

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian	16
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Pengertian Pemasaran	18
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	18
2.3 Pengertian Store Atmosphere	20
2.4 Pengertian Kualitas Pelayanan	26
2.5 Pengertian Kepuasan Pelanggan	28
2.6 Hubungan Antar Variabel	29

2.7 Penelitian Terdahulu	31
2.8 Kerangka Pemikiran	35
2.9 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukurannya	38
3.3 Tahapan Penelitian	42
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.5 Teknik Pengambilan Data	44
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.7 Uji Asumsi Klasik	47
3.8 Teknik Analisis Dasar	48
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.2 Profil Responden	55
4.3 Analisis Deskriptif	57
4.4 Analisis Verifikatif	69
4.5 Persamaan Regresi Linear Berganda	73
4.6 Uji Hipotesis	75
4.7 Analisis Koefisien Determinasi	77
4.8 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84