

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Strategi Pemasaran	19
2.2.2 Kualitas Produk.....	20

2.2.3	Inovasi Produk	20
2.2.4	Promosi	21
2.2.5	Harga	22
2.2.6	Lokasi	22
2.2.7	Kepuasan Konsumen.....	23
2.2.8	Keputusan Pembelian.....	24
2.2.9	Hubungan Antara Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen.	25
2.3	Kerangka Berfikir	27
2.4	Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Waktu dan Lokasi Penelitian	32
3.2	Jenis Penelitian	32
3.3	Teknik Penarikan Sampel	33
3.3.1	Populasi	33
3.3.2	Sampel.....	33
3.4	Metode Pengumpulan Data	34
3.4.1	Sumber Data.....	34
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5	Operasional Variabel	36
3.5.1	Variabel Bebas (Independent Variable)	36
3.5.2	Variabel Mediasi	39
3.5.3	Variabel Terikat (Dependen Variable).....	40
3.6	Metode Analisis Data	40
3.6.1	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	40

3.6.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	41
3.6.3	Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	43
3.6.4	Model Struktural (<i>Inner model</i>)	44
3.6.5	Uji Mediasi.....	46
3.6.6	Menentukan Keputusan Hipotesis.....	48
3.7	Jadwal Penelitian	53
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....		54
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan	54
4.2	Visi dan Misi	55
4.3	Struktur Organisasi	55
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
5.1	Karakteristik Responden.....	56
5.2	Deskripsi Jawaban Responden	58
5.2.1	Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Produk (X1)	58
5.2.2	Tanggapan Responden Pada Variabel Inovasi Produk (X2).....	58
5.2.3	Tanggapan Responden Pada Variabel Promosi (X3).....	59
5.2.4	Tanggapan Responden Pada Variabel Harga (X4)	60
5.2.5	Tanggapan Responden Pada Variabel Lokasi (X5)	61
5.2.6	Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	61
5.2.7	Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
5.3	Evaluasi Model	63
5.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
5.3.2	Model Structural (Inner Model)	70
5.4	Uji Mediasi	72
5.5	Uji Hipotesis	76
5.6	Pembahasan	79

5.6.1	Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada UMKM Kabupaten Lamongan.....	79
5.6.2	Pengaruh Inovasi Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada UMKM Kabupaten Lamongan.....	80
5.6.3	Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada UMKM Kabupaten Lamongan	80
5.6.4	Pengaruh Harga (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada UMKM Kabupaten Lamongan	81
5.6.5	Pengaruh Lokasi (X5) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada UMKM Kabupaten Lamongan	82
5.6.6	Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Pada UMKM Kabupaten Lamongan.....	83
5.6.7	Pengaruh Inovasi Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Pada UMKM Kabupaten Lamongan	83
5.6.8	Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Pada UMKM Kabupaten Lamongan	84
5.6.9	Pengaruh Harga (X4) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Pada UMKM Kabupaten Lamongan	85
5.6.10	Pengaruh Lokasi (X5) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Pada UMKM Kabupaten Lamongan	86
5.6.11	Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada UMKM Kabupaten Lamongan.....	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		88
6.1	Kesimpulan.....	88
6.1.1	<i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	88
6.1.2	<i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	88
6.1.3	Uji Mediasi.....	88
6.1.4	Uji Hipotesis.....	89

6.2 Saran	90
6.2.1 Bagi Pelaku Bisnis	90
6.2.2 Bagi Pemilik Usaha	90
6.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	90
DAFTAR PUSTAKA	92
Lampiran	99