

6. Para responden yang telah meluangkan waktu demi kelancaran penelitian.
7. Untuk Bapak dan Ibuku yang tercinta, yang senantiasa setia tanpa rasa lelah mendukung aku, baik secara material maupun spiritual.
8. Untuk kakak dan adikku yang selalu mendukungku dalam segala hal.
9. Para sahabat yang selalu ada, Erik, Maman, Sasongko, Ryan, Tri, Eko, dan Riri terima kasih untuk waktu, kebersamaan, doa dan juga dukungan moril yang kalian berikan.
10. Semua pihak yang tak mungkin disebutkan satu persatu, yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna, masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi, baik dalam cara pengungkapan, penyajian, maupun penulisan kata yang dipergunakan karena keterbatasan penulis. Sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini sangat bermanfaat bagi pembaca yang membutuhkan.

Semarang, 9 Desember 2010

Penulis,

M. Rizwar Ghazali

(NIM C2A606068)

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I     PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	14
2.1.2 Keputusan Membeli .....	14
2.1.3 Lokasi.....	19
2.1.4 Promosi .....	23
2.1.5 Kualitas Layanan.....	30
2.1.6 Kepuasan Pelanggan .....	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III   METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	46
3.1.1 Variabel Penelitian.....	46



	3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
	4.1 Gambaran Umum O' Mamamia Steak n Ice Cream.....	61
	4.1.1 Profil Perusahaan.....	61
	4.1.2 Produk O' Mamamia Steak n Ice Cream.....	62
	4.2 Gambaran Umum Responden.....	65
	4.2.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	66
	4.2.2 Responden Menurut Umur.....	66
	4.3.3 Responden Menurut Pendapatan.....	67
	4.3 Analisis Deskriptif.....	67
	4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	68
	4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Produk.....	70
	4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan.....	71
	4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan....	73
	4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
	4.4 Analisis Data.....	76
	4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76
	4.4.1.1 Uji Validitas.....	76
	4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	77
	4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	78
	4.4.2.1 Pengujian Multikolonieritas.....	78
	4.4.2.2 Uji Normalitas.....	79

4.4.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	80
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	80
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	82
4.4.4.1 Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial) .....	82
4.4.4.2 Uji F.....	84
4.4.4.3 Koefisien Determinasi.....	84
4.5 Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP .....	88
5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	89
5.3 Saran.....	89
5.3.1 Saran Untuk Perusahaan .....	89
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	90
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	95

### DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Warnet XYZ Jl.Singosari Semarang .....	5
Tabel 4.1 Komposisi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Komposisi Responden Menurut Usia .....	47
Tabel 4.3 Komposisi Responden Menurut Pendapatan .....	48
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi .....	49
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi.....	51