

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACK</b>	<b>viii</b>
<b>RINGKASAN</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Relationship Marketing.....	19
2.2.2 Kualitas Layanan.....	22
2.2.3 Pengiriman Barang.....	25
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	27
2.3 Kerangka Berfikir	30
2.4 Hipotesis	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>33</b>
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Teknik Penarikan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34

3.3.2	Sampel.....	34
3.3.3	Teknik Sampling.....	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.5	Operasional Variabel	38
3.5.1	Variabel Bebas/Independen Variabel (X).....	38
3.5.2	Variabel Terikat/Dependen Variabel (Y).....	39
3.6	Metode Analisis Data	41
3.6.1	Uji Validitas.....	42
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.3.1	Uji Normalitas .....	44
3.6.3.2	Uji Multikolonieritas .....	44
3.6.3.3	Uji Heteroskedasitas .....	45
3.6.3.4	Uji Autokorelasi .....	45
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.6.5	Analisis Korelasi Berganda.....	47
3.6.6	Uji Koefisien Determinasi.....	48
3.6.7	Uji t.....	48
3.6.8	Uji F.....	50
3.7	Jadwal Penelitian	52
<b>BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN</b>		<b>53</b>
4.1	Sejarah Singkat	53
4.2	Visi Dan Misi Universitas Islam Lamongan	54
4.3	Tujuan Universitas Islam Lamongan	55
4.4	Stuktur Organisasi	57
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		<b>58</b>
5.1	Karakteristik Responden	58
5.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
5.1.2	Karakteristiik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
5.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	59
5.2	Deskripsi Jawaban Responden	59
5.2.1	Persepsi responden terhadap <i>Relationship</i> ( $X_1$ )	60
5.2.2	Persepsi responden terhadap Kualitas Layanan ( $X_2$ )	61

5.2.3	Persepsi responden terhadap Pengiriman Barang ( $X_3$ )	62
5.2.4	Persepsi responden terhadap Keputusan Pembelian (Y)	63
5.3	Analisa Data	64
5.3.1	Uji Kualitas Data	64
5.3.2	Uji Asumsi Klasik	67
5.3.2.1	Uji Normalitas .....	67
5.3.2.2	Uji Multikolonieritas .....	68
5.3.2.3	Uji Heteroskedasitas .....	69
5.3.2.4	Uji Autokorelasi. ....	70
5.3.3	Uji Regresi Linear Berganda	71
5.3.4	Uji Korelasi Berganda	73
5.3.5	Uji Koefisien Determinasi / <i>R Square</i> ( $R^2$ )	74
5.3.6	Uji t (Parsial)	75
5.3.7	Uji F (Simultan)	78
5.4	Interpretasi Hasil Penelitian	80
5.5	Pembahasan	83
	<b>BAB VI PENUTUP</b>	<b>88</b>
6.1	Simpulan	88
6.2	Saran	89
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>91</b>
	<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	<b>99</b>