

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	11
2.1.1.1 Definisi Ilmu Manajemen.....	11
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen	12

2.1.1.3 Tujuan Manajemen	13
2.1.2.4 Bidang-Bidang Manajemen	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	15
2.1.2.1 Definisi Manajemen pemasran	15
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	18
2.1.2.3 Konsep Inti Dalam Pemasaran	18
2.1.2.4 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.2.5 <i>Marketing Mix</i> (Bauran pemasran).....	20
2.1.3 Variabel Yang Diteliti	21
2.1.3.1 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.3.1.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	21
2.1.3.1.2 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.3.1.3 Indikator Kepuasan pelanggan.....	23
2.1.3.2 Minat beli Ulang.....	24
2.1.3.2.1 Definisi Minat Beli Ulang.....	24
2.1.3.2.2 Faktor-Faktor Minat beli Ulang.....	25
2.1.3.2.3 Indikator Minat Beli Ulang.....	25
2.1.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	26
2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
2.3 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	35
3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	36

3.2.1 Definisi Variabel.....	36
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	37
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Sumber Data.....	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1 Analisis Deskriptif	44
3.5.2 Analisis Kuantitatif	44
3.5.2.1 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	44
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	47
3.6.1 Tempat Penelitian	47
3.6.2 Waktu Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1.1 Profil Toko Bangunan PT Harapan Mulya Bersaudara.....	49
4.1.1.2 Visi dan Misi Toko Bangunan PT Harapan Mulya Bersaudara	51
4.1.1 Struktur Organisasi Toko Bangunan PT Harapan	

Mulya Bersaudara.....	53
4.1.1.4 Karakteristik Responden.....	59
4.1.2 Deskripsi Variabel Yang Diteliti.....	62
4.1.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Kepuasan Pelanggan Pada PT Harapan Mulya Bersaudara	63
4.1.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian Mengenai Minat Beli Ulang Pada PT Harapan Mulya Bersaudara	75
4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis	87
4.1.3.1 Hasil Penelitian Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Bangunan PT. Harapan Mulya Bersaudara .	87
4.2 Pembahasan.....	94
4.2.1 Kepuasan Pelanggan pada Toko Bangunan PT Harapan Mulya Bersaudara	94
4.2.2 Minat Beli Ulang pada Toko Bangunan PT Harapan Mulya Bersaudara	94
4.2.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Bangunan PT Harapan Mulya Bersaudara	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Simpulan	97
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99