DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
ABSTRAK
KATA PENGANTAR ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **iii**
DAFTAR TABEL ..... **vi**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
DAFTAR GRAFIK ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 14
1.2.1 Identifikasi Masalah 14
1.2.2 Rumusan Masalah 15
1.3 Tujuan Penelitian 15
1.4 Manfaat Penelitian 15
1.4.1 Manfaat Ilmiah atau Teoritis 16
1.4.2 Manfaat Praktis 16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS **17**
2.1 Kajian Pustaka 17
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen 17
2.1.1.1 Pengertian Manajemen 17
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen 19
2.1.1.3 Fungsi Manajemen 20
2.1.1.4 Tujuan Manajemen 23
2.1.1.5 Karakteristik dan Nilai Manajemen 24
2.1.1.6 Level Manajemen 27
2.1.1.7 Bidang Manajemen 29
2.1.1.8 Manajemen Modern 31
2.1.2 Manajemen Pemasaran 32
2.1.2.1 Definisi Pemasaran 32
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran 33
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran 34
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran 36
2.1.2.5 Konsep Pemasaran 37
2.1.2.6 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran 38
2.1.2.7 Masalah – Masalah Dalam Pemasaran 40
2.1.2.8 Pemasaran Era Industry 4.0 41
2.1.2.9 Pemasaran *Era* Society 5.0 44
2.1.2.10 Strategi Pemasaran 45
2.1.3 *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) 47
2.1.3.1 Pengertian *Marketing Mix* 47
2.1.3.2 Bentuk *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) 49
2.1.3.3 Tujuan *Marketing Mix* 64

2.1.3.4 Fungsi dan Manfaat *Marketing Mix* 64
2.1.3.5 Indiaktor *Marketing Mix*..... 66
2.1.4 Kepuasan Konsumen..... 67
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen 67
2.1.4.2 Komponen Kepuasan Konsumen 68
2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen 70
2.1.4.4 Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen 72
2.1.4.5 Indikator Kepuasan Konsumen 73
2.1.5 Keputusan Pembelian Konsumen 74
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... 74
2.1.5.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 75
2.1.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 77
2.1.5.4 Jenis-Jenis Perilaku Pembelian..... 78
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian..... 80
2.1.6 Peneliti Terdahulu yang Relevan 82
2.2 Kerangka Pemikiran 84
2.2.1 Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian 84
2.2.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian 85
2.2.3 Pengaruh *Marketing Mix* dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan pembelian Konsumen 85
2.3 Hipotesis 88
BAB III METODE PENELITIAN 89
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan 89
3.2 Definisi dan Operasional Variabel 91
3.2.1 Definisi Variabel 91
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 92
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 93
3.3.1 Populasi Penelitian 93
3.3.2 Sampel Penelitian 94
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 96
3.4.1 Sumber Data 96
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 97
3.5 Teknik Analisis Data 99
3.5.1 Analisis Deskriptif 100
3.5.2 Analisis Verifikatif 103
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 110
3.6.1 Lokasi Penelitian..... 110
3.6.2 Waktu Penelitian 111
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 112
4.1 Hasil Penelitian 112
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 112
4.1.1.1 Profil Ihsan Motor Rajadesa..... 112

