

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	<b>11</b>
.....	<b>11</b>
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
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>67</b>
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
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>87</b>
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
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>172</b>
5.1 Simpulan .....	172
5.2 Saran .....	173
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>175</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## 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