

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
Kata PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Teoritis	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	9
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	10
2.1.1.3 Tujuan Manajemen.....	11
2.1.1.4 Level Manajemen.....	12
2.1.1.5 Bidang-Bidang Manajemen	14
2.1.1.6 Manajemen Modern	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.2 Fungsi Pemasaran.....	21
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran	22
2.1.2.4 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.2.5 Strategi Pemasaran	26
2.1.2.6 Pemasaran Era Industry Era 4.0	29
2.1.3 <i>Relationship Marketing</i>	31
2.1.3.1 Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	31
2.1.3.2 Strategi Dalam <i>Relationship Marketing</i>	33
2.1.3.3 Tujuan <i>Relationship Marketing</i>	34
2.1.3.4 Manfaat <i>Relationship Marketing</i>	35
2.1.3.5 Indikator <i>Relationship Marketing</i>	36
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	36
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	36
2.1.4.2 Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	37
2.1.4.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan	38
2.1.4.4 Indikator pengukuran kepuasan pelanggan	38
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	38
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	38
2.1.5.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	39
2.1.5.3 Strategi untuk Mengembangkan Loyalitas Pelanggan	40
2.1.5.4 Indikator Loyalitas Pelanggan	40
2.2 Penelitian terdahulu yang Relevan	40

2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.4 Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	47
3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel.....	49
3.2.1 Definisi Variabel.....	49
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	50
3.3 Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1 Populasi	51
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	55
3.5 Teknik Analisis Data	56
3.5.1 Analisis Deskriptif	56
3.5.2 Analisis Asosiatif.....	58
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	69
3.6.1 Tempat Penelitian	69
3.6.2 Waktu Penelitian.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Hasil Penelitian.....	70
4.1.1 Gambaran Umum Bloods Store Banjar.....	70
4.1.1.1 Profil Bloods Store Banjar	70
4.1.1.2 Visi dan Misi Bloods Store Banjar	70
4.1.1.3 Struktur Organisasi Bloods Store Banjar	71
4.1.1.4 Karakteristik Responden.....	73
4.1.1.5 Deskripsi Variabel yang Diteliti	75
4.1.1.6 Hasil Penelitian tentang <i>Relationship Marketing</i> di Bloods Store Banjar.....	76
4.1.1.7 Hasil Penelitian tentang Kepuasan Pelanggan di Bloods Store Banjar.....	86
4.1.1.8 Hasil Penelitian tentang Loyalitas Pelanggan di Bloods Store Banjar	96
4.1.2 Hasil Pengujian Hipotesis.....	107
4.1.2.1 Pengaruh <i>Relationship</i> terhadap Kepuasan pelanggan pada konsumen Bloods Store Banjar.....	107
4.1.2.2 Pengaruh <i>Relationship</i> Terhadap loyalitas pelanggan Pada konsumen Bloods Store Banjar.....	114
4.1.2.3 Pengaruh <i>Relationship</i> Terhadap Kepuasan pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada konsumen Bloods Store Banjar	120
4.2 Pembahasan	130
4.2.1 Pengaruh <i>Relationship</i> Terhadap Kepuasan pelanggan pada konsumen Bloods Store Banjar	130
4.2.2 Pengaruh <i>Relationship</i> Terhadap Loyalitas pelanggan pada konsumen Bloods Store Banjar	131
4.2.3 Pengaruh <i>Relationship</i> Terhadap Kepuasan pelanggan dan Loyalitas pelanggan pada konsumen Bloods Store Banjar.....	132