4.1.1.2 Visi dan Misi Ihsan Motor Rajadesa 113
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan pada Ihsan Motor Rajadesa 113
4.1.1.4 Karakteristik Responden 118
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti 124
4.1.2.1 *Marketing Mix* 124
4.1.2.2 Kepuasan Konsumen 141
4.1.2.3 Keputusan Pembelian 156
4.1.3 Pengujian Hipotesis 171
4.1.3.1 Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ihsan Motor Rajadesa..... 171
4.1.3.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ihsan Motor Rajadesa..... 180
4.1.3.3 Pengaruh *Marketing Mix* dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ihsan Motor Rajadesa 188
4.2 Pembahasan 198
4.2.1 Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ihsan Motor Rajadesa 198
4.2.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ihsan Motor Rajadesa 200
4.2.3 Pengaruh *Marketing Mix* dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ihsan Motor Rajadesa..... 202
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 205
5.1 Simpulan 205
5.2 Saran 206
DAFTAR PUSTAKA 207
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Keputusan Pembelian Pada Ihsan Motor Rajadesa	7
Tabel 1.2	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai *Marketing Mix* Pada Ihsan Motor Rajadesa	10
Tabel 1.3	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Konsumen Pada Ihsan Motor Rajadesa	12
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli	20
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan	82
Tabel 3.1	Overasionalisasi Variabel	92
Tabel 3.2	Penjualan Motor pada Ihsan Motor Rajadesa Tahun 2023	94
Tabel 3.3	Skala Likert	99
Tabel 3.4	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi	104
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian	111
Tabel 4.1	Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel Penelitian	124
Tabel 4.2	Produk Motor yang Dipasarkan Di Ihsan Motor Memiliki Kualitas yang Baik	125
Tabel 4.3	Produk yang Dipasarkan Ihsan Motor Sangat Beragam Jenisnya	126
Tabel 4.4	Harga Motor Honda yang Dipasarkan di Ihsan Motor Lebih Murah Dibandingkan Perusahaan Lain	127
Tabel 4.5	Ihsan Motor Menyesuaikan Harga Motor yang Disesuaikan Dengan Tipe Masing-Masing Motor	128
Tabel 4.6	Lokasi Ihsan Motor Sangat Strategis	129
Tabel 4.7	Ihsan Motor Memiliki Tempat yang Dekat Dengan Pusat Kota	129
Tabel 4.8	Pihak Perusahaan Selalu Melakukan Promosi Melalui Sosial Media	130

Tabel 4.9	Pihak Perusahaan Berupaya Melakukan Promosi Produk Melalui Potongan Harga Dengan Syarat Pembelian Tertentu..	131
Tabel 4.10	Karyawan Ihsan Motor Mampu Mengkomunikasikan Produk Dengan Baik	132
Tabel 4.11	Karyawan Ihsan Motor Mampu Menjalin Komunikasi Yang Baik Dengan Konsumen.....	133
Tabel 4.12	Penjualan Produk Pada Ihsan Motor Memiliki Prosedur yang Mudah dan Tidak Berbelit-Belit.....	134
Tabel 4.13	Proses Penjualan Motor di Ihsan Motor Bisa Secara *Cash* Maupun Kredit.....	135
Tabel 4.14	Suasana *Showroom* pada Ihsan Motor Sangat Nyaman	136
Tabel 4.15	Suasana *Showroom* Ihsan Motor Mampu Mendukung Aktivitas Penjualan Perusahaan	137
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel *Marketing Mix*.....	138
Tabel 4.17	Penentuan Interval.....	140
Tabel 4.18	Konsumen Merasa Puas Karena Produk yang Dipasarkan Sesuai Dengan Harapan Konsumen	141
Tabel 4.19	Konsumen Puas Memakai Produk Dari Ihsan Motor Karena Pelayanan Dari Karyawan Melebihi Yang Diharapkan	142
Tabel 4.20	Konsumen Puas Dengan Ihsan Motor Karena Fasilitas Penunjang Melebihi Harapan	143
Tabel 4.21	Konsumen Puas Dengan Sistem Pelayanan Ihsan Motor Karena Melebihi yang Diharapkan.....	144
Tabel 4.22	Konsumen Berminat Berkunjung Dan Memakai Kembali Membeli Produk Dari Ihsan Motor Karena Prosesnya Cepat..	145
Tabel 4.23	Konsumen Berminat Berkunjung Kembali Karena Pelayanan yang Diberikan Oleh Karyawan Memuaskan.....	146
Tabel 4.24	Konsumen Berminat Untuk Berkunjung Kembali Karena Fasiltas Penunjang Memadai.....	147

