

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran	15
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	16
2.1.3 Suasana Toko	19
2.1.4 Kualitas Produk	24
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	30
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.4 Hipotesis	36

BAB III METODA PENELITIAN	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1 Variabel Penelitian	38
3.1.2 Definisi Operasional	39
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Metode Analisis	46
3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	48
3.5.2.1 Uji Normalitas	48
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	49
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	49
3.5.3 Analisis Linier Berganda.....	50
3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	51
3.5.4.1 Uji Parsial (Uji t)	51
3.5.4.2 Uji F	52
3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden	55
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia	56
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.1.2.5 Responden Berdasarkan Pendapatan	59
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Analisis Deskriptif	60

4.2.1.1 Deskripsi Variabel Suasana Toko	62
4.2.1.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	65
4.2.1.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	69
4.2.1.4 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	71
4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	74
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	76
4.2.3.1 Uji Normalitas	76
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	77
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	78
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda	80
4.2.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	81
4.2.5.1 Uji t	81
4.2.5.2 Uji F	82
4.2.5.3 Koefisien Determinasi	83
4.3 Interpretasi Hasil	84
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan Hipotesis	88
5.1.1 Pengaruh Suasana Toko terhadap Loyalitas Pelanggan	89
5.1.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	90
5.1.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..	90
5.2 Keterbatasan	91
5.3 Saran	91
5.3.1 Saran Operasional	91
5.3.2 Saran Penelitian Yang Akan Datang	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	102