

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II   KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	<b>12</b>
.....	
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....	12
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	12
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen .....	13
2.1.1.3 Tingkatan Manajemen .....	14
2.1.1.4 Unsur-Unsur Manajemen .....	15
2.1.1.5 Bidang-Bidang Manajemen .....	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	21
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran .....	21
2.1.2.2 Fungsi Pemasaran.....	22
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran .....	24
2.1.2.4 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran .....	25
2.1.3 <i>Unique Selling Proposition</i> .....	27
2.1.3.1 Pengertian <i>Unique Selling Proposition</i> .....	27
2.1.3.2 Komponen <i>Unique Selling Proposition</i> .....	28
2.1.3.3 Indikator <i>Unique Selling Proposition</i> .....	29
2.1.4 Kualitas Pelayanan .....	31
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	31
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	32
2.1.4.3 Prinsip-Prinsip Pelayanan .....	36
2.1.4.4 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	37
2.1.4.5 Indikator Kualitas Pelayanan .....	37
2.1.5 <i>Purchase Intention</i> .....	37
2.1.5.1 Pengertian <i>Purchase Intention</i> .....	44
2.1.5.2 Tahapan <i>Purchase Intention</i> Konsumen .....	45
2.1.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Purchase Intention</i>	
.....	49
2.1.5.4 Jenis-Jenis Perilaku Pembelian .....	50
2.1.5.5 Indikator <i>Purchase Intentions</i> .....	53

2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	54
2.2 Kerangka Pemikiran .....	59
2.3 Hipotesis .....	63
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan .....	65
3.2 Definisi dan Oprasionalisasi Variabel .....	67
3.2.1 Definisi Variabel .....	67
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	68
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	69
3.3.1 Populasi Penelitian .....	69
3.3.2 Sampel .....	69
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	71
3.4.1 Sumber Data .....	71
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	72
3.5 Teknik Analisis Data .....	74
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	82
3.6.1 Tempat Penelitian .....	82
3.6.2 Waktu Penelitian .....	83
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>84</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	84
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	84
4.1.1.1 Profil Kedai Kopi Biji Ciamis.....	84
4.1.1.2 Visi dan Misi Kedai Kopi Biji Ciamis .....	86
4.1.1.3 Logo Kedai Kopi Biji Ciamis.....	87
4.1.1.4 Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i> Kedai Kopi Biji Ciamis.....	88
4.1.1.5 Karakteristik Responden .....	92
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	95
4.1.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel <i>Unique Selling Proposition</i> pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	97
4.1.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	110
4.1.2.3 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Variabel <i>Purchase Intention</i> pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	115
4.1.3 Pengujian Hipotesis .....	130
4.1.3.1 Pengaruh <i>Unique Selling Proposition</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	136
4.1.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	135
4.1.3.3 Pengaruh <i>Unique Selling Proposition</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Kedai Kopi Biji Ciamis.....	151
4.2 Pembahasan .....	162
4.2.1 Pengaruh <i>Unique Selling Proposition</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Kedai Kopi Biji Ciamis.....	162
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Kedai Kopi Biji Ciamis.....	164

4.2.3 Pengaruh *Unique Selling Proposition* dan Kualitas Pelayanan terhadap *Purchase Intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis

.....	167
<b>BAB V    SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>170</b>
5.1 Simpulan .....	170
5.2 Saran .....	170
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>173</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Konsumen Kedai Kopi Biji Ciamis Bulan Januari – Desember 2022 .....	4
Tabel 1.2	Data Hasil Pra Survey tentang <i>Purchase Intention</i> Konsumen pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	5
Tabel 1.3	Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kopi Biji Ciamis .....	7
Tabel 1.4	Data Hasil Pra Survey tentang <i>Unique Selling Proposition</i> pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	8
Tabel 2.1	Penelitaian Terdahulu .....	57
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	68
Tabel 3.2	Jumlah Kunjungan Konsumen Kedai Kopi Biji Ciamis Bulan April – Agustus 2023 .....	69
Tabel 3.3	Skala Likert .....	73
Tabel 3.4	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi .....	78
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian .....	83
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	92
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	93
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	94
Tabel 4.4	Karakteristik Repsonden Berdasarkan Pekerjaan .....	95
Tabel 4.5	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan .....	96
Tabel 4.6	Kopi Biji Ciamis Mampu Memberikan Keuntungan Bagi Konsumen Melalui Kualitas Produk yang Dipasarkan.....	98
Tabel 4.7	Konsumen Mengetahui Keunggulan-Keunggulan Dari Produk yang Dipasarkan Di Kopi Biji Ciamis .....	99
Tabel 4.8	Konsumen Merasa Percaya Bahwa Produk Kedai Kopi Biji Menggunakan Bahan yang Berkualitas .....	
Tabel 4.9	Konsumen Merasa Produk yang Ditawarkan Sesuai Harapan Konsumen .....	101
Tabel 4.10	Kopi Biji Mempunyai Ciri Khas Produk Tersendiri Dibandingkan Dengan Perusahaan Lain .....	102
Tabel 4.11	Produk yang Dipasarkan Kopi Biji Selalu Konsisten Kualitasnya .....	103

Tabel 4.12	Konsumen Merasa Puas Setelah Mengonsumsi Produk Dari Kopi Biji .....	104
Tabel 4.13	Pihak Perusahaan Mampu Memberikan Jaminan Kualitas Produk Kepada Konsumen .....	105
Tabel 4.14	Suasana Kedai Kopi Biji Memiliki Daya Tarik Dan Vibes yang Unik Bagi Konsumen .....	106
Tabel 4.15	Pilihan Produk yang Ditawarkan Mampu Memberikan Manfaat Tersendiri Bagi Konsumen.....	107
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai Unique Selling Proposition Pada Kedai Kopi Biji Ciamis.....	108
Tabel 4.17	Interpretasi Penilaian Mengenai <i>Unique Selling Proposition</i> Pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	109
Tabel 4.18	Kedai Kopi Biji Ciamis Selalu Melakukan Penataan Eksterior dan Interior Dengan Baik.....	111
Tabel 4.19	Kedai Kopi Biji Ciamis Mampu Memberikan Fasilitas yang Nyaman Bagi Konsumen .....	112
Tabel 4.20	Pihak Kedai Kopi Biji Ciamis Mampu Berkomunikasi Dengan Baik Kepada Konsumen, Sehingga Tidak Terjadi Kesalahan-Kesalahan yang Terjadi Dalam Melayani Konsumen.....	113
Tabel 4.21	Pihak Kedai Kopi Biji Ciamis Mampu Memberikan Perhatian yang Baik Ketika Melayani Konsumen.....	114
Tabel 4.22	Pihak Kedai Kopi Biji Ciamis Cepat Tanggap Dalam Melayani Konsumen .....	115
Tabel 4.23	Pihak Kedai Kopi Biji Ciamis Mampu Memberikan Kepuasan Dalam Melayani Konsumen .....	116
Tabel 4.24	Pihak Kedai Kopi Biji Ciamis Selalu Bersedia Membantu Konsumen yang Merasa Kesulitan Ketika Melakukan Transkasi .....	117
Tabel 4.25	Pihak Kedai Kopi Biji Ciamis Selalu Berupaya Untuk Memberikan Pelayanan Prima Kepada Konsumen .....	118
Tabel 4.26	Pihak Kedai Kopi Biji Ciamis Mampu Melayani Konsumen Dengan Sopan .....	119
Tabel 4.27	Kedai Kopi Biji Ciamis Mempunyai Rasa Tanggung Jawab yang Tinggi dan Dapat Dipercaya Ketika Melayani Konsumen.....	120

Tabel 4.28	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Pada Kedai Kopi Biji Ciamis.....	121
Tabel 4.29	Interpretasi Penilaian Mengenai Kualitas Pelayanan Pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	123
Tabel 4.30	Produk Kopi Biji Ciamis Mampu Memberikan Perhatian Kepada Konsumen .....	124
Tabel 4.31	Produk Kopi Biji Ciamis yang Dipasarkan Mampu Memberi Image yang Baik Kepada Konsumen.....	125
Tabel 4.32	Konsumen Merasa Tertarik Untuk Membeli Produk Kopi Biji Karena Memiliki Keunikan Tersendiri Bagi Konsumen.....	126
Tabel 4.33	Konsumen Merasa Tertarik Untuk Membeli Produk Kopi Biji Setelah Mendapatkan Beberapa Informasi Mengenai Kelebihan Produk .	127
Tabel 4.34	Konsumen Merasa Tertarik Untuk Membeli Produk Kopi Biji Karena Memiliki Manfaat Bagi Konsumen.....	128
Tabel 4.35	Informasi Mengenai Kualitas Produk Kopi Biji Menimbulkan Keinginan Konsumen Untuk Membeli Produk .....	129
Tabel 4.36	Konsumen Memiliki Hasrat yang Kuat Untuk Membeli Produk Kopi Biji .....	130
Tabel 4.37	Produk Kopi Biji Mampu Meyakinkan Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Terhadap Produk yang Dipasarkan .....	131
Tabel 4.38	Konsumen Merasa Ingin Melakukan Pembelian Setelah Mengetahui Keunggulan Dari Produk Kopi Biji .....	132
Tabel 4.39	Konsumen Merasa Yakin Terhadap Kualitas Produk yang Dipasarkan Kopi Biji Sehingga Merasa Ingin Membelinya .....	133
Tabel 4.40	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Mengenai <i>Purchase Intention</i> Pada Kedai Kopi Biji Ciamis.....	134
Tabel 4.41	Interpretasi Penilaian Mengenai <i>Purchase Intention</i> Pada Kedai Kopi Biji Ciamis .....	135
Tabel 4.42	Tabulasi Data Variabel <i>Unique Selling Proposition</i> ( $X_1$ ) dan <i>Purchase Intention</i> (Y) .....	136
Tabel 4.43	Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan <i>Purchase Intention</i> (Y) .....	144
Tabel 4.44	Data Variabel <i>Unique Selling Proposition</i> ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan <i>Purchase Intention</i> (Y).....	152

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model AIDA .....	45
Gambar 2.2	Jenis Perilaku Pembelian .....	53
Gambar 2.3	Paradigma Penelitian .....	63
Gambar 3.1	Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif (Modifikasi) ....	66
Gambar 4.1	Logo Kedai Kopi Biji Ciamis.....	87
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Kedai Kopi Biji Ciamis.....	

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. SK Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2. Surat Pengantar Ijin Penelitian
- Lampiran 3. Surat Balasan Ijin Penelitian
- Lampiran 4. Kuesioer Penelitian
- Lampiran 5. Rekap Data Jawaban Responden Variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$
- Lampiran 6. Distribusi T
- Lampiran 7. Distribusi F
- Lampiran 8. Lampiran Perhitungan SPSS