

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN		
ABSTRAK		
KATA PENGANTAR		i
DAFTAR ISI		iii
DAFTAR TABEL		vi
DAFTAR GAMBAR		vii
BAB I PENDAHULUAN		1
1.1 Latar Belakang Penelitian		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 Ilmiah atau 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 Pengertian Manajemen		11
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen		13
2.1.1.3 Fungsi Manajemen		14
2.1.1.4 Tujuan Manajemen		17
2.1.1.5 Karakteristik dan Nilai Manajemen		18
2.1.1.6 Level Manajemen		21
2.1.1.7 Bidang Manajemen		22
2.1.2 Manajemen Pemasaran		25
2.1.2.1 Definisi Pemasaran		25
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran		26
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran		27
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran		28
2.1.2.5 Konsep Pemasaran		29
2.1.2.6 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran		30
2.1.2.7 Bauran Pemasaran		33
2.1.2.8 Masalah – Masalah Dalam Pemasaran		34
2.1.2.9 Strategi Pemasaran		36
2.1.2.10 Perilaku Konsumen.....		37
2.1.3 Desain Proses		39
2.1.3.1 Definisi Desain Proses.....		39
2.1.3.2 Langkah-Langkah Desain Proses		40
2.1.3.3 Kegiatan-Kegiatan dalam Desain Proses.....		40
2.1.3.4 Indikator Desain Proses		42

2.1.4	<i>Layout</i>	43
2.1.4.1	Pengertian <i>Layout</i> (Tata Letak)	43
2.1.4.2	Manfaat <i>Layout</i> Toko	44
2.1.4.3	Indikator <i>Store Layout</i>	44
2.1.5	Kepuasan Konsumen	52
2.1.5.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	52
2.1.5.2	Komponen Kepuasan Konsumen	53
2.1.5.3	Indikator atau Elemen Kepuasan Konsumen...	54
2.1.5.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	57
2.1.5.5	Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen	59
2.1.6	Peneliti Terdahulu yang Relevan	60
2.2	Kerangka Pemikiran	62
2.2.1	Pengaruh Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Konsumen	62
2.2.2	Pengaruh Komitmen Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen	63
2.2.3	Pengaruh Fasilitas Fisik dan Komitmen Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen	64
2.3	Hipotesis	65
BAB III	METODE PENELITIAN	67
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	67
3.2	Definisi dan Operasional Variabel	69
3.2.1	Definisi Variabel	69
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	70
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	71
3.3.1	Populasi Penelitian	71
3.3.2	Sampel Penelitian	72
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	74
3.4.1	Sumber Data	74
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	75
3.5	Teknik Analisis Data	76
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	82
3.6.1	Lokasi Penelitian	82
3.6.2	Waktu Penelitian	83
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1	Hasil Penelitian	87
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	87
4.1.1.1	Profil Kedai Kopi Sjahtra Parigi	87
4.1.1.2	Visi dan Misi Sadeli Coffee Tasikmalaya.....	88
4.1.1.3	Struktur Organisasi Sadeli Coffee Tasikmalaya .	88
4.1.1.4	Karakteristik Responden	92
4.1.2	Deskripsi Variabel yang Diteliti	96
4.1.2.1	Hasil penelitian tentang Desain Proses pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi	96

4.1.2.2	Hasil penelitian tentang <i>Layout</i> Desain pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi	111
4.1.2.3	Hasil penelitian tentang Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi.....	126
4.1.3	Hasil Pengujian Hipotesis	145
4.1.3.1	Pengaruh Desain Proses terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi	145
4.1.3.2	Pengaruh <i>Layout</i> Desain terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi	151
4.1.3.3	Pengaruh Desain Proses dan <i>Layout</i> Desain terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi	156
4.2	Pembahasan	166
4.2.1	Pengaruh Desain Proses terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi	166
4.2.2	Pengaruh <i>Layout</i> Desain terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi	168
4.2.3	Pengaruh Desain Proses dan <i>Layout</i> Desain terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi ...	170
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		172
5.1	Simpulan	172
5.2	Saran	173
DAFTAR PUSTAKA		175
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Konsumen Kopi Sjahtra Parigi Selama Periode Bulan Januari – Desember 2022	4
Tabel 1.2	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Sjahtra Parigi.....	5
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli	14
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan	59
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	69
Tabel 3.2	Jumlah Konsumen Kopi Sjahtra Parigi Selama Periode Bulan Januari – Desember 2022	70
Tabel 3.3	Skala Likert	76
Tabel 3.4	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi	77
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Hubungan Antar Peran Manajerial	18
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian	64
Gambar 3.1	Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif (Modifikasi)	67
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kedai Kopi Sjahtra	89