

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN`	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	19
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	19
1.2.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	20
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	20
1.4.2 Manfaat Praktis	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	22
2.1 Kajian Pustaka	22
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	21
2.1.1.1 Fungsi Manajemen	23
2.1.1.2 Unsur-unsur Manajemen	25
2.1.1.3 Bidang-Bidang Manajemen.....	25
2.1.1.4 Tingkatan Manajemen.....	27
2.1.2 Manajemen Pemasaran	29
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	29

2.1.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran	29
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	31
2.1.2.4 <i>Marketing Mix</i>	33
2.1.2.5 Pemasaran Era Revolusi 4.0 dan Era <i>Society</i> 5.0	34
2.1.3 <i>Switching cost</i>	38
2.1.3.1 Pengertian <i>Switching cost</i>	38
2.1.3.2 Jenis-jenis <i>Switching cost</i>	39
2.1.3.3 Indikator <i>Switching cost</i>	41
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	42
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	42
2.1.4.2 Jenis-jenis Kualitas Pelayanan	44
2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	45
2.1.4.4 Indikator Kualitas Pelayanan	46
2.1.4.5 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	47
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	51
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	51
2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	52
2.1.5.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan ...	54
2.1.5.4 Manfaat Kepuasan.....	56
2.1.5.5 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	55
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	58
2.2 Kerangka Pemikiran	65
2.2.1 Pengaruh <i>Switching cost</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
2.2.3 Pengaruh <i>Switching cost</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	66

4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	104
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	106
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang Sering Dibeli	107
4.1.3	Deskripsi Variabel Yang Diteliti Tentang <i>Switching cost</i> Dan Kualitas Pelayanan Serta Kepuasan Pelanggan	108
4.1.3.1	Deskripsi Variabel Tentang <i>Switching cost</i> Pada Smesco <i>Mart</i> Ciamis	109
4.1.3.2	Deskripsi Variabel Tentang Kualitas Pelayanan Pada Smesco <i>Mart</i> Ciamis.....	120
4.1.3.3	Deskripsi Variabel Tentang Kepuasan Pelanggan Pada Smesco <i>Mart</i> Ciamis.....	135
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	160
4.1.4.1	Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Switching cost</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Smesco <i>Mart</i> Ciamis	160
4.1.4.2	Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Smesco <i>Mart</i> Ciamis	167
4.1.4.3	Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Switching cost</i> Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Smesco <i>Mart</i> Ciamis	175
4.2	Pembahasan	185
4.2.1	Pengaruh <i>Switching cost</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Smesco <i>Mart</i> Ciamis	185
4.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Smesco <i>Mart</i> Ciamis	189

4.2.3 Pengaruh <i>Switching cost</i> Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Smesco Mart Ciamis	192
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	195
5.1 Simpulan	195
5.2 Saran	195
DAFTAR PUSTAKA	199
LAMPIRAN	