

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Kepuasan Pelanggan	11
2.2.1 Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen	17
2.3 Harga	18
2.4 Kualitas Produk	22
2.5 Pandangan Islam Terhadap Variabel Penelitian	25
2.5.1 Pandangan Islam Tentang Harga	25
2.5.2 Pandangan Islam Tentang Produk	27
2.5.3 Pandangan Islam Tentang Kepuasan Konsumen	31
2.6 Penelitian Terdahulu	32
2.7 Variabel Penelitian	34
2.8 Kerangka Pemikiran	35
2.9 Konsep Operasional Variabel	36
2.10 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.2 Jenis dan Sumber Data	39
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.6 Uji Kualitas Data	43
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.2 Uji Realibilitas	44
3.6.3 Uji Normalitas.....	45
3.7 Uji Asumsi Klasik	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7.1 Uji Multikolinearitas	46
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	47
3.7.3 Uji Autokorelasi	47
3.8 Uji Regresi Linear Berganda	48
3.9 Uji Hipotesis Penelitian	49
3.9.1 Uji Parsial (<i>T-Test</i>)	49
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	49
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)	50

BAB IV GAMBARAN UMUM USAHA

4.1 Sejarah Singkat Usaha	52
4.2 Visi dan Misi Usaha	54
4.3 Kegiatan Usaha	54
4.4 Aspek Legalitas Usaha	54
4.5 Sertifikat dan Rekomendasi	55
4.6 Struktur Organisasi	55

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden	58
5.1.1 Responden Berdasarkan Usia	58
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
5.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
5.1.4 Responden Berdasarkan Status Pernikahan	60
5.1.5 Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	61
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian	62
5.2.1 Harga (X_1)	62
5.2.2 Kualitas Produk (X_2)	63
5.2.3 Kepuasan Konsumen	65
5.3 Uji Kualitas Data	67
5.3.1 Uji Validitas	67
5.3.2 Uji Reliabilitas	69
5.4 Uji Normalitas Data	70
5.5 Uji Asumsi Klasik	71
5.5.1 Uji Multokolineritas	71
5.5.2 Uji Heteroskedastisitas	72
5.5.3 Uji Autokorelasi	73
5.6 Analisis Regresi Linear Berganda	74
5.7 Uji Hipotesis	76
5.7.1 Uji Secara Parsial (Uji T)	76
5.7.2 Uji Secara Simultan (Uji F)	78
5.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)	80
5.8 Pembahasan	81
5.8.1 Harga	81
5.8.1.1 Hubungan Harga Dengan Kepuasan Konsumen	82
5.8.2 Kualitas Produk	82

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.8.2.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen	83
5.8.3 Kepuasan Konsumen	83

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	84
6.2 Saran	85

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**

