



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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.2 Harga	11
2.3 Pengertian Kualitas, Produk dan Kualitas Produk	16
2.3.1 Pengertian Kualitas	16
2.3.2 Pengertian Produk	17
2.3.3 Pengertian Kualitas Produk	17
2.4 Lokasi	19
2.5 Kepuasan Konsumen	23
2.6 Kepuasan Konsumen dalam Bisnis Menurut Islam	27
2.7 Hubungan Antar Variabel	30
2.7.1 Hubungan Kualiatas Produk dengan Kepuasan Konsumen	30
2.7.2 Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen	31
2.7.3 Hubungan Lokasi dengan Kepuasan Konsumen	31
2.8 Penelitian Terdahulu	32
2.9 Kerangka Pemikiran.....	33
2.10 Hipotesis.....	34
2.11 Variabel Penelitian	35



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.

2.12 Konsep Operasional Variabel	35
----------------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.2 Jenis dan Sumber Data	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Populasi Dan Sampel	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel	39
3.5 Teknik Skala Pengukuran	40
3.6 Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.7 Uji Kualitas Data	41
3.7.1 Uji Validitas	41
3.7.2 Uji Realibilitas	42
3.8 Uji Asumsi Klasik	42
3.9 Uji Hipotesis	45
3.9.1 Uji Simultan	45
3.9.2 Uji Parsial.....	46
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi.....	46

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	48
4.2 Struktur Organisasi	49
4.3 Visi dan Misi	52

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	53
5.2 Karakteristik Responden	53
5.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
5.2.2 Responden Berdasarkan Umur.....	54
5.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
5.2.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
5.2.5 Responden Berdasarkan Status Sosial	56

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.

5.3 Deskripsi Variabel	57
5.3.1 Harga	57
5.3.2 Kualitas Produk	58
5.3.3 Lokasi	60
5.3.4 Kepuasan Konsumen	61
5.4 Uji Kualitas Data	62
5.4.1 Uji Validitas	62
5.4.1.1 Harga.....	62
5.4.1.2 Kualitas Produk.....	63
5.4.1.3 Lokasi.....	64
5.4.1.4 Kepuasan Konsumen.....	65
5.4.2 Uji Reliabilitas	65
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	67
5.5.1 Uji Normalitas Data	67
5.5.2 Uji Multikolinearitas	68
5.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	68
5.5.4 Uji Autokolerasi.....	70
5.6 Analisis Regresi Linear Berganda	71
5.7 Uji Hipotesis	72
5.7.1 Uji Secara Simultan (Uji F)	72
5.7.2 Uji secara Parsial (Uji t)	74
5.7.3 Koefisien Determinasi	75
5.8 Pembahasan	76
5.8.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	77
5.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	77
5.8.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	78
5.8.4 Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	78

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.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	80
6.2 Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

