

## DAFTAR ISI

**COVER**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**ABSTRAK**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	13
1.2.1. Identifikasi Masalah .....	13
1.2.2. Rumusan Masalah .....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	14
1.4.2. Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>16</b>
2.1. Kajian Pustaka.....	16
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen ( <i>Grand Theory</i> ) .....	16
2.1.1.1. Pengertian Manajemen .....	16
2.1.1.2. Fungsi-Fungsi Manajemen .....	18
2.1.1.3. Prinsip manajemen.....	18
2.1.1.4. Unsur-Unsur Manajemen.....	19
2.1.1.5. Tujuan Manajemen .....	21
2.1.2. Bidang Kajian Manajemen Pemasaran ( <i>Middle Theory</i> ).....	22
2.1.2.1. Pengertian Pemasaran.....	22
2.1.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	23
2.1.2.3. Fungsi-Fungsi Manajemen Pemasaran .....	24
2.1.2.4. Konsep Pemasaran.....	25

2.1.2.5. Ruang Lingkup Pemasaran .....	26
2.1.3. Kajian Variabel yang Diteliti ( <i>Appiled Theory</i> ) .....	27
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Produk .....	27
2.1.3.2. Fungsi Kualitas Produk.....	28
2.1.3.3. Dimensi Kualitas Produk.....	28
2.1.3.4. Indikator Kualitas Produk.....	29
2.1.4. Diferensiasi Produk.....	30
2.1.4.1. Pengertian Diferensiasi produk.....	30
2.1.4.2. Fungsi Diferensiasi Produk .....	31
2.1.4.3. Dimensi Diferensiasi Produk.....	32
2.1.4.4. Indikator Diferensiasi Produk.....	33
2.1.5. Kepuasan Konsumen.....	34
2.1.5.1. Definisi Kepuasan Konsumen .....	34
2.1.5.2. Fungsi Kepuasan Konsumen .....	35
2.1.5.3. Dimensi Kepuasan Konsumen.....	36
2.1.5.4. Indikator Kepuasan Konsumen.....	36
2.1.6. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	37
2.2. Kerangka Pemikiran.....	39
2.3. Hipotesis Penelitian.....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1. Metode Penelitian yang digunakan .....	49
3.2. Definisi dan Oprasionalisasi ariabel Penelitian.....	50
3.2.1. Definisi Variabel.....	50
3.2.2. Oprasionalisasi Variabel.....	52
3.3. Populasi dan Sampel .....	53
3.3.1. Populasi.....	53
3.3.2. Sampel.....	53
3.4. Sumber dan Teknik pengumpulan data .....	55
3.4.1. Sumber data.....	55
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.5. Teknik Analisis Data .....	58
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian.....	62

3.6.1. Tempat Penelitian.....	62
3.6.2. Waktu Penelitian .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	64
4.1.1. Gambaran Objek Penelitian .....	64
4.1.1.1. Profil Café Marlina Kopi.....	64
4.1.1.2. Visi dan Misi Café Marlina Kopi.....	65
4.1.1.3. Struktur Organisasi Café Marlina Kopi.....	65
4.1.2. Karakteristik Responden .....	68
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	69
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	70
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	71
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	72
4.1.3.1. Deskripsi Hasil Penelitian mengenai Kualitas Produk (X1) pada Café Marlina Kopi.....	72
4.1.3.2. Deskripsi Hasil Penelitian mengenai Diferensiasi Produk (X2) Café Marlina Kopi.....	84
4.1.3.3. Deskripsi Hasil Penelitian mengenai Kepuasan Konsumen (Y) pada Café Marlina Kopi .....	101
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis .....	113
4.1.4.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Marlina Kopi.....	113
4.1.4.2. Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Marlina Kopi.....	120
4.1.4.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Marlina Kopi.....	126
4.2. Pembahasan.....	135
4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Marlina Kopi.....	135
4.2.2. Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Marlina Kopi.....	138
4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Marlina Kopi.....	140
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>143</b>

5.1. SIMPULAN .....	143
5.2. SARAN .....	143

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen Marlina Kopi.....	7
Tabel 1.2	Data Hasil Pra Survey Kualitas Produk Kafe Marlina Kopi ....	9
Tabel 1.3	Data Hasil Pra Survey Diferensiasi Produk Marlina Kopi.....	11
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu .....	37
Tabel 3.1	Oprasionalisasi Variabel.....	52
Tabel 3.2	Jumlah Konsumen Café Marlina Kopi tahun 2024 .....	53
Tabel 3.3	Pilihan jawaban dan skor skala likert .....	57
Tabel 3.4	Pedoman Untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi.	59
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	63
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	69
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	70
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.5	Interprestasi Jawaban Responden.....	72
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi memiliki masa pakai yang lama .....	73
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk dari Café Marlina Kopi tetap enak dikonsumsi meskipun disimpan dalam jangka waktu tertentu.....	73
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi memiliki keunggulan yang menonjol dibanding produk sejenis .....	74
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk di Café Marlina Kopi memiliki cita rasa yang unik dan berbeda dari produk lainnya .....	75
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi memiliki performa yang konsisten .....	76
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk dari Café Marlina Kopi selalu sesuai dengan harapan konsumen dari segi rasa dan kualitas .....	76
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Marlina Kopi sesuai dengan deskripsi dan spesifikasi yang diberikan.....	78

