

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTARi

DAFTAR ISIiv

DAFTAR TABELviii

DAFTAR GAMBARxii

DAFTAR LAMPIRANxiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 7

1.2.1 Identifikasi Masalah 7

1.2.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 8

1.4 Manfaat Penelitian 8

1.4.1 Manfaat Teoritis 8

1.4.2 Manfaat Praktis 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 10

2.1.1 Teori Manajemen 10

2.1.1.1 Definisi Manajemen 10

2.1.1.2 Fungsi Manajemen 11

2.1.1.3 Tujuan Manajemen 12

2.1.1.4 Karakteristik Manajemen 12

2.1.1.5 Level Manajemen 14

2.1.1.6 Bidang-Bidang Manajemen 16

2.1.1.7 Manajemen Modern 17

2.1.2 Manajemen Pemasaran 18

2.1.2.1 Pengertian Pemasaran 18

2.1.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 20

2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran 21

2.1.2.4 Tujuan Manajemen Pemasaran 22

2.1.2.5 Masalah-Masalah Dalam Pemasaran	23
2.1.2.6 Strategi Pemasaran.....	23
2.1.2.7 Bauran Pemasaran.....	28
2.1.2.8 Pemasaran Jasa	31
2.1.3 Variabel yang Diteliti.....	32
2.1.3.1 <i>Service Innovation</i>	32
2.1.3.1.1 Pengertian <i>Service Innovation</i>	32
2.1.3.1.2 Level <i>Service Innovation</i>	33
2.1.3.1.3 Dimensi <i>Service Innovation</i>	34
2.1.3.1.3 Indikator <i>Service Innovation</i>	34
2.1.3.2 <i>Service Quality</i>	36
2.1.3.2.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	36
2.1.3.2.2 Prinsip-Prinsip <i>Service Quality</i>	37
2.1.3.2.3 Indikator <i>Service Quality</i>	37
2.1.3.3 <i>Customer Satisfaction</i>	38
2.1.3.3.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	38
2.1.3.3.2 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.1.3.3.3 Teknik Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	40
2.1.3.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	41
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	42
2.2 Kerangka Pemikiran	47
2.3 Hipotesis Penelitian	51

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	52
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	53
3.2.1 Definisi Variabel	53
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	53
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	55
3.3.1 Populasi	55
3.3.2 Sampel	55
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	57
3.4.1 Sumber Data	57
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	58

3.5	Teknik Analisis Data	59
3.5.1	Analisis Deskriptif	60
3.5.2	Analisis Asosiatif	62
	3.5.2.1 Analisis Pengaruh <i>Service Innovation</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	62
	3.5.2.2 Analisis Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	65
	3.5.2.3 Analisis Pengaruh <i>Service Innovation</i> dan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	68
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	71
3.6.1	Tempat Penelitian	71
3.6.2	Waktu Penelitian	71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	72
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	72
	4.1.1.1 Profil Laksana Baru Swalayan	72
	4.1.1.2 Visi dan Misi Laksana Baru Swalayan	73
	4.1.1.3 Susunan Organisasi Laksana Baru Swalayan	75
4.1.2	Karakteristik Responden	77
	4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
	4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
	4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	80
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti	80
	4.1.3.1 Deskripsi Tentang <i>Service Innovation</i> Di Laksana Baru Swalayan	81
	4.1.3.2 Deskripsi Tentang <i>Service Quality</i> Di Laksana Baru Swalayan	93
	4.1.3.3 Deskripsi Tentang <i>Customer Satisfaction</i> Di Laksana Baru Swalayan.....	106
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis	120
	4.1.4.1 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Service Innovation</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	120

4.1.4.2 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	125
4.1.4.3 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Service Innovation</i> dan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	131
4.2 Pembahasan	141
4.2.1 Pengaruh <i>Service Innovation</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Laksana Baru Swalayan	141
4.2.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Laksana Baru Swalayan	143
4.2.3 Pengaruh <i>Service Innovation</i> dan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Laksana Baru Swalayan	144
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	146
5.2 Saran	147
DAFTAR PUSTAKA	149

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Pra Survey <i>Customer Satisfaction</i> di Laksana Baru Swalayan	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	39
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	51
Tabel 3.2 Pembobotan Nilai Jawaban	56
Tabel 3.3 Interpretasi koefisien korelasi dari nilai r	64
Tabel 3.4 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	70
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Tersedia Fitur Belanja Online Untuk Memudahkan Para Konsumennya	82
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Dalam Melakukan Transaksi Dengan Berbagai Macam Metode Pembayaran	83
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Laksana Baru Swalayan Selalu Meng- <i>update</i> Fitur Layanan Online Agar Konsumen Nyaman	84
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Laksana Baru Swalayan Sangat Ramah Kepada Responden.....	85
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Laksana Baru Swalayan Dapat Memenuhi Kebutuhan Konsumen	86
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Laksana Baru Swalayan Memberikan Hadiah Berupa Promo, Gift Dan Kupon Untuk Menjalin Hubungan Baik Dengan Para Konsumen	87
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Laksana Baru Swalayan Menyediakan Berbagai Fitur Layanan Terbaru Untuk Menjamin Kepuasan Konsumennya	88
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Dapat Konsultasi Secara Langsung Dengan Layanan <i>Customer Service</i>	89
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Pengiriman Laksana Baru Online Shop Tepat Waktu	90

Tabel 4.10 Laksana Baru Swalayan Menjamin Keamanan Dalam Melakukan Pengiriman	91
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Service Innovation</i>	92
Tabel 4.12 Pedoman Interpretasi	94
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Laksana Baru Swalayan Memberikan Pelayanan Yang Teliti Dan Tepat Waktu	95
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Laksana Baru Swalayan Membantu Memenuhi Kebutuhan Konsumen Dengan Baik	96
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Laksana Baru Swalayan Rapi Dan Bersih	97
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Laksana Baru Swalayan Yang Tersedia Lengkap Dan Sangat Memuaskan	98
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Karyawan Laksana Baru Swalayan Dalam Melayani Konsumen	99
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Laksana Baru Swalayan Menunjukkan Attitude Yang Baik Terhadap Konsumen	100
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Laksana Baru Swalayan Sangat Ramah Kepada Konsumen	101
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Laksana Baru Swalayan Menunjukkan Sikap Yang Baik Dalam Memenuhi Kebutuhan Konsumen	102
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Laksana Baru Swalayan Sangat Cepat Dalam Memenuhi Kebutuhan Konsumen	103
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Laksana Baru Swalayan Dapat Diandalkan	104
Tabel 4.23 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Service Quality</i>	105
Tabel 4.24 Pedoman Interpretasi	107

Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Produk Yang Ada Di Laksana Baru Swalayan Memiliki Kualitas Yang Sesuai Dengan Harapan Konsumen ...	108
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Laksana Baru Swalayan Yang Diberikan Sesuai Dengan Harapan Konsumen	109
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Penunjang Yang Disediakan Sesuai Dengan Harapan Konsumen	110
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Berminat Berkunjung Kembali Karena Pelayanan Yang Diberikan Memuaskan	111
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Berminat Berkunjung Kembali Karena Nilai Dan Manfaat Yang Diperoleh Setelah Menggunakan Produk Laksana Baru Swalayan	112
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Berminat Berkunjung Kembali Karena Fasilitas Penunjang Yang Disediakan Laksana Baru Swalayan Memadai	113
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Berminat Berkunjung Kembali Karena Harga Produk Yang Diberikan Lebih Murah Dari Toko Lain	114
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Menyarankan Teman/Kerabat Untuk Membeli Produk Laksana Baru Swalayan Karena Pelayanan Yang Memuaskan	115
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Menyarankan Teman/Kerabat Untuk Membeli Produk Laksana Baru Swalayan Karena Fasilitas Penunjang Yang Memadai	116
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai Menyarankan Teman/Kerabat Untuk Membeli Produk Laksana Baru Swalayan Karena Nilai Dan Manfaat Yang Didapat Setelah Menggunakan Produk	117
Tabel 4.35 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	118
Tabel 4.36 Pedoman Interpretasi	120
Tabel 4.37 Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif	121
Tabel 4.38 Data <i>Service Innovation</i> (X1) dan <i>Customer Satisfaction</i> (Y) ...	121

Tabel 4.39 Data *Service Quality* (X2) dan *Customer Satisfaction* (Y) 126

Tabel 4.40 Data *Service Innovation* (X1) *Service Quality* (X2) dan *Customer Satisfaction* (Y)
..... 132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	47
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	76
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Surat Permohonan Pembagian Angket

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Jawaban Responden Mengenai Service Innovation

Lampiran 5 Jawaban Responden Mengenai Service Quality

Lampiran 6 Jawaban Responden Mengenai Customer Satisfaction

Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 8 T Tabel

Lampiran 9 F Tabel

Lampiran 10 Riwayat Hidup