

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR SIMILARITY CHECK	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan dan Masalah Penelitian	11
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	11
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	12
1.2.3 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Maksud Penelitian	13
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2 Lokasi	18
2.1.2.1 Pengertian lokasi.....	18
2.1.2.2 Pentingnya lokasi.....	19
2.1.2.3 Karakteristik lokasi	22
2.1.2.4 Indikator lokasi	24
2.1.3 Promosi	26
2.1.3.1 Pengetian promosi.....	26
2.1.3.2 Pengertian bauran promosi	28
2.1.4 Kualitas Pelayanan	34
2.1.4.1 Pengertian kualitas pelayanan.....	34
2.1.4.2 Dimensi kualitas pelayanan	38
2.1.5 Keputusan Pembelian	40
2.1.5.1 Pengertian keputusan pembelian.....	40
2.1.5.2 Dimensi keputusan pembelian	47
2.1.6 Kepuasan Konsumen	51
2.1.6.1 Pengertian kepuasan Konsumen	51
2.1.6.2 Dimensi kepuasan Konsumen.....	56

2.2 Penelitian Terdahulu.....	57
2.2.1 Pengaruh Lokasi toko terhadap Keputusan Pembelian	57
2.2.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian	58
2.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	59
2.2.4 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan	60
2.3 Kerangka Pemikiran	65
2.4 Hipotesis	66

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis/Desain Penelitian	68
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	69
3.3 Populasi dan Sampel.....	71
3.3.1 Populasi.....	71
3.3.2 Sampel.....	71
3.4 Jenis dan Sumber Data	74
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	74
3.6 Metode Analisis Data	75
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	75
3.6.2 SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	76
3.6.3 Uji Validitas	82
3.6.4 Uji Reliabilitas.....	83
3.6.5 Uji Hipotesis (Uji-T).....	85

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Perusahaan.....	86
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	86
4.1.2 Lingkup Bidang Usaha	89
4.1.3 Sumber Daya	90
4.1.4 Tantangan Bisnis Perusahaan.....	92
4.1.5 Proses Bisnis Perusahaan.....	93
4.2 Hasil Penelitian	93
4.2.1 Karakteristik Responden	93
4.2.1.1 Karakteristik demografi responden berdasarkan Konsumen.....	95
4.2.1.2 Karakteristik demografi responden berdasarkan Jenis kelamin	96
4.2.1.3 Karakteristik demografi responden berdasarkan Status perkawinan	96
4.2.1.4 Karakteristik demografi responden berdasarkan Usia	96
4.2.1.5 Karakteristik demografi responden berdasarkan Pendidikan akhir	97

4.2.1.6 Karakteristik demografi responden berdasarkan Pekerjaan	97
4.2.1.7 Karakteristik demografi responden berdasarkan Pengeluaran perbulan	98
4.2.1.8 Karakteristik demografi responden berdasarkan Frekwensi belanja	98
4.2.1.9 Karakteristik demografi responden berdasarkan Produk yang dibeli	99
4.2.2 Analisa Deskriptif Hasil Jawaban Kuesioner.....	100
4.2.3 Uji Kecocokan Model Keseluruhan	105
4.2.4 Uji Model Pengukuran.....	109
4.2.5 Uji kecocokan Model Struktural	117
4.2.6 Pengujian Hipotesis	120
4.3 Pembahasan.....	121
4.3.1 Pengaruh Variabel Lokasi terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	121
4.3.2 Pengaruh Variabel Promosi terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	122
4.3.3 Pengaruh Variabel Kualitas Layanan terhadap Variabel Keputusan Pembelian	123
4.3.4 Pengaruh Variabel Keputusan Pembelian terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	125
4.3.5 Implikasi Manajerial	126
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	130
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN ;	
Lampiran 1 (Similarity Check dengan Turnitin)	138
Lampiran 2 (Formulir Quesioner).....	141
Lampiran 3 (Data Responden Indo Maret Taman Walet 1).....	146
Lampiran 4 (Hasil pengolahan data dengan SEM)	149
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	162