

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| UCAPAN TERIMA KASIH | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| LEMBAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah | 7 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah | 7 |
| 1.2.2 Batasan Masalah | 7 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 <i>Store Atmosphere</i> | 9 |
| 2.1.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> | 10 |
| 2.1.2 Tujuan <i>Store Atmosphere</i> | 10 |
| 2.1.3 Dimensi <i>Store Atmosphere</i> | 10 |
| 2.1.4 Faktor – faktor <i>Store Atmosphere</i> | 10 |
| 2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan | 11 |
| 2.2.1 Pengertian Jasa dan pelayanan | 11 |
| 2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan | 12 |
| 2.3 Harga | 13 |
| 2.3.1 Tujuan Penetapan Harga | 14 |
| 2.3.2 Metode Penetapan Harga | 14 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.3.3 | Dimensi dan Indikator Harga | 15 |
| 2.3.4 | Strategi Penetapan Harga | 15 |
| 2.4 | Kepuasan Konsumen | 15 |
| 2.4.1 | Pengertian Kepuasan Konsumen | 16 |
| 2.4.2 | Metode Mengukur Kepuasan Konsumen | 17 |
| 2.4.3 | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen | 18 |
| 2.4.4 | Strategi Kepuasan Konsumen | 18 |
| 2.4.5 | Dimensi Kepuasan | 18 |
| 2.5 | Hasil Penelitian Terdahulu | 19 |
| 2.6 | Hubungan Antar Variabel | 25 |
| 2.6.1 | Hubungan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen | 25 |
| 2.6.2 | Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen | 25 |
| 2.6.3 | Hubungan Antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen | 26 |
| 2.7 | Hipotesis | 26 |
| 2.8 | Model Penelitian | 27 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 28 |
| 3.1 | Desain Riset..... | 28 |
| 3.2 | Jenis dan Sumber Data | 28 |
| 3.2.1 | Jenis Data | 28 |
| 3.2.2 | Sumber Data | 29 |
| 3.3 | Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel | 30 |
| 3.3.1 | Populasi | 29 |
| 3.3.2 | Sampel | 30 |
| 3.3.3 | Teknik Pengambilan Sampel..... | 30 |
| 3.4 | Unit Analisis | 31 |
| 3.5 | Definisi Operasional Variabel | 31 |
| 3.5.1 | Variabel Dependen | 31 |
| 3.5.1.1 | Kepuasan Konsumen | 31 |
| 3.5.2 | Variabel Independen | 32 |
| 3.5.2.1 | <i>Store Atmosphere</i> (X1) | 32 |
| 3.5.2.2 | Kualitas Pelayanan (X2) | 32 |
| 3.5.2.3 | Harga (X3) | 32 |
| 3.6 | Operasionalisasi Variabel | 33 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 36 |
| 3.7.1 | Uji Validitas | 36 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas | 36 |
| 3.8 | Uji Persyaratan Analisis Data | 38 |
| 3.8.1 | Uji Normalitas | 38 |
| 3.8.2 | Uji Multikolinieritas | 38 |
| 3.8.3 | Uji Heteroskedastisitas | 39 |

| | | |
|--------------------------------------|---|-----------|
| 3.8.4 | Uji Autokorelasi | 39 |
| 3.9 | Uji Hipotesis | 40 |
| 3.9.1 | Analisis Regresi Linear Berganda | 40 |
| 3.9.2 | Uji F (Simultan) | 41 |
| 3.9.3 | Uji T (Parsial) | 41 |
| 3.9.4 | Koefisien Determinasi | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | | 44 |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 44 |
| 4.1.1 | Karakteristik Responden | 44 |
| 4.2 | Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 48 |
| 4.2.1 | Hasil Uji Validitas | 48 |
| 4.2.2 | Hasil Uji Reliabilitas | 53 |
| 4.3 | Uji Asumsi Klasik | 53 |
| 4.3.1 | Uji Normalitas | 53 |
| 4.3.2 | Uji Multikolinieritas | 54 |
| 4.3.3 | Uji Heteroskedastisitas | 55 |
| 4.3.4 | Uji Autokorelasi | 56 |
| 4.4 | Analisis Data | 56 |
| 4.4.1 | Analisis Regresi Linear Berganda | 56 |
| 4.4.2 | Uji F | 58 |
| 4.4.3 | Uji t | 58 |
| 4.4.4 | Koefisien Determinan | 60 |
| BAB V PEMBAHASAN | | 62 |
| 5.1 | Pembahasan Hasil Penelitian | 62 |
| 5.1.1 | Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) | 62 |
| 5.1.2 | Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1) terhadap Kepuasan Konsumen(Y).. | 63 |
| 5.1.3 | Pengaruh Kualitas Pelayanan(X2) terhadap Kepuasan Konsumen(Y). | 63 |
| 5.1.4 | Pengaruh Harga (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)..... | 63 |
| 5.1.5 | Pengaruh Harga Lebih dominan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). | 64 |
| 5.2 | Temuan Penelitian | 64 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian | 64 |
| BAB VI PENUTUP | | 66 |
| 6.1 | Kesimpulan | 66 |
| 6.2 | Saran | 66 |
| 6.3 | Implikasi Penelitian | 67 |

DAFTAR PUSTAKA 69
LAMPIRAN 72