DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL …….. i

PERNYATAAN KEASLIAN …….……... ii

PERSETUJUAN …….…… iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI ……..….. iv

PEDOMAN TRANSLITERASI …….…….. v

ABSTRAK …….…… vi

ABSTRACT …….. vii

KATA PENGANTAR ……..…… viii

DAFTAR ISI …….……... x

DAFTAR TABEL ……. xiv

DAFTAR GAMBAR ……. xv

BAB I PENDAHULUAN …….. 1

A. Latar Belakang Masalah …….....……...…… 1

B. Identifikasi dan Batasan Masalah …….....……. 7

C. Rumusan Masalah …….....…….…..…… 8

D. Tujuan Penelitian …….....…….…….. 8

E. Kegunaan Penelitian …….....……..…….……... 8

F. Sistematika Pembahasan ……. 9

BAB II LANDASAN TEORI …….…..…… 11

A. Tinjauan Teoritis tentang Apotek …… 11

1. Pengertian Apotek dan Apoteker Pengelola Apotek ……... 11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Manajemen Apotek …….. 13

3. Pengelolaan Apotek ……. 14

4. Kewajiban-Kewajiban Apotek ……. 17

B. Kualitas Pelayanan …….....…..…… 17

C. Pelayanan dalam Islam ……..…….…….....…… 20

D. Etika Pelayanan Islami ……... 22

E. *Marketing* (Pemasaran) ……....…….. 23

F. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) ……..…...…...…….…… 24

1. *Product* …….. 28

2. *Price* ……. 31

3. *Place* …….. 34

4. *Promotion* …….. 35

G. *Marketing* Syariah ……..…… 37

H. *Customer Delight* ……....……... 47

I. Penelitian Terdahulu ……..……. 49

J. Kerangka Konseptual ……. 49

1. Hubungan Variabel …….. 49

2. Penetapan Variabel …….. 51

3. Kerangka Proses Penelitian ……. 52

K. Hipotesis ……. 54

BAB III METODOLOGI PENELITIAN …….....….…….. 55

A. Lokasi Penelitian ……..…….…….…...…. 55

B. Populasi dan Sampel Penelitian …….……..……...….... 55

1. Populasi Penelitian ……....….. 55

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Sampel Penelitian ……..……..... 55

C. Metode Pengumpulan Data ……...…….……. 56

D. Penentuan Skala Pengukuran ……....…….…….. 57

E. Teknik Pengujian Analisis Data …….……..…… 57

1. Uji Instrumen ……...……... 57

2. Uji Validitas ……....…… 57

3. Uji Reliabilitas …… 59

4. Uji Regresi Berganda ……. 60

5. Koefisien Determinasi (R^2) …… 60

F. Teknik Pengujian Hipotesis ……..…….…. 61

1. Pengujian Secara Parsial (Uji T) …… 61

2. Pengujian Secara Simultan (Uji F) …… 63

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN …….…… 65

A. Deskriptif Objek Penelitian …… 65

1. Apotek …… 65

2. Sejarah Singkat Berdirinya Apotek K-24 Klampis, Surabaya …. 67

3. Visi, Misi, Slogan dan Profil Kartu K-24 Wallet …….. 68

4. Prestasi …… 71

5. Struktur Organisasi ……. 73

B. Deskriptif Umum Responden …….…… 75

1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden ……. 75

a. Jenis Kelamin Responden 75

b. Umur Responden 76

c. Pendidikan Terakhir Responden 77

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Analisis Deskriptif Jawaban Responden ……... 77

a. Analisis Deskriptif Variabel *Service Quality Strategy* (X_1) ... 78

b. Analisis Deskriptif Variabel *Marketing Mix Strategy* (X_2) ... 83

c. Analisis Deskriptif Variabel Customer Delight (Y) 87

C. Uji Validitas dan Reliabilitas ……. 89

1. Uji Validitas ……..……. 89

2. Uji Reliabilitas …… 92

D. Analisis Data ……... 93

1. Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda …… 94

2. Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi 95

3. Uji Hipotesis …… 96

a. Uji t (Parsial) …….. 96

b. Uji F (Simultan) …… 97

E. Pembahasan ……. 99

BAB V PENUTUP …….. 102

A. Kesimpulan ……. 102

B. Saran …… 103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden 75

Tabel 4.2. Deskripsi Umur Responden 76

Tabel 4.3. Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden 77

Tabel 4.4. Derajat Penilaian Setiap Variabel 78

Tabel 4.5. Penilaian Rata-Rata Variabel *Service Quality Strategy* (X_1) 79

Tabel 4.6. Penilaian Rata-Rata Variabel *Marketing Mix Strategy* (X_2) .. 83

Tabel 4.7 Hasil Penilaian Rata-Rata Customer Delight (Y) …… 87

Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel *Service Quality Strategy* (X_1) …… 90

Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel *Marketing Mix Strategy* (X_2) …… 91

Tabel 4.10. Uji Validitas Variabel Customer Delight (Y) ……. 92

Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas …… 93

Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda ……. 94

Tabel 4.13. Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id