

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
<u>BAB I</u> PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2. Kegunaan Penelitian	7
1.4. Lokasi Dan Waktu Penelitian	8
1.4.1. Lokasi Penelitian	8
1.4.2 Waktu Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.2 Bauran Pemasaran.....	12
2.3 Konsep Lokasi Usaha	13
2.3.1 Pengertian lokasi usaha	13
2.3.2 Pemilihan Lokasi Usaha.....	14
2.3.3 Konsep Strategi Usaha	15
2.3.4 Faktor Penentuan Lokasi Usaha.....	16

2.3.5 Indikator Lokasi Usaha	19
2.4 Konsep Kepuasan Konsumen	20
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	20
2.4.2 Aspek Kepuasan Konsumen.....	21
2.4.3 Faktor-Faktor Pengaruh Kepuasan Konsumen	22
2.4.4 Tipe-tipe Kepuasan Dan Ketidakpuasan Konsumen.....	23
2.4.5 Pengukuran Tingkat Kepuasan.....	25
2.4.6 Tingkat Kepuasan Konsumen	26
2.4.7 Indikator Kepuasan Konsumen	27
2.4.8 Keterkaitan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	27
2.5 Kerangka Pemikiran	30
2.6 Hipotesis Penelitian	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Metode Penelitian	35
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.1.2 Metode Penelitian Yang Digunakan	37
3.2 Variabel penelitian dan Operasional Variabel	37
3.2.1 Variabel penelitian	37
3.2.2 Operasionalisasi variabel.....	38
3.3 Teknik pengumpulan data.....	41
3.3.1 Populasi dan sampel	43
3.4 Teknik Analisis Data	45
3.4.1 Uji validitas	45
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.4.3 Uji Regresi Linier Berganda	47
3.4.4 Pengujian Hipotesis.....	48
3.4.4.1 Koefisien Korelasi Pearson	48
3.4.4.2 Uji Signifikansi Hubungan	49
3.4.4.3 Uji Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Toko Tiga Negeri Music House Bandung	51

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	52
4.2 Lokasi Tempat Usaha Pada Toko Tiga Negeri Music House.....	54
4.3 Kepuasan Konsumen Pada Toko Tiga Negeri Music House	68
4.3.1 Analisis Skor Variabel Kepuasan Konsumen	80
4.4 Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Tiga Negeri Music House	84
4.4.1 Metode Sucessive Interval	84
4.4.2 Analisis Alat Instrumen Penelitian.....	85
4.4.2.1 Uji Validitas Instrumen	85
4.4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	88
4.4.3. Pengujian dengan Regresi Linier Sederhana.....	89
4.4.4 Analisis Uji Hipotesis	91
4.4.4.1 Koefisien Korelasi Pearson	91
4.4.4.2 Uji Signifikansi Hubungan	94
4.4.4.3 Koefisien Determinasi (r^2).....	96
4.5 Faktor Pendukung dan Penghambat Lokasi Usaha di Toko Tiga Negeri Music House Bandung.....	99
BAB V_KESIMPULAN	101
5.1 Kesimpulan	101
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka berpikir	33
Gambar 3. 1 Paradigma penelitian	36
Gambar 4. 1 Tiga Negeri Music House Bandung	52
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Lokasi Usaha	67
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Variabel Y	83
Gambar 4. 4 Paradigma Hasil Penelitian.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Toko Tiga Negeri Music House Bandung Januari – Juni Tahun 2022	3
Tabel 1. 2 Data Rating Pengunjung Google Maps	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Operasional variabel.....	39
Tabel 3. 2 Skala Likert	43
Tabel 3. 3 Kriteria Korelasi (Nilai Alpha Cronbach)	47
Tabel 4. 1 Tanggapan responden mengenai lokasi Toko Tiga Negeri Music House mudah dijangkau	55
Tabel 4. 2 Tanggapan responden mengenai lokasi Toko Tiga Negeri Music House mudah menemukan sarana transportasi umum.....	56
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai lokasi Toko Tiga Negeri Music House di Jl. Soka sangat terlihat	57
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai lokasi Toko Tiga Negeri Music House padat lalu lintas.....	58
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai lahan parkir yang luas dan aman di Toko Tiga Negeri Music House.....	59
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Toko Tiga Negeri Music House memiliki tempat yang cukup luas	61
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Toko Tiga Negeri Music House sangat strategis.....	62
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Toko Tiga Negeri Music House memiliki lokasi yang dekat dari pemukiman penduduk	63
Tabel 4. 9 Resume Jawaban Kuesioner X	66
Tabel 4. 10 Nilai Bobot Standar	67
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai keinginan untuk berkunjung kembali	69
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai pelayanan yang terbaik kepada konsumen	70

Tabel 4. 13 Tanggapan responden mengenai Fasilitas penunjang yang disediakan bagi konsumen sangat memadai	71
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Mengenai konsumen ingin merekomendasikan Toko Tiga Negeri Music House ini sebagai salah satu toko musik kepada kenalan saya karena pelayanan oleh pihak Toko Tiga Negeri Music House sangat ramah	72
Tabel 4. 15 Tanggapan responden mengenai Saya berminat untuk berkunjung kembali karena barang yang dijual sesuai dengan keinginan saya.....	74
Tabel 4. 16 Tanggapan responden mengenai Pelayanan karyawan yang sopan kepada konsumen.....	75
Tabel 4. 17 Tanggapan responden mengenai Saya merekomendasikan Toko Tiga Negeri Music House ini sebagai salah satu toko musik kepada kenalan saya karena pelayanan oleh pihak Toko Tiga Negeri Music House sangat memuaskan	76
Tabel 4. 18 Tanggapan responden mengenai Saya merekomendasikan Toko Tiga Negeri Music House ini sebagai salah satu toko musik kepada kenalan saya karena barang yang dijual lengkap	78
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai keputusan saya berkunjung terhadap ke Toko Tiga Negeri Music House sudah sesuai harapan.....	79
Tabel 4. 20 Resume Jawaban Kuesioner	82
Tabel 4. 21 Nilai Bobot Standar Y	83
Tabel 4. 22 Hasil Uji Validitas	87
Tabel 4. 23 Hasil Uji Reabilitas.....	88
Tabel 4. 24 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	90
Tabel 4. 25 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	93
Tabel 4. 26 Korelasi antara Lokasi Usaha dengan Kepuasan Konsumen	93
Tabel 4. 27 Hasil Uji T	95
Tabel 4. 28 Koefisien Determinasi (R^2)	97

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA	108
LAMPIRAN ANGKET PENELITIAN VARIABEL BEBAS (LOKASI USAHA)	110
LAMPIRAN ANGKET PENELITIAN VARIABEL TERIKAT (KEPUASAN KONSUMEN)	111
LAMPIRAN DOKUMENTASI.....	112