

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

<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>x</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	10
1.2.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Ilmiah atau Teoritis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II     KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
.....	<b>13</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	13

2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....	13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	13
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen .....	15
2.1.1.3 Fungsi Manajemen .....	16
2.1.1.4 Tujuan Manajemen .....	19
2.1.1.5 Karakteristik dan Nilai Manajemen .....	20
2.1.1.6 Level Manajemen .....	23
2.1.1.7 Bidang Manajemen .....	24
2.1.1.8 Manajemen Modern .....	27
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	27
2.1.2.1 Definisi Pemasaran .....	27
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran .....	29
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran .....	30
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran .....	31
2.1.2.5 Konsep Pemasaran .....	32
2.1.2.6 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran .....	33
2.1.2.7 Bauran Pemasaran .....	36
2.1.2.8 Masalah – Masalah Dalam Pemasaran .....	37
2.1.2.9 Pemasaran Era Industry 4.0 .....	39
2.1.2.10 Pemasaran Era Society 5.0 .....	41
2.1.2.11 Strategi Pemasaran .....	42
2.1.3 <i>Relationship Marketing</i> .....	45
2.1.3.1 Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	45
2.1.3.2 Konsep Inti <i>Relationship Marketing</i> .....	46
2.1.3.3 Jenis-jenis <i>Relationship Marketing</i> .....	47
2.1.3.4 Tujuan <i>Relationship Marketing</i> .....	49
2.1.3.5 Komponen <i>Relationship Marketing</i> .....	50
2.1.3.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Relationship Marketing</i> .....	51
2.1.3.7 Indikator <i>Relationship Marketing</i> .....	52
2.1.4 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan) .....	53
2.1.4.1 Pengertian <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan) .....	53
2.1.4.2 Indikator <i>Service Quality</i> .....	54
2.1.4.3 Aspek <i>Service Quality</i> .....	55
2.1.5 Kepuasan Konsumen ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	56
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	56
2.1.5.2 Komponen Kepuasan Konsumen .....	57
2.1.5.3 Indikator atau Elemen Kepuasan Konsumen ...	58
2.1.5.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	62
2.1.5.5 Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen .....	64
2.1.6 Peneliti Terdahulu yang Relevan .....	65
2.2 Kerangka Pemikiran .....	67

2.2.1 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> dengan Kepuasan Konsumen	67
2.2.2 Hubungan <i>Service Quality</i> dengan Kepuasan Konsumen	68
2.2.3 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Servis Quality</i> dengan Kepuasan Konsumen	70
2.3 Hipotesis	71
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>73</b>
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	73
3.2 Definisi dan Operasional Variabel	74
3.2.1 Definisi Variabel	74
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	76
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	77
3.3.1 Populasi Penelitian	77
3.3.2 Sampel Penelitian	78
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	80
3.4.1 Sumber Data	80
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	80
3.5 Teknik Analisis Data	82
3.5.1 Analisis Deskriptif	83
3.5.2 Analisis Verifikatif	86
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	92
3.6.1 Lokasi Penelitian	92
3.6.2 Waktu Penelitian	93
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>94</b>
4.1 Hasil Penelitian	94
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	94
4.1.1.1 Profil J&T Express Cabang Ciamis	94
4.1.1.2 Visi, Misi dan Nilai Budaya J&T Express Cabang Ciamis	95
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan <i>Job</i> Deskripsi J&T Express Cabang Ciamis	96
4.1.1.4 Karakteristik Responden	99
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti	104
4.1.2.1 <i>Relationship Marketing</i>	105
4.1.2.2 <i>Service Quality</i>	117
4.1.2.3 Kepuasan Konsumen	129
4.1.3 Pengujian Hipotesis	143
4.1.3.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Cabang Ciamis	143
4.1.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Cabang Ciamis	151
4.1.3.3 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Cabang Ciamis	159
4.2 Pembahasan	170

4.2.1	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Cabang Ciamis.....	170
4.2.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Cabang Ciamis .....	172
4.2.3	Pengaruh <i>Relationshi Marketing</i> dan <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Cabang Ciamis	175
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>178</b>
5.1	Simpulan .....	178
5.2	Saran .....	179
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>180</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	