

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	12
1. Theory Of Rerasoned Action.....	12
2. Strategi Lokasi	14
a. Pengertian Lokasi	14
b. Faktor-faktor Strategi Lokasi	15
c. Tujuan Strategi Lokasi	15
d. Indikator Strategi Lokasi	16
3. <i>Store Atmosphere</i>	17
a. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	17
b. Tujuan <i>Store Atmosphere</i>	17
c. Elemen <i>Store Atmosphere</i>	18
d. <i>Store Atmosphere</i> dalam Islam.....	19
4. Hubungan Pemasaran	21
a. Pengertian Hubungan Pemasaran	21
b. Konsep Hubungan Pemasaran.....	22
c. Tujuan Hubungan Pemasaran.....	22
d. Manfaat Hubungan Pemasaran.....	23
e. Prinsip-prinsip Hubungan Pemasaran	24
f. Komponen Hubungan Pemasaran	24
g. Indikatore Hubungan Pemasaran.....	25

5.	Kepuasan Konsumen	26
a.	Pengertian Kepuasan Konsumen	26
b.	Teori Kepuasan Konsumen	27
c.	Faktor-faktor Kepuasan Konsumen	27
d.	Ciri-ciri Kepuasan Konsumen	28
e.	Pengembangan Kepuasan Konsumen	29
f.	Indikator Kepuasan Konsumen.....	30
B.	Penelitian Terdahulu.....	31
C.	Kerangka Berfikir.....	36
D.	Hipotesis	37
BAB III : METODE PENELITIAN		
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
B.	Setting Penelitian.....	41
C.	Populasi dan Sampel.....	41
D.	Identifikasi Variabel.....	43
E.	Definisi Operasional Variabel.....	44
F.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
G.	Teknik Pengumpulan Data	48
1.	Observasi	48
2.	Dokumentasi	48
3.	Kuesioner.....	48
H.	Teknik Analisis Data.....	49
1.	Statistik Deskriptif.....	49
2.	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.	Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Obyek Penelitian.....	54
1.	Profil Usaha Minimarket Hufadz Jepara.....	54
2.	Sejarah Berdiri	54
3.	Visi dan Misi.....	56
B.	Gambaran Umum Responden.....	56
1.	Karakteristik Responden.....	56
2.	Analisis Hasil Jawaban Responden	57
C.	Analisis Data	61
1.	Uji Validitas dan Relilabilitas	61
2.	Uji Asumsi Klasik	64
3.	Teknik Analisis Data	68
D.	Pembahasan	73
1.	Pengaruh Strategi Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Minimarket Hufadz Cabang Krapyak, Jepara.	73

2. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dalam Islam Terhadap Kepuasan Konsumen di Minimarket Hufadz Cabang Krapyak, Jepara.	74
3. Hubungan pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen di Minimarket Hufadz Cabang Krapyak, Jepara.	75
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan.....	77
B. Keterbatasan Peneliti	78
C. Saran.....	79
D. Penutup.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Aktivitas Penjualan.....	42
Tabel 3.2 Definisi operasional.....	44
Tabel 3.3 Skala Lilkert	49
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	64
Gambar 4.2 Hasil Perhitungan Uji Normalitas	65
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
Gambar 4.4 Hasil Uji Regresi Berganda Coefficients.....	69
Gambar 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Gambar 4.6 Hasil Uji Simultan F	71
Gambar 4.7 Hasil Uji Parsial T	72