Tabel 4.13	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk dari Café Marlina Kopi sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan .....	78
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi memiliki tampilan yang menarik secara visual .....	79
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tampilan produk di Café Marlina Kopi sangat menarik dan estetik .....	80
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk .....	81
Tabel 4.17	Klasifikasi Interval .....	83
Tabel 4.18	Interprestasi Jawaban Responden.....	84
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Ukuran produk Marlina Kopi sesuai dengan kebutuhan konsumen .....	85
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Bentuk produk di Café Marlina Kopi selalu tampil menarik dan modern .....	85
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi memiliki fitur yang unik dan berbeda dari produk sejenis .....	86
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk di Café Marlina Kopi memiliki fitur yang berbeda dari produk serupa di tempat lain .....	87
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen lebih sering membeli ulang produk Marlina Kopi karena kualitasnya yang tinggi.....	88
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kinerja karyawan Marlina Kopi selalu memenuhi harapan konsumen .....	89
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi memenuhi standar kualitas yang tinggi .....	90
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Marlina Kopi menyediakan produk yang relevan untuk berbagai segmen konsumen.....	90
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi memiliki daya tahan yang baik.....	91
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi memiliki daya tahan yang tinggi .....	92

Tabel 4.29	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Keandalan produk Marlina Kopi membuat konsumen lebih percaya diri dalam mengkonsumsinya .....	93
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi selalu dapat diandalkan oleh konsumen .....	94
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Desain produk Marlina Kopi menarik .....	95
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Marlina Kopi memiliki desain yang stylish dan modern .....	95
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Rancangan produk Marlina Kopi sangat inovatif dan praktis .....	96
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen puas dengan detail dan kualitas rancangan produk Marlina Kopi ....	97
Tabel 4.35	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Diferensiasi Produk .....	98
Tabel 4.36	Klasifikasi Interval .....	100
Tabel 4.37	Interprestasi Jawaban Responden.....	102
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Marlina Kopi selalu memberikan layanan dengan tepat waktu dan konsisten.....	102
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Café Marlina Kopi dapat diandalkan dalam setiap pembelian .....	103
Tabel 4.40	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Karyawan Marlina Kopi selalu cepat dalam merespons permintaan konsumen .....	104
Tabel 4.41	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Pelayanan di Café Marlina Kopi selalu tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan.....	105
Tabel 4.42	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen yakin dengan kualitas produk dan layanan Marlina Kopi.....	105
Tabel 4.43	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Café Marlina Kopi memberikan rasa aman dan kepercayaan saat saya melakukan pembelian .....	106
Tabel 4.44	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Karyawan Marlina Kopi menunjukkan komunikasi yang baik dan ramah .....	107

Tabel 4.45	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Café Marlina Kopi selalu memberikan pelayanan yang personal dan penuh perhatian .....	108
Tabel 4.46	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Lingkungan Marlina Kopi selalu bersih dan nyaman.....	109
Tabel 4.47	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Fasilitas yang disediakan oleh Café Marlina Kopi selalu bersih dan terawat dengan baik.....	109
Tabel 4.48	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk .....	110
Tabel 4.49	Klasifikasi Interval .....	112
Tabel 4.50	Tabulasi Hasil Perhitungan Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Café Marlina Kopi .....	113
Tabel 4.51	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	117
Tabel 4.52	Tabulasi Hasil Perhitungan Diferensiasi Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Café Marlina Kopi .....	120
Tabel 4.53	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	124
Tabel 4.54	Tabulasi Hasil Perhitungan Kualitas Produk (Variabel X <sub>1</sub> ) dan Diferensiasi Produk (Varabel X <sub>2</sub> ) dan Kepuasan Konsumen (Variabel Y) Cafe Marlina Kopi.....	127
Tabel 4.55	Interpretasi Koefisien Korelasi X1 dan X2 terhadap Y.....	133



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian .....	47
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian .....	150
Lampiran 2 Surat Balasan Ijin Penelitian.....	151
Lampiran 3 SK Penelitian .....	152
Lampiran 4 Kuisioner Penelitian.....	153
Lampiran 5 Jawaban Responden.....	159
Lampiran 6 T Tabel.....	172
Lampiran 7 F Tabel.....	177