

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu adalah berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(Qs. Al Baqoroh:45)

“ sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila telah selesai (urusan dunia) bersungguh- sungguhlah (dalam beribadah). Dan hanya kepada Tuhan-Mu lah ber harap”

(Qs. Al Insyirah: 6-8)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat hidayahNya, sehingga Pra Skripsi tentang “ **Model Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Harga dan Lokasi, Serta Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perumahan Jati Sari Semarang)**” dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun maksud dari penulisan Pra Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh Skripsi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan Pra Skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Abdul Hakim, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan penulis hingga Pra Skripsi ini selesai.
2. Ibu Olivia Fachrunnisa, SE, MSi, PHD., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan Pra Skripsi ini.
4. Suami dan anak-anak yang selalu mendukung baik moril dan materiil.
5. Bapak, Ibu, dan saudaraku yang selalu memberikan doa dan bantuannya.
6. Sahabat-sahabat tercinta.

7. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan Pra Skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari akan kekurangsempurnaan penulisan Pra Skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga Pra Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Semarang, Agustus 2016

Penulis,



ELIS ZAKIYAH

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAKSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.2 Variabel Penelitian	14
2.2.1 Kepuasan Konsumen	14
2.2.2 Keputusan Pembelian.....	15
2.2.3 Persepsi Harga	19
2.2.4 Lokasi	21
2.2.5 Kualitas Produk	23

2.3	Hipotesis	26
2.3.1	Hubungan Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian	26
2.3.2	Hubungan Lokasi Dengan Keputusan Pembelian.....	27
2.3.3	Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian.....	28
2.3.4	Hubungan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Konsumen	29
2.3.5	Hubungan Lokasi Dengan Kepuasan Konsumen.....	29
2.3.6	Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen	30
2.3.7	Hubungan Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen	31
2.4	Kerangka Pikir.....	32
III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Populasi dan Penentuan Sampel	34
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
	Analisis Data	38
IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Responden	45
4.1.1	Jenis Kelamin.....	45
4.1.2	Umur Responden	46
4.1.3	Pekerjaan Responden	46
4.1.4	Tingkat Pendidikan Responden	47
4.2	Analisis Kualitatif	48
4.2.1	Variabel Harga	48
4.2.2	Variabel Lokasi	50
4.2.3	Variabel Kualitas Produk	52

4.2.4	Variabel Keputusan Pembelian	54
4.2.5	Variabel Kepuasan Konsumen	55
4.3	Analisis Kuantitatif	57
4.3.1	Hasil Pengujian Validitas	57
4.3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	58
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	59
4.3.4	Path Analisis	62
4.3.5	Koefisien Determinasi	65
4.3.6	Pengujian Hipotesis	66
4.3.7	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	70
4.4	Pembahasan	71
V	PENUTUP	
5.1	Simpulan	75
5.2	Saran	76

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tingkat Hunian Perumahan Jatisari Semarang	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Umur Responden	46
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	47
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Responden	47
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga	49
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Lokasi	51
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Konsumen	56
Tabel 4.10 Uji Validitas	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.13 Regresi Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.14 Regresi Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen.....	64
Tabel 4.15 Hasil uji Koefisien Determinasi.....	65
Tabel 4.16 Hasil uji Koefisien Determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	12
Gambar 2.2 Model Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.3 Kerangka Pikir	33
Gambar 4.1 Uji Normalitas	60
Gambar 4.2 Heteroskedastisitas	62