

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Manajemen .....	13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	13
2.1.1.2 Fungsi – fungsi Manajemen .....	14
2.1.1.3 Unsur-unsur Manajemen .....	16
2.1.1.4 Bidang-bidang Manajemen.....	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	20
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
2.1.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	22

2.1.2.4	Bauran Pemasaran .....	23
2.1.2.4.1	Pengertian Bauran Pemasaran.....	23
2.1.2.4.2	Konsep Bauran Pemasaran.....	24
2.1.2.4.3	Marketing Era 4.0 .....	26
2.1.2.4.4	Marketing Era 5.0 .....	27
2.1.2.5	Strategi Pemasaran .....	28
2.1.2.5.1	Pengertian Strategi Pemasaran.....	28
2.1.3	Variabel yang diteliti .....	29
2.1.3.1	Product Differentiation .....	29
2.1.3.1.1	Pengertian <i>Product Differentiation</i> .....	29
2.1.3.1.2	Manfaat <i>Product Differentiation</i> .....	30
2.1.3.1.3	Indikator <i>Product Differentiation</i> .....	31
2.1.3.2	Product Quality .....	33
2.1.3.2.1	Pengertian <i>Product Quality</i> .....	33
2.1.3.2.2	Faktor-faktor <i>Product Quality</i> .....	34
2.1.3.2.3	Indikator <i>Product Quality</i> .....	35
2.1.3.3	Keputusan Pembelian .....	38
2.1.3.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	38
2.1.3.3.2	Tahap-tahap dalam Keputusan Pembelian	39
2.1.3.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	43
2.1.3.3.4	Indikator Keputusan Pembelian .....	45
2.1.4	Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	46
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	54
2.2.1.	Hubungan <i>Product Differentiation</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
2.2.2.	Hubungan <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.	56
2.2.3.	Hubungan <i>Product Differentiation</i> dan <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
2.3.	Hipotesis Penelitian.....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Metode Penelitian yang digunakan .....	60
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	61
3.2.1.	Definisi Variabel.....	61
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel .....	63

3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	64
3.3.1.	Populasi.....	64
3.3.2.	Sampel .....	65
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.4.1.	Sumber Data .....	66
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data .....	68
3.5	Teknik Analisis Data.....	69
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	69
3.5.2.	Analisis Verifikatif .....	73
3.5.2.1.	Pengaruh Product Differentiation terhadap Keputusan Pembelian .....	73
3.5.2.2.	Pengaruh Product Quality terhadap Keputusan Pembelian .....	77
3.5.2.3.	Pengaruh Product Differentiation dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian .....	80
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian .....	84
3.6.1.	Tempat Penelitian .....	84
3.6.2.	Waktu Penelitian.....	84

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian .....	86
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	86
4.1.1.1	Profil Spacebycloud.....	86
4.1.1.2	Visi Misi <i>Coffee Shop</i> Spacebycloud .....	87
4.1.1.3	Struktur Spacebycloud Ciamis .....	88
4.1.1.4	Job Deskripsi Spacebycloud Ciamis.....	89
4.1.2	Karakteristik Responden.....	91
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	95
4.1.3.1	Deskripsi Penelitian Tentang <i>Product Differentiation</i> Pada Konsumen Spacebycloud Ciamis.....	96
4.1.3.1	Deskripsi Penelitian Tentang <i>Product Quality</i> Pada Konsumen Spacebycloud Ciamis .....	110
4.1.3.2	Deskripsi Penelitian Tentang Keputusan Pembelian Pada Konsumen Spacebycloud Ciamis .....	119
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	129

4.1.4.1	Pengaruh <i>Product Differentiation</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Spacebycloud Ciamis.....	129
4.1.4.2	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Spacebycloud Ciamis .....	135
4.1.4.3	Pengaruh <i>Product Differentiation</i> dan <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Spacebycloud.....	142
4.2	Pembahasan.....	152
4.2.1	Pengaruh <i>Product Differentiation</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosumen Spacebycloud Ciamis.....	152
4.2.2	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosumen Spacebycloud Ciamis.....	154
4.2.3	Pengaruh <i>Product Differentiation</i> dan <i>Product Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosumen Spacebycloud Ciamis.....	156
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	<b>Simpulan</b> .....	160
5.2	<b>Saran</b> .....	161
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>162</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		