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	135
5.1 Simpulan	135
5.2 Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis Industri kreatif Kota Banjar	3
Tabel 1.2	Penjualan Bloods Store Banjar	4
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen.....	11
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan	41
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	50
Tabel 3.2	Jumlah Konsumen/pelanggan Bloods Store Banjar Bulan Januari– Desember 2022	52
Tabel 3.3	Pembobotan Skor Jawaban	56
Tabel 3.4	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi.....	59
Tabel 3.5	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi.....	63
Tabel 3.6	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi.....	67
Tabel 3.7	Jadwal Kegiatan Penelitian	69
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	75
Tabel 4.4	Pedoman Interpretasi.....	76
Tabel 4.5	Pihak Bloods Store Banjar selalu memberikan penjelasan kepada konsumen secara jelas dapat diterima dan dimengerti	77
Tabel 4.6	Pihak Bloods Store Banjar menyediakan informasi mengenai layanan/program saya gunakan jika terjadi masalah.....	78
Tabel 4.7	Pihak Bloods Store Banjar mampu menjawab kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan jenis keluhan yang dimaksud	78
Tabel 4.8	Pihak Bloods Store Banjar mampu membuat konsumen puas terhadap penjelasan layanan atau produk yang di tawarkan.....	79
Tabel 4.9	Bloods Store Banjar memberikan progam undian berhadiah	80
Tabel 4.10	Adanya pemotongan harga untuk pembelian gabungan produk tertentu	80
Tabel 4.11	Pramuniaga Bloods Store Banjar mengucapkan selamat datang ketika saya memasuki toko	81
Tabel 4.12	Harga produk di Bloods Store Banjar lebih murah dibandingkan tempat lain	82
Tabel 4.13	Bloods Store Banjar memberikan potongan harga bagi pelanggan yang berbelanja menggunakan kartu bloodscard.....	82
Tabel 4.14	Bloods Store Banjar memberikan voucer belanja untuk pemilik kartu bloodscard yang mencapai poin tertentu.....	83
Tabel 4.15	Rekapitulasi <i>Relationship Marketing</i> di Bloods Store Banjar Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	84
Tabel 4.16	Interval Kriteria Penilaian.....	86
Tabel 4.17	Pegawai Bloods Store Banjar sigap dalam melayani konsumen	87
Tabel 4.18	Pegawai Bloods Store Banjar dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.....	88
Tabel 4.19	Pegawai Bloods Store Banjar tepat waktu	88

Tabel 4.20	Harga produk yang ditawarkan Bloods Store Banjar bervariasi dan terjangkau oleh konsumen	89
Tabel 4.21	Harga produk Bloods Store Banjar yang terjangkau membuat konsumen ingin berbelanja kembali	90
Tabel 4.22	Bloods Store Banjar menyediakan produk-produk dengan kualitas baik tapi harga yang murah.....	90
Tabel 4.23	Pelayanan saat di Bloods Store Banjar cepat	91
Tabel 4.24	Pegawai menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada di Bloods Store Banjar	92
Tabel 4.25	Pegawai Bloods Store Banjar di melayani dengan ramah/senyum	92
Tabel 4.26	Pegawai Bloods Store Banjar tidak pernah lupa memberikan struck belanja kepada konsumen.....	93
Tabel 4.27	Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan di Bloods Store Banjar Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	94
Tabel 4.28	Interval Kriteria Penilaian.....	96
Tabel 4.29	Produk yang di tawarkan Bloods Store Banjar memiliki kualitas yang baik (sesuai tanggal <i>expired</i> , tidak mudah cacat)	97
Tabel 4.30	Bloods Store Banjar menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan distro lain.....	97
Tabel 4.31	Bloods Store Banjar menawarkan produk yang sesuai kebutuhan konsumen	98
Tabel 4.32	Konsumen akan merekomendasikan Bloods Store Banjar kepada orang lain (teman, sahabat, kerabat)	99
Tabel 4.33	Karyawan Bloods Store Banjar memberikan perhatian secara individual kepada konsumen tanpa memandang status sosial	99
Tabel 4.34	Merasa puas dengan kualitas produk yang dijual Bloods Store Banjar karena telah memenuhi harapan saya	100
Tabel 4.35	Bloods Store Banjar menyediakan fasilitas penunjang dalam berbelanja (seperti keranjang, toilet, dll) dalam keadaan baik	101
Tabel 4.36	Karyawan memiliki keunggulan dalam merespon permintaan konsumen	101
Tabel 4.37	Karyawan Bloods Store Banjar cekatan dalam menangani kebutuhan konsumen	102
Tabel 4.38	Ketika saya membutuhkan bantuan karyawan Bloods Store Banjar memiliki waktu luang untuk membantu	103
Tabel 4.39	Rekapitulasi Loyalitas ix n di Bloods Store Banjar Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	103
Tabel 4.40	Interval Kriteria Penilaian.....	106
Tabel 4.41	Rekap Hasil Analisis Deskriptif.....	106
Tabel 4.42	Bobot-Bobot Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi Sederhana (X) Terhadap (Y ₁).....	107
Tabel 4.43	Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi.....	110
Tabel 4.44	Bobot-Bobot untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi Sederhana (X) Terhadap (Y ₂).....	114

Tabel 4.45 Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi	117
Tabel 4.46 Bobot-Bobot Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi Berganda...	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perumusan Strategi Pemasaran.....	28
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	45
Gambar 3.1 Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif (Modifikasi).....	48
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bloods Store Banjar.....	71