

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK.....i

KATA PENGANTAR.....ii

DAFTAR ISI.....v

DAFTAR TABEL .....v

DAFTAR GAMBAR.....x

DAFTAR LAMPIRAN .....xiv

BAB I PENDAHULUAN ..... 1

1.1..... L

atar Belakang Penelitian ..... 1

1.2..... I

identifikasi dan Rumusan Masalah..... 7

1.2.1 ..... I

identifikasi Masalah ..... 7

1.2.2 ..... R

umusan Masalah..... 7

1.3..... T

ujian Penelitian ..... 8

1.4..... M

manfaat Penelitian ..... 8

1.4.1 ..... M

manfaat Teoritis ..... 8

1.4.2 .....	M
manfaat Praktis.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>10</b>
2.1.....	K
Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Manajemen .....	10
2.1.1.1 .....	P
Pengertian Manajemen .....	10
2.1.1.2 .....	D
Definisi Manajemen.....	10
2.1.1.3 .....	F
Fungsi-fungsi Manajemen .....	11
2.1.1.4 .....	A
Asas-asas Manajemen .....	12
2.1.1.5 .....	U
Unsur-unsur Manajemen.....	13
2.1.1.6 .....	T
Tingkatan Manajemen .....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.2.1 .....	P
Pengertian Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.2.2 .....	F
Fungsi Manajemen Pemasaran .....	17

2.1.2.3 .....	T
ujuanPemasaran .....	19
2.1.2.4 .....	L
ingkupPemasaran .....	19
2.1.2.5 .....	B
auranPemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	20
2.1.3 BentukProduk (DesainProduk).....	22
2.1.3.1 .....	P
pengertian BentukProduk (DesainProduk).....	22
2.1.3.2 .....	T
ujianDesain .....	23
2.1.3.3 .....	I
ndikatorBentukProduk .....	24
2.1.4Cita Rasa .....	25
2.1.4.1PengertianCita Rasa .....	25
2.1.4.2 IndikatorCita Rasa .....	25
2.1.5KepuasanKonsumen .....	27
2.1.5.1 Pengertian KepuasanKonsumen .....	27
2.1.5.2 PengukuranKepuasanKonsumen .....	28
2.1.5.3 Faktor-faktor yang MempengaruhiKepuasanKonsumen	30
2.1.5.4 IndikatorKepuasanKonsumen .....	31
2.1.6 Hasil PenelitianTerdahulu .....	32
2.2.....	K

erangka Pemikiran .....	36
2.2.1 PengaruhBentukProdukTerhadapKepuasanKonsumen .....	36
2.2.2 PengaruhCita Rasa TerhadapKepuasanKonsumen .....	37
2.2.3 PengaruhBentuk dan Cita rasa TerhadapKepuasan Konsumen .....	37
2.3 .....	H
ipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 .....	M
etode Penelitian yang digunakan.....	40
3.2 .....	D
efinisi dan Operasionalisasi Variabel .....	41
3.2.1 .....	D
efinisi Variabel.....	41
3.2.2 .....	O
perasionalisasi Variabel.....	42
3.3 Populasi dan Sampel.....	43
3.3.1 Populasi .....	43
3.3.2 Sampel.....	44
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4.1 Sumber Data .....	46
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.5 Teknik Analisis Data .....	47
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	54

3.6.1 Tempat Penelitian.....	54
3.6.2 Waktu Penelitian .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	56
4.1.1 GambaranUmumObjekPenelitian.....	56
4.1.1.1 .....	Se
jarah SingkatLadu Ketan AsliNikmat .....	56
4.1.2 KarakteristikResponden .....	57
4.1.3 DeskripsiVariabel.....	60
4.1.3.1 .....	DeskripsiTentangBentukProduk UMKM Ladu Ketan AsliNikmat.....
	61
4.1.3.2 .....	DeskripsiTentangCita Rasa Ladu Ketan Asli Nikmat .....
	74
4.1.3.3 .....	Hasil TentangKepuasanKonsumen UMKM Ladu Ketan AsliNikmat.....
	88
4.1.4 Hasil PengujianHipotesis .....	105
4.1.4.1 .....	Hasil PenelitianTentangPengaruhBentuk ProdukTerhadapKepuasanKonsumen UMKM Ladu Ketan AsliNikmat.....
	105
4.1.4.2 .....	Hasil PenelitianTentangPengaruhCita Rasa TerhadapKepuasanKonsumenLadu Ketan AsliNikmat .....
	112
4.1.4.3 .....	Hasil PenelitianTentangPengaruhBentuk Produk dan Cita Rasa TerhadapKepuasan Konsumen UMKM Ladu Ketan AsliNikmat.....
	118

4.2	Pembahasan .....	128
4.2.1	Pengaruh Bentuk Produk Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Ladu Ketan Asli Nikmat .....	128
4.2.2	Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Ladu Ketan Asli Nikmat .....	130
4.2.3	Pengaruh Bentuk Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Ladu Ketan Asli Nikmat ....	131
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>134</b>
5.1	Simpulan.....	134
5.2	Saran.....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>136</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		