Tabel 4.25	Konsumen Berminat Untuk Berkunjung Kembali Setelah Merasakan Manfaat Produk yang Memiliki Kualitas yang Baik.....	148
Tabel 4.26	Konsumen Menyarankan Teman Atau Kerabat Membeli Produk Dari Ihsan Motor Karena Pelayanan yang Memuaskan.....	149
Tabel 4.27	Konsumen Menyarankan Teman Atau Kerabat Membeli Produk Dari Ihsan Motor Karena Fasilitas yang Memadai	150
Tabel 4.28	Konsumen Menyarankan Teman Atau Kerabat Membeli Produk Dari Ihsan Motor Karena Manfaat yang Di Dapat Setelah Menggunakan Produk.....	151
Tabel 4.29	Konsumen Bersedia Untuk Merekomendasikan Ihsan Motor Kepada Keluarga	152
Tabel 4.30	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	153
Tabel 4.31	Penentuan Interval.....	155
Tabel 4.32	Sebelum Konsumen Melakukan Keputusan Pembelian, Konsumen Mempertimbangkan Harga Dengan Kualitasnya ...	156
Tabel 4.33	Sepeda Motor yang Ditawarkan Oleh Ihsan Motor Sangat Beragam Jenisnya.....	157
Tabel 4.34	Konsumen Membeli Motor Honda di Ihsan Motor Karena Memiliki Varian Merek yang Berkualitas.....	158
Tabel 4.35	Konsumen Memilih Motor Honda Karena Memiliki Kualitas yang Baik Dengan Harga yang Lebih Terjangkau	159
Tabel 4.36	Sebelum Melakukan Pembelian, Konsumen Mempunyai Pertimbangan yang Berbeda-Beda Dalam Hal Menentukan Penyalur Produk	160
Tabel 4.37	Konsumen Melakukan Pemeblian Sepeda Motor di Ihsan Motor Karena Produk yang Dipasarkannya Sangat Lengkap ..	161
Tabel 4.38	Konsumen Selalu Melakukan Pembelian Motor di Ihsan Motor Ketika Membutuhkan Kendaraan.....	162

Tabel 4.39	Konsumen Melakukan Pembelian di Ihsan Motor Karena Perusahaan Selalu Memberikan Promo Kepada Konsumen	163
Tabel 4.40	Konsumen Cenderung Melakukan Pembelian Apabila Perusahaan Memberikan Potongan Khusus Untuk Produk Tertentu yang Ingin Dibeli	164
Tabel 4.41	Perusahaan Menyediakan Banyaknya Produk Sesuai Dengan Keinginan yang Berbeda-Beda Dari Para Konsumen	165
Tabel 4.42	Konsumen Melakukan Keputusan Pembelian di Ihsan Motor Karena Metode Pembayarannya Sangat Mudah.....	166
Tabel 4.43	Perusahaan Memberikan Fasilitas Pembayaran Bisa Secara Tunai Maupun Melalui Transaksi Non Tunai Melalui Transfer Sehingga Dapat Memudahkan Konsumen Untuk Membeli Produk	167
Tabel 4.44	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	168
Tabel 4.45	Penentuan Interval	170
Tabel 4.46	Rekap Hasil Analisis Deskriptif	171
Tabel 4.47	Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi	172
Tabel 4.48	Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi	180
Tabel 4.49	Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi	188
Tabel 4.50	Tabel Rekapitulasi Analisis Verifikatif	197

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Hubungan Antar Peran Manajerial	25
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian	87
Gambar 3.1	Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif (Modifikasi)	90
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Ihsan Motor Rajadesa.....	114

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	119
Grafik 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	120
Grafik 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	121
Grafik 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	122
Grafik 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian/Kunjungan.	123

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Bimbingan Skripsi

Lampiran 2 Pengantar Ijin Penelitian

Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 4 Surat Pengantar Pra Survey

Lampiran 5 Rekapitulasi Identitas Responden

Lampiran 6 Rekapitulasi Data Hasil Pra Survey

Lampiran 7 Data Jumlah Populasi

Lampiran 8 Visi dan Misi Perusahaan

Lampiran 9 Kuesioner Penelitian

Lampiran 10 Rekapitulasi Identitas Responden

Lampiran 11 Data Jawaban Responden, Uji Validitas dan Uji Korelasi

Lampiran 12 Hasil Perhitungan Korelasi Dan Regresi Menggunakan SPSS

Lampiran 13 Tabel Distribusi T

Lampiran 14 Tabel Distribusi F

Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup