

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II:TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	10
2.2.1.1. Bauran Pemasaran.....	12
2.2.1.2. Unsur Bauran Pemasaran.....	13
2.2.2. Harga.....	15
2.2.2.1. Metode Penetapan Harga.....	16
2.2.2.2. Tujuan Penetapan Harga.....	17
2.2.3. Kualitas Layanan.....	29
2.2.3.1. Dimensi Kualitas Layanan.....	20
2.2.4. <i>Store Atmosphere</i>	22
2.2.4.1. Elemen <i>Store Atmosphere</i>	23
2.2.5. Kepuasan Konsumen.....	25
2.2.5.1. Metode Pengukuran Kepuasan.....	25
2.2.6. Hub. Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.2.7. Hub. Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	28
2.2.8. Hub. <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	28
2.3. Kerangka Konseptual.....	29
2.4. Hipotesis.....	29

BAB III:METODE PENELITIAN

3.1.	Pendekatan Penelitian.....	31
3.2.	Lokasi Penelitian.....	31
3.3.	Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1.	Populasi.....	31
3.3.2.	Sampel.....	32
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4.1.	Jenis Data.....	32
3.4.2.	Sumber Data.....	33
3.5.	Teknik Pengambilan Data.....	33
3.6.	Definisi Operasional.....	33
3.7.	Pengukuran Variabel.....	35
3.8.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	36
3.8.1.	Uji Validitas.....	36
3.8.2.	Uji Reliabilitas.....	37
3.9.	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.9.1.	Uji Multikolinieritas.....	37
3.9.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.9.3.	Uji Normalitas.....	39
3.9.4.	Uji Autokorelasi.....	39
3.10.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	40
3.10.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.10.2.	Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.10.3.	Uji Hipotesis.....	42

BAB IV:HASIL PENELITIAN DAN INTREPRESTASI HASIL

4.1.	Gambaran Umum dan Obyek Penelitian.....	44
4.1.1.	Sejarah Ichi Sushi GKB Gresik.....	44
4.1.2.	Visi dan Misi Ichi Sushi GKB Gresik.....	45
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.2.1.	Karakteristik Responden.....	45
4.2.2.	Deskripsi Responden.....	46
4.3.	Tanggapan Responden.....	48
4.3.1.	Harga (X1).....	48
4.3.2.	Kualitas Layanan (X2).....	50
4.3.3.	<i>Store Atmosphere</i> (X3).....	51
4.3.4.	Kepuasan Konsumen (Y).....	53
4.4.	Uji Instrumen.....	54
4.4.1.	Uji Validitas.....	54
4.4.2.	Uji Reliabilitas.....	56
4.5.	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.5.1.	Uji Multikolinearitas.....	57
4.5.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.5.3.	Uji Normalitas.....	58
4.5.4.	Uji Autokorelasi.....	59

4.6.	Analisis Data.....	60
4.6.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.6.2.	Koefisien determinasi (R^2) dan koefisien korelasi ganda.....	62
4.7.	Uji Hipotesis	63
4.7.1.	Uji t (Parsial).....	64
4.8.	Interprestasi Hasil Analisis	67

BAB V:KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1.	Kesimpulan	69
5.2.	Rekomendasi	69
5.2.1.	Bagi Aspek Manajerial	69
5.2.2.	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	70

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	----

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang..	9
Tabel 3.1. Tabel Durbin Watson	40
Tabel 4.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	47
Tabel4.3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	47
Tabel4.4. Tanggapan Responden.....	48
Tabel4.5. Tanggapan dan Penilaian Responden Harga	49
Tabel4.6. Tanggapan dan Penilaian Responden Kualitas Layanan.....	50
Tabel4.7. Tanggapan dan Penilaian Responden <i>Store Atmosphere</i>	52
Tabel4.8. Tanggapan dan Penilaian Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel4.9. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	55
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	56
Tabel4.11. Koefisien <i>tolerance value</i> dan VIF masing – masing variabel	57
Tabel 4.12. Uji Autorelasi.....	60
Tabel 4.13. Uji Regresi Linier Berganda	61
Tabel4.14. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
Tabel4.15. Uji t.....	65

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Data Konsumen.....	3
Gambar 2.1 Elemen <i>Store Atmosphere</i>	23
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	29
Gambar 3.1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t	43
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	58
Gambar 4.2 Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.3 Kurva Durbin Watson.....	60
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (Harga).....	66
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (Kualitas Layanan)	66
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t (<i>Store Atmosphere</i>).....	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 Kuisisioner
- Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban
- Lampiran 4 Data Statistik (SPSS)
- Lampiran 5 Tabel r
- Lampiran 6 Tabel t
- Lampiran 7 Tabel Durbin Watson
- Lampiran 8 Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9 Berita Acara Ujian Sidang Skripsi