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 6
1.2.1 Identifikasi Masalah 6
1.2.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 8
1.4.1 Manfaat Ilmiah atau Teoritis 8
1.4.2 Manfaat Praktis 8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS **9**
2.1 Kajian Pustaka 9
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen 9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen 9
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen 10
2.1.1.3 Fungsi Manajemen 11
2.1.1.4 Tujuan Manajemen 14
2.1.1.5 Bidang Manajemen 16
2.1.2 Manajemen Pemasaran 18
2.1.2.1 Definisi Pemasaran 18
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran 19
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran 20
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran 22
2.1.2.5 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran 23
2.1.2.6 Strategi Pemasaran 25
2.1.3 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 27
2.1.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 27
2.1.3.2 Bentuk Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 28
2.1.3.3 Indiaktor Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 43
2.1.4 Kepuasan Pelanggan 44
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan..... 44
2.1.4.2 Komponen Kepuasan Pelanggan 45
2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan..... 47
2.1.4.4 Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan 49
2.1.4.5 Indikator Kepuasan Pelanggan 50
2.1.5 Peneliti Terdahulu yang Relevan 51
2.2 Kerangka Pemikiran 53

2.3 Hipotesis 56
BAB III METODE PENELITIAN 57
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan 57
3.2 Definisi dan Operasional Variabel 58
3.2.1 Definisi Variabel 58
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 59
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 60
3.3.1 Populasi Penelitian 60
3.3.2 Sampel Penelitian 60
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 62
3.4.1 Sumber Data 62
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 63
3.5 Teknik Analisis Data 64
3.5.1 Analisis Deskriptif 65
3.5.2 Analisis Verifikatif 8
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 72
3.6.1 Lokasi Penelitian 72
3.6.2 Waktu Penelitian 72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 74
4.1 Hasil Penelitian 74
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 74
4.1.1.1 Profil Kecamatan Ciamis 74
4.1.1.2 Visi, Misi dan Moto Pelayanan Publik Kecamatan Ciamis 75
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan *Job* Deskripsi Kantor Kecamatan Ciamis 76
4.1.1.4 Profil Gojek Indonesia 79
4.1.1.5 Karakteristik Responden 83
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti 86
4.1.2.1 Hasil Penelitian tentang Bauran Pemasaran pada Pengguna Gojek di Kecamatan Ciamis 87
4.1.2.2 Hasil Penelitian tentang Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Gojek di Kecamatan Ciamis 98
4.1.3 Pengujian Hipotesis tentang Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Gojek di Kecamatan Ciamis 109
4.2 Pembahasan 117
4.2.1 Pelaksanaan Bauran Pemasaran pada Aplikasi Gojek di Kecamatan Ciamis 117
4.2.2 Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Gojek di Kecamatan Ciamis 120
4.2.3 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Gojek di Kecamatan Ciamis 123

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 127
5.1 Simpulan 127
5.2 Saran 127
DAFTAR PUSTAKA 129
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pra Survey tentang Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Gojek di Kecamatan Ciamis.....	3
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli	12
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan	53
Tabel 3.1	Overasionalisasi Variabel	61
Tabel 3.2	Skala Likert	66
Tabel 3.3	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi	71
Tabel 3.4	Jadwal Kegiatan Penelitian	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian 57

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kantor Kecamatan Ciamis 77