

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	16
1.2.1. Identifikasi Masalah	16
1.2.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian.....	18
1.4. Manfaat Penelitian.....	19
1.4.1. Manfaat Teoritis	19
1.4.2. Manfaat Praktis	19

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

.....	20
2.1. Kajian Pustaka	20
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen.....	20
2.1.1.1. Definisi Ilmu Manajemen	20
2.1.1.2. Fungsi Manajemen.....	21
2.1.1.3. Unsur-Unsur Manajemen.....	23
2.1.1.4. Arti Penting Manajemen	26
2.1.1.5. Bidang-Bidang Manajemen.....	28
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	31
2.1.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	31
2.1.2.2. Peran Manajemen Pemasaran.....	32
2.1.2.3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	35
2.1.2.4. Tujuan Manajemen Pemasaran	39
2.1.2.5. Bauran Pemasaran.....	40
2.1.3. Variasi Produk.....	45
2.1.3.1. Definisi Variasi Produk.....	45
2.1.3.2. Macam-Macam Variasi Produk	46
2.1.3.3. Indikator Variasi Produk.....	47
2.1.3.4. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Variasi Produk	48

2.1.3.5.	Tujuan Variasi Produk	49
2.1.4.	<i>Store Atmosphere</i>	49
2.1.4.1.	Definisi <i>Store Atmosphere</i>	49
2.1.4.2.	Elemen <i>Store Atmosphere</i>	51
2.1.4.3.	Klasifikasi <i>Store Atmosphere</i>	52
2.1.4.4.	Indikator <i>Store Atmosphere</i>	53
2.1.4.5.	Faktor-Faktor <i>Store Atmosphere</i>	54
2.1.5.	Kepuasan Konsumen.....	55
2.1.5.1.	Definisi Kepuasan Konsumen	55
2.1.5.2.	Faktor Utama Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen	57
2.1.5.3.	Indikator Kepuasan Konsumen	57
2.1.5.4.	Pengukuran Kepuasan Konsumen	59
2.1.5.5.	Manfaat Kepuasan Konsumen	60
2.1.6.	Penelitian Terdahulu yang Relevan	61
2.2.	Kerangka Pemikiran	63
2.2.1.	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	63
2.2.2.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	64
2.2.3.	Pengaruh Variasi Produk dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	66
2.3.	Hipotesis Penelitian	70

BAB III METODE PENELITIAN	71
3.1. Metode Penelitian Yang Digunakan.....	71
3.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	72
3.2.1. Definisi Variabel	72
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	73
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	75
3.3.1. Populasi.....	75
3.3.2. Sampel.....	76
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	78
3.4.1. Sumber Data.....	78
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	79
3.5. Teknik Analisis Data	81
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian	94
3.6.1. Tempat Penelitian.....	94
3.6.2. Waktu Penelitian	94
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	96
4.1. Hasil Penelitian.....	96
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	96
4.1.1.1. Sejarah <i>Coffee Shop</i> Flamboyant Kopi Areng	96
4.1.1.2. Visi Misi <i>Coffee Shop</i> Flamboyant Kopi Areng.....	99

4.1.1.3.	Struktur Organisasi <i>Coffee Shop</i> Flamboyant Kopi Areng	99
4.1.1.4.	Job Deskripsi <i>Coffee Shop</i> Flamboyant Kopi Areng	100
4.1.2.	Karakteristik Responden	101
4.1.3.	Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	105
4.1.3.1.	Deskripsi Hasil Penelitian tentang Variasi Produk di Flamboyant Kopi Areng.....	106
4.1.3.2.	Deskripsi Hasil Penelitian Tentang <i>Store Atmosphere</i> di <i>Coffee Shop</i> Flamboyant Kopi Areng	118
4.1.3.3.	Hasil Penelitian tentang Kepuasan Konsumen pada <i>Coffee Shop Flamboyant</i> Kopi Areng.....	130
4.1.4.	Pengujian Hipotesis.....	150
4.1.4.1.	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Flamboyant Kopi Areng.....	150
4.1.4.2.	Analisis Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen di Flamboyant Kopi Areng	158
4.1.4.3.	Pengaruh Variasi Produk dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen di Flamboyant Kopi Areng	165
4.2.	Pembahasan	177
4.2.1.	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada <i>Coffee Shop</i> Flamboyant Kopi Areng	178

4.2.2.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen pada <i>Coffee Shop</i> Flamboyant Kopi Areng	180
4.2.3.	Pengaruh Variasi Produk dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen pada <i>Coffee Shop</i> Flamboyant Kopi Areng	181
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		184
5.1.	Simpulan.....	184
5.2.	Saran	185
DAFTAR PUSTAKA		187
LAMPIRAN		