

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan	18
1.2.1 Identifikasi Masalah	18
1.2.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.4.1 Manfaat Teoritis	20
1.4.2 Manfaat Praktis	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	22
2.1 Kajian Pustaka	22
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	22
2.1.1.1 Definisi Manajemen	22
2.1.1.2 fungsi Manajemen	23
2.1.1.3 Tujuan Manajemen.....	24
2.1.1.4 Tingkatan Manajemen.....	26
2.1.1.5 Prinsip – prinsip Manajemen.....	27
2.1.1.6 Manajemen Modern	29
2.1.2 Manajemen Pemasaran	31
2.1.2.1 Definisi Manajemen	31
2.1.2.2 Fungsi Fungsi Pemasaran.....	33
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran	34
2.1.2.4 Prinsip Prinsip Manajemen Pemasaran	35
2.1.2.5 Strategi Pemasaran	36
2.1.3 Kajian Variabel Yang Diteliti	37
2.1.3.1 Cita Rasa.....	37
2.1.3.2 Indikator cita rasa	39
2.1.3.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Cita Rasa	40
2.1.3.4 Aspek Cita Rasa	42
2.1.3.5 Komponen-Komponen dari Cita Rasa	44
2.1.3.6 Kecepatan Layanan	45
2.1.3.6 Indiktor Kecepatan Layanan	46
2.1.3.7 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kecepatan Layanan	47
2.1.3.8 Manfaat Kecepatan Layanan	48

2.1.3.9 Tujuan Kecepatan Layanan	49
2.1.3.8 Loyalitas Pelanggan	50
2.1.3.9 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	51
2.1.3.10 Tujuan Loyalitas Pelanggan.....	53
2.1.3.11 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	54
2.1.3.12 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	55
2.1.3.13 Manfaat Loyalitas Pelanggan	57
2.1.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	59
2.2 Kerangka Pemikir	61
2.2.3 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan	61
2.2.4 Pengaruh Kecepatan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
2.2.5 Pengaruh Cita Rasa Dan Kecepatan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	63
2.3 Hipotesis Penelitian	65
BAB III METODE PENELITIAN	67
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	67
3.2 Definisi Dan Operasionalisasi Variabel.....	68
3.2.1 Definisi Variabel.....	68
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	70
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	71
3.3.1 Populasi.....	71
3.3.2 Sampel	72
3.4 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.4.1 Sumber Data	74
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.5 Teknik Analisis Data.....	78
3.5.1 Analisis Deskriptif	79
3.5.2 Analisis Asosiatif/Verifikatif.....	82
3.5.2.1 Pengaruh Cita Rasa (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (X2) dan Pengaruh Kecepatan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) ...	82
3.5.2.2 Pengaruh Cita Rasa (X1) dan Kecepatan Layanan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	86
3.6 Tempat Dan Waktu Penelitian	89
3.6.1 Tempat Penelitian	89
3.6.2 Waktu Penelitian.....	90
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	91
4.1 Hasil Penelitian	91
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	91
4.1.1.1 Profil CV Macakal Agro Gumilang	91
4.1.2 Visi Dan Misi CV Macakal Agro Gumilang	92
4.1.2.1 Visi CV Macakal Agro Gumilang	92

4.1.2.2 Misi CV Macakal Agro Gumilang	93
4.1.3 Struktur Organisasi CV Macakal Agro Gumilang.....	93
4.1.4 Uraian Pekerjaan CV Macakal Agro Gumilang	94
4.1.5 Karakteristik Responden	97
4.1.5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	97
4.1.5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	99
4.1.5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	100
4.1.5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	102
4.1.5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.....	103
4.1.5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Dibeli.....	105
4.1.5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Pengiriman	106
4.1.6 Deskripsi Variabel Yang Diteliti	107
4.1.6.1 Hasil Penelitian Tentang Cita Rasa pada CV Macakal Agro Gumilang	108
4.1.6.2 Hasil Penelitian Kecepatan Layanan pada CV Macakal Agro Gumilang	125
4.1.6.3 Hasil Penelitian Loyalitas Pelanggan Pada CV Macakal Agro Gumilang	140
4.2 Hasil Pengujian Hipotesis	161
4.2.1 Pengaruh Cita Rasa Dan Kecepatan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV Macakal Agro Gumilang	161
4.3 Pembahasan	183
4.3.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV Macakal Agro Gumilang.....	183
4.3.2 Pengaruh Kecepatan Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV Macakal Agro Gumilang	186
4.3.3 Pengaruh Cita Rasa dan Kecepatan Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV Macakal Agro Gumilang	188
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	192
5.1 Simpulan	192
5.2 Saran	193
DAFTAR PUSTAKA.....	195
LAMPIRAN	201