DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR ..... **i**

DAFTAR ISI ..... **iii**

DAFTAR TABEL ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR ..... **ix**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 13

1.2.1 Identifikasi Masalah 13

1.2.2 Rumusan Masalah 15

1.3 Tujuan Penelitian 15

1.4 Manfaat Penelitian 15

1.4.1 Manfaat 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 Manajemen 17

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 17

2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen 19

2.1.1.3 Tujuan Manajemen 21

2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen 22
2.1.2 Manajemen Pemasaran 24
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran 24
2.1.2.2 Fungsi Pemasaran 26
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran..... 27
2.1.2.4 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran 28
2.1.2.5 Strategi Pemasaran 31
2.1.2.6 *Pemasaran Digital (*Digital Marketing) 33
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti..... 35
2.1.3.1 *Customer Response Time* (Waktu Tanggap)..... 35
2.1.3.1.1 Pengertian *Customer Response Time* 35
2.1.3.1.2 Jenis-Jenis *Customer Response Time* 36
2.1.3.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Customer Response Time* 37
2.1.3.1.4 Indikator *Customer Response Time*..... 38
2.1.3.2 Kualitas Komunikasi Digital..... 40
2.1.3.2.1 Pengertian Komunikasi Digital 40
2.1.3.2.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi Digital 41
2.1.3.2.3 Jenis-Jenis Komunikasi Digital 43
2.1.3.2.4 Indikator Kualitas Komunikasi Digital ... 44
2.1.3.3 Kepuasan Pelanggan 46
2.1.3.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan 46
2.1.3.3.2 Komponen Kepuasan Pelanggan..... 48

2.1.3.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan 48
2.1.3.3.4 Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan 49
2.1.3.3.5 Indikator Kepuasan Pelanggan 51
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan 53
2.2 Kerangka Pemikiran 55
2.3 Hipotesis 61
BAB III METODE PENELITIAN 62
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan 62
3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel 63
3.2.1 Definisi Variabel 63
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 65
3.3 Populasi dan Sampel 66
3.3.1 Populasi 66
3.3.2 Sampel Penelitian 67
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data 69
3.4.1 Sumber Data 69
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 70
3.5 Teknik Analisis Data 72
3.5.1 Analisis Deskriptif 72
3.5.2 Analisis Verifikatif 75
3.6 Tempat dan waktu Penelitian 85
3.6.1 Tempat Penelitian 85
3.6.2 Waktu Penelitian 85

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 88

4.1 Hasil Penelitian 88

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 88

4.1.1.1 Profil Toko AHJM Farm 88

4.1.1.2 Visi dan Misi Toko AHJM Parm 89

4.1.1.3 Struktur Organisasi dan *Job* Deskripsi Toko AHJM Farm 89

4.1.1.4 Karakteristik Responden 92

4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti 96

4.1.2.1 Hasil Penelitian tentang *Customer Response Time* pada Toko Pertanian Online AHJM Farm 96

4.1.2.2 Hasil Penelitian tentang Kualitas Komunikasi Digital pada Toko Pertanian Online AHJM Farm ... 109

4.1.2.3 Hasil Penelitian tentang Kepuasan Pelanggan pada Toko Pertanian Online AHJM Farm 122

4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis 135

4.1.3.1 Pengaruh *Customer Response Time* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Pertanian Online AHJM Farm 135

4.1.3.2 Pengaruh Kualitas Komunikasi Digital terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Pertanian Online AHJM Farm 140

4.1.3.3 Pengaruh *Customer Response Time* dan Kualitas Komunikasi Digital terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Pertanian Online AHJM Farm..... 145

4.2 Pembahasan 154

4.2.1 Pengaruh *Customer Response Time* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Pertanian Online AHJM Farm..... 154

4.2.2 Pengaruh Kualitas Komunikasi Digital terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Pertanian Online AHJM Farm..... 157

4.2.3 Pengaruh *Customer Response Time* dan Kualitas Komunikasi Digital terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Pertanian Online AHJM Farm 159

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 163

5.1 Simpulan 163

5.2 Saran 164

DAFTAR PUSTAKA 166

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hasil Pra Survei tentang Kepuasan Pelanggan pada Toko Pertanian Online AHJM Farm..... 8

Tabel 1.2 Data Hasil Pra Survei tentang *Customer Response Time* pada Toko Pertanian Online AHJM Farm 10

Tabel 1.3 Data Hasil Pra Survei tentang Kualitas Komunikasi Digital pada Toko Pertanian Online AHJM Farm..... 12

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan..... 53

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel..... 65

Tabel 3.2 Penjualan Toko Pertanian Online AHJM Farm 66

Table 3.3 Skala Likert 71

Tabel 3.4 Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi 77

Tabel 3.5 Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi 80

Tabel 3.6 Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi 83

Tabel 3.7 Jadwal Kegiatan