

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	15
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	15
1.2.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	16
1.4.2 Manfaat Praktis .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	<b>18</b>
.....	<b>18</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	18
2.1.1 Manajemen.....	18
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	18
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen .....	20
2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen.....	21
2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen .....	22
2.1.1.5 Konsep Dasar Manajemen .....	23
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	24
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran .....	24
2.1.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	25
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	27

2.1.2.4	Tujuan Manajemen Pemasaran .....	29
2.1.2.5	Konsep Manajemen Pemasaran .....	30
2.1.2.6	Pemasaran Era Industri 4.0 Era Industri 5.0 .....	31
2.1.3	Kajian Variabel Yang Diteliti .....	32
2.1.3.1	Suasana Toko .....	32
2.1.3.2	Kualitas Produk.....	35
2.1.3.3	Loyalitas Pelanggan.....	38
2.1.4	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	42
2.2	Kerangka Pemikiran .....	46
2.2.1	Hubungan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan ....	47
2.2.2	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .	47
2.2.3	Hubungan Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	48
2.3	Hipotesis Penelitian .....	50
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>48</b>
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan.....	48
3.2	Definisian Operasionalisasi Variabel .....	51
3.2.1	Definisi Variabel .....	51
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	52
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Sampel.....	54
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1	Sumber Data.....	55
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.5	Teknik Analisis Data .....	58
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	59
3.5.2	Analisis Asosiatif .....	61
3.5.3	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	62
3.5.3.1	Analisis Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i> .....	62
3.5.3.2	Analisis Koefisien Determinasi .....	63
3.5.3.3	Analisis Uji-t.....	64

3.5.3.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	65
3.5.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	65
3.5.4.1	Analisis Koefisien Korelasi Product Moment .....	65
3.5.4.2	Analisis Koefisien Determinasi .....	67
3.5.4.3	Analisis Uji-t.....	67
3.5.4.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	68
3.5.5	Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	69
3.5.5.1	Analisis Koefisien Korelasi Berganda .....	69
3.5.5.2	Analisis Koefisien Determinasi .....	71
3.5.5.3	Analisis Uji-f.....	72
3.5.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian .....	74
3.6.1	Tempat Penelitian.....	74
3.6.2	Waktu Penelitian .....	75
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>76</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	76
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	76
4.1.1.1	Sejarah <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis .....	76
4.1.1.2	Visi Misi dan Logo <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis .....	77
4.1.1.3	Struktur Organisasi <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis .....	78
4.1.1.4	Job Deskripsi <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis .	79
4.1.2	Karakteristik Responden.....	82
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	85
4.1.3.1	Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Suasana Toko di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis .....	85
4.1.3.2	Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Kualitas Produk di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis .....	100
4.1.3.3	Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Loyalitas Pelanggan di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis..	114
4.1.3.4	Rekapitulasi Penelitian Deskriptif .....	132
4.1.4	Pengujian Hipotesis.....	133

4.1.4.1	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis.	133
4.1.4.2	Analisis Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	141
4.1.4.3	Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Suasana Toko .....	148
4.2	Pembahasan .....	157
4.2.1	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis.....	157
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis.....	159
4.2.3	Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis	160
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>111</b>
5.1	Simpulan .....	111
5.2	Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>114</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>117</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>191</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar <i>Coffee Shop</i> Pesaing di Ciamis .....	3
Tabel 1.2	Hasil Kuisisioner Pra-Survei Loyalitas Pelanggan di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis .....	6
Tabel 1.3	Hasil Kuisisioner Pra-Survey Suasana Toko di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis.....	9
Tabel 1.4	Hasil Kuisisioner Pra-Survey Kualitas Produk di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda Ciamis .....	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	43
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	52
Tabel 3.2	Jumlah Konsumen Di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis.....	53
Tabel 3.3	Skala Likert .....	58
Tabel 3.4	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi .....	63
Tabel 3.5	Interprestasi dari besarnya koefisien korelasi .....	67
Tabel 3.6	Interpretasi dari besarnya koefisien korelasi .....	70
Tabel 3.7	Waktu Penelitian.....	75
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	83
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	84
Tabel 4.4	Pedoman Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Suasana Toko Pada Konsumen Yang Berkunjung di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis.....	86
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Nyaman Dengan Suasana Yang Ada didalam <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis terlihat menarik .....	87
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Pencahayaan di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis Meningkatkan Daya Tarik Konsumen <b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Tampilan Depan Dari <i>Coffee</i> <i>Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis Terlihat Menarik .....	89
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis Memiliki Tempat Duduk Luar Ruangan yang Cukup Memadai .....	90
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Parkir di <i>Coffee</i> <i>Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis Memudahkan Akses dan Kujungan Konsumen.....	91
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Tata Letak Meja dan Kursi di <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis Menciptakan Suasana yang Nyaman .....	92
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Akses ke Area Kasir di <i>Coffee</i> <i>Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis Diatur Dengan Baik dan Mudah Diakses .....	93

Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Informasi Menu dan Harga di Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Sangat Membantu Saya Dalam Membuat Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Informasi Petunjuk ke Mushola dan Toilet di Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Sangat Jelas.....	95
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Papan Nama Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Terlihat Sangat Jelas Sehingga Memudahkan Akses Kunjungan Saya.....	96
Tabel 4.15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Suasana Toko (X1).....	97
Tabel 4.16	Pedoman Interpretasi Variabel Suasana Toko .....	99
Tabel 4.17	Pedoman Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Kualitas Produk Pada Konsumen Yang Berkunjung di Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis .....	101
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Produk Yang Dimiliki Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Memiliki Daya Tahan Rasa Yang Konsisten Dari Awal Hingga Akhir .....	101
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Minuman Yang Ditawarkan Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Dapat Bertahan Dalam Waktu Yang Lama (2-3 Jam) .....	102
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Memiliki Cita Rasa Produk Yang Enak.....	103
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Menu Yang Disajikan Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Mengeluarkan Aroma Yang Membangkitkan Selera.....	104
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Memiliki Produk Yang Menarik Perhatian Saya.....	105
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Memiliki Ciri Khas Produk Tersendiri Yang Berbeda Dengan Coffee Shop Lain .....	106
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Memberikan Kesamaan Penyajian Dengan Menu Yang Ditampilkan .....	107
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Mengenai Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Selalu Memberikan Kesamaan Cita Rasa Produk Dengan Apa Yang Telah Ditetapkan Dalam Menu .....	108
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Setelah Membeli Dan Mengonsumsi Produk Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis	109
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Selalu Memberikan Pelayanan Yang Ramah Dan Memberikan Pengalaman Positif.....	109
Tabel 4.28	Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Produk (X2) .....	111
Tabel 4.29	Pedoman Interpretasi Variabel Kualitas Produk.....	114

Tabel 4.30	Pedoman Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Yang Berkunjung di Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis .....	115
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Mengenai Selalu Membeli Produk Di Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Secara Berulang Meskipun Ada Produk Serupa Di Coffee Shop Lain.....	116
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Selalu Tertarik Untuk Datang Kembali Ke Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Untuk Melakukan Pembelian Ulang Karena Produknya Sesuai Dengan Selera Konsumen.....	117
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Mengenai Terbiasa Mengkonsumsi Produk di Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Dari Pada Coffee Shop Lainnya .....	118
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa Nyaman Mengkonsumsi Produk Dari Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Sebagai Bagian Dari Rutinitas Konsumen .....	119
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Mengenai Selalu Menyukai Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Meskipun Banyak Pilihan Coffee Shop Lainnya .....	120
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Selalu Tertarik Dengan Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Dari Pada Coffee Shop Lain Karena Mereka Memiliki Produk Yang Sesuai Dengan Selera Konsumen.....	121
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Mengenai Tetap Memilih Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Walaupun Ada Coffee Shop Terbaru.....	122
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Tidak Berpikir Untuk Beralih Ke Coffee Shop Lain Selain Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis.....	123
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Mengenai Yakin Bahwa Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Adalah Coffee Shop Terbaik Dari Pada Coffee Shop Lainnya .....	124
Tabel 4.40	Tanggapan Responden Mengenai Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Selalu Menjadi Pilihan Pertama Konsumen Jika Ingin Pergi Ke Coffee Shop .....	125
Tabel 4.41	Tanggapan Responden Mengenai Selalu Merekomendasikan Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis Kepada Teman/Kerabat Terdekat Saya .....	126
Tabel 4.42	Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Akan Selalu Mengajak Teman/Kerabat Terdekat Untuk Membeli Produk Di Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis .....	127
Tabel 4.43	Rekapitulasi Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan (Y).....	128
Tabel 4.44	Pedoman Interpretasi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	131
Tabel 4.45	Rekap Hasil Analisis Deskriptif .....	132

Tabel 4.46	Tabulasi Data Variabel Suasana Toko (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Konsumen Yang Berkunjung di Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis .....	134
Tabel 4.47	Pedoman Untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	137
Tabel 4.48	Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	141
Tabel 4.49	Pedoman Untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	144
Tabel 4.50	Data Variabel Suasana Toko (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	148
Tabel 4.51	Interpretasi dari besarnya koefisien korelasi.....	153



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Variabel Paradigma Penelitian .....	49
Gambar 3.1	Flowchart Metode Penelitian .....	50
Gambar 4.1	Struktur Organisasi <i>Coffee Shop</i> Djoeanda 265 Ciamis.....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	SK Bimbingan.....	117
LAMPIRAN 2	Surat Izin Penelitian Skripsi.....	118
LAMPIRAN 3	Surat Balasan Penelitian.....	119
LAMPIRAN 4	Data Konsumen Coffee Shop Djoeanda 265 Bulan Juli 2023 .....	120
LAMPIRAN 5	Data Konsumen Coffee Shop Djoeanda 265 Bulan Agustus 2023 .....	134
LAMPIRAN 6	Data Konsumen Coffee Shop Djoeanda 265 Bulan September 2023 .....	140
LAMPIRAN 7	Data Konsumen Coffee Shop Djoeanda 265 Bulan Oktober 2023 .....	147
LAMPIRAN 8	Data Konsumen Coffee Shop Djoeanda 265 Bulan November 2023 .....	153
LAMPIRAN 9	Data Konsumen Coffee Shop Djoeanda 265 Bulan Desember 2023 .....	159
LAMPIRAN 10	Menu Coffee Shop Djoeanda 265 Ciamis.....	165
LAMPIRAN 11	Kuesioner Penelitian.....	169
LAMPIRAN 12	Hasil Kuesioner .....	177
LAMPIRAN 13	Hasil Tabel Spss .....	184