

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR KEASLIAN KARYA TULIS	
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	i
DATRA ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	xii
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	11
1.2.1. Identifikasi Masalah	11
1.2.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Teoritis	12
1.4.2. Manfaat Praktis.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
2.1. Kajian Pustaka	14
2.1.1. Ilmu Manajemen.....	14
2.1.1.1. Definisi Manajemen.....	14
2.1.1.2. Manfaat Manajemen	15
2.1.1.3. Unsur-unsur Manajemen	16
2.1.1.4. Fungsi-Fungsi Manajemen	18
2.1.1.5. Bidang-Bidang Manajemen.....	19
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.2.1. Definisi Manajemen Pemasaran	22
2.1.2.2. Tujuan Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	24

2.1.2.4.	Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	25
2.1.3.	<i>Digital Marketing</i>	27
2.1.3.1.	Pengertian <i>Digital Marketing</i>	27
2.1.3.2.	Manfaat <i>Digital Marketing</i>	31
2.1.3.3.	Indikator <i>Digital Marketing</i>	35
2.1.4.	Kualitas Produk	36
2.1.4.1.	Definisi Kualitas Produk	36
2.1.4.2.	Tingkat Produk.....	40
2.1.4.3.	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk ...	41
2.1.4.4.	Indikator-Indikator Kualitas Produk.....	42
2.1.5.	Kepuasan Pelanggan atau Konsumen	43
2.1.5.1.	Definisi Kepuasan Pelanggan atau Konsumen	43
2.1.5.2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	46
2.1.5.3.	Indikator-indikator Kepuasan Pelanggan	47
2.1.6.	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	48
2.2.	Kerangka Pemikiran	55
2.2.1.	Pengaruh Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan ...	55
2.2.2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	56
2.2.3.	Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	58
2.3.	Hipotesis Penelitian	59
BAB III METODE PENELITIAN		61
3.1.	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	61
3.2.	Definisi dan Operasional Variabel	63
3.2.1.	Definisi Variabel.....	63
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel	63
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	65
3.3.1.	Populasi.....	65
3.3.2.	Sampel.....	65
3.4.	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	67
3.4.1.	Sumber data	67
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.5.	Teknik Analisis Data.....	71

3.5.1.	Analisis Pengaruh <i>Digital marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
3.5.1.1.	Analisis Deskriptif.....	72
3.5.1.2.	Regresi Linier Sederhana	74
3.5.1.3.	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	75
3.5.1.4.	Analisis Koefisien Determinasi	76
3.5.1.5.	Uji Signifikan (Uji t).....	77
3.5.2.	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	78
3.5.2.1.	Regresi Linier Sederhana	78
3.5.2.2.	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	79
3.5.2.3.	Analisis Koefisien Determinasi	80
3.5.2.4.	Uji Signifikan (Uji t).....	81
3.5.2.5.	Analisis Pengaruh Digital marketing dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	82
3.6.	Tempat dan Waktu Penelitian	87
3.6.1.	Tempat Penelitian.....	87
3.6.2.	Waktu Penelitian.....	87
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	89
4.1.	Hasil Penelitian	89
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	89
4.1.1.1.	Profil Wifi DevDNS Danasari.....	89
4.1.1.2.	Visi dan Misi Wifi DevDNS Danasari.....	89
4.1.1.3.	Struktur Organisasi DevDNS Danasari	90
4.1.2.	Karakteristik Responden	94
4.1.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	95
4.1.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	96
4.1.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	97
4.1.3.	Deskripsi Variabel yang Diteliti	98
4.1.3.1.	Hasil Penelitian Tentang <i>Digital marketing</i> wifi DevDNS Danasari.....	98
4.1.3.2.	Hasil Penelitian Tentang Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	107
4.1.3.3.	Hasil Penelitian tentang Kepuasan Pelanggan Produk Wifi DevDNS Danasari.....	116
4.1.4.	Hasil Pengujian Hipotesis	123

4.1.4.1. Analisis Pengaruh <i>Digital marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	126
4.1.4.2. Analisis Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk wifi dev DNS Danasari	131
4.1.4.3. Analisis Pengaruh <i>Digital marketing</i> dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk wifi dev DNS Danasari	135
4.2. Pembahasan	145
4.2.1. Pengaruh <i>Digital marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Wifi DevDNS Danasari.....	145
4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Wifi DevDNS Danasari.....	147
4.2.3. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan pada Produk Wifi DevDNS Danasari ..	149
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	153
5.1. Simpulan	153
5.2. Saran.....	140
DAFTAR PUSTAKA	156
LAMPIRAN	160
RIWAYAT HIDUP	187

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Hasil Pra Survei Variabel Digital marketing Pada Konsumen Produk DevDNS Desa Danasari	5
Tabel 1 2 Hasil Pra Survei Variabel Kualitas Produk Pada Konsumen Produk DevDNS Desa Danasari	7
Tabel 1 3 Hasil Pra Survei Variabel Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Produk DevDNS Desa Danasari	9
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	53
Tabel 3 1 Operasionalisasi Variabel	64
Tabel 3 2 Pembobotan Nilai Jawaban Dengan Skala Likert	70
Tabel 3 3 Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r.....	76
Tabel 3 4 Interpretasi Koefisien Korelasi dari Nilai r.....	80
Tabel 3 5 Waktu Penelitian.....	88
Tabel 4 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	94
Tabel 4 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	95
Tabel 4 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	96
Tabel 4 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	97
Tabel 4 5 Pedoman Interpretasi	99
Tabel 4 6 Informasi dan layanan yang disediakan secara online mampu diakses dengan mudah.....	99
Tabel 4 7 Fasilitas Platform berbagi dan chat interaksi antar pengguna sangat bermanfaat	100
Tabel 4 8 Produk Wifi DevDNS Dapat Diandalkan dan Responsif Terhadap Kebutuhan di Platform Lainnya	101
Tabel 4 9 Informasi yang disediakan oleh DevDNS melalui situs web dan media sosial selalu lengkap dan mudah dipahami.	102
Tabel 4 10 DevDNS sering mengadakan kuis, kompetisi, atau event online yang menyenangkan dan membuat saya tertarik.	103
Tabel 4 11 Rekapitulasi <i>Digital Marketing</i> pada Produk Wifi DevDNS Danasari Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	104
Tabel 4 12 Interpretasi Mengenai <i>Digital Marketing</i> pada Produk Wifi DevDNS Danasari.....	106
Tabel 4 13 Pedoman Interpretasi	108
Tabel 4 14 Wifi DevDNS Danasari memiliki masa pakai yang panjang dan tidak mudah rusak	108
Tabel 4 15 Wifi DevDNS Danasari dilengkapi dengan fitur-fitur canggih yang memenuhi kebutuhan pengguna.....	109
Tabel 4 16 Wifi DevDNS Danasari dapat diandalkan untuk memberikan koneksi yang stabil dan konsisten.	110
Tabel 4 17 Wifi DevDNS Danasari memenuhi semua spesifikasi teknis yang dijanjikan oleh produsen.....	111

Tabel 4 18 Wifi DevDNS Danasari dirancang dengan memperhatikan detail visual yang membuatnya terlihat profesional.....	112
Tabel 4 19 Rekapitulasi Kualitas Produk pada Produk Wifi DevDNS Danasari Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	113
Tabel 4 20 Interpretasi Mengenai Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan pada Produk Wifi DevDNS Danasari	115
Tabel 4 21 Pedoman Interpretasi	116
Tabel 4 22 Saya merasa puas menggunakan produk DevDNS karena produknya cukup memuaskan	117
Tabel 4 23 Dengan merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh DevDNS, saya selalu merekomendasikan produk devDNS kepada orang lain untuk selalu memakai Internet DevDNS pada rumahnya..	118
Tabel 4 24 Konektivitas, kecepatan, ketersediaan, dan stabilitas jaringan sudah sesuai yang saya harapkan	119
Tabel 4 25 Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan pada Produk Wifi DevDNS Danasari Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	120
Tabel 4 26 Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi	128
Tabel 4 27 Rekap Hasil Analisis Asosiatif	145

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian	161
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	162
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian/Data Mentah Fenomena	163
Lampiran 4 Dokumentasi.....	168
Lampiran 5 Jawaban Responden X1(Digital Marketing) dan X2 (Kualitas Produk)	169
Lampiran 6 Hasil Perhitungan SPSS.....	173
Lampiran 7 t tabel.....	184
Lampiran 8 F Tabel	185

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Paradigma Penelitian	59
Gambar 4 1 Struktur Organisasi	90