

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	13
1. Theory of Reasoned Action (TRA).....	13
2. Pemasaran	15
3. Pemasaran Perspektif Islam	17
4. Perilaku Konsumen	18
5. Keputusan Pembelian	24
6. Kepuasan Konsumen.....	35
B. Penelitian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Penelitian	42
D. Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	51
B. Sumber Data	51
C. Populasi dan Sampel	52
D. Identifikasi Variabel Penelitian	53
E. Definisi Operasional Variabel	54
F. Teknik Pengumpulan Data	57
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
H. Uji Asumsi Klasik	59
I. Teknik Analisis Data	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	63
1. Sejarah Objek Penelitian	63
2. Profil Objek Penelitian	64
B. Deskripsi Data Penelitian	64
1. Deskripsi Responden.....	64
2. Deskripsi Angket.....	67
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	75
1. Uji Validitas	75
2. Uji Reliabilitas	77
D. Uji Asumsi Klasik	77
1. Uji Normalitas	77
2. Uji Multikolinieritas	79
3. Uji Heteroskedastisitas	80
E. Teknik Analisis Data	81
1. Analisis Regresi Linier Berganda	81
2. Analisis Regresi dengan Variabel Moderasi (MRA)	83
3. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	86
4. Uji signifikansi Parameter Simultan (Uji F).....	87
5. Uji Signifikansi Paramater Parsial (Uji t).....	88
F. Pembahasan.....	90

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	100
B. Saran.....	101
C. Penutup.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Coffee</i> Berlokasi di Kalinyamatan Jepara	2
Tabel 1.2	Data Transaksi Bulan Januari – Oktober 2021	4
Tabel 1.3	<i>Research Gap</i> Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	8
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1	Definisi Operasional	54
Tabel 4.1	Kriteria Responden Berdasarkan Alamat.....	65
Tabel 4.2	Kriteria Responden Berdasarkan Umur	66
Tabel 4.3	Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.4	Kriteria Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4.5	Frekuensi Variabel Suasana Toko (X1).....	67
Tabel 4.6	Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2).....	69
Tabel 4.7	Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	70
Tabel 4.8	Frekuensi Variabel Harga (X4).....	72
Tabel 4.9	Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	73
Tabel 4.10	Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	74
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas Metode K-S.....	79
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	79
Tabel 4.15	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	80
Tabel 4.16	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4.17	Hasil Uji Analisis Regresi dengan Variabel Moderasi	83
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Regresi I	86
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Moderasi.....	86
Tabel 4.20	Hasil Uji F Model Regresi I.....	87
Tabel 4.21	Hasil Uji F Model Moderasi	87
Tabel 4.22	Hasil Uji t Model Regresi I	88
Tabel 4.23	Hasil Uji t Model Moderasi	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	44
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Probability Plot.....	78

