 Model Summary Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung	196

Tabel 4.54 Model Summary Keputusan Pembelian Ulang Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung.....	197
Tabel 4.55 Model Summary Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	197
Tabel 4.54 Model Summary Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	198
Tabel 4.55 Model Summary Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	197
Tabel 4.54 Model Summary Kepuasan Konsumen Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	198

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	105
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur	126
Gambar 4.1 Scatterplot Soto Ayam Kampung Pak Ji Tulungagung.....	169
Gambar 4.2 Scatterplot Soto Ayam Kampung Kasidi Tulungagung	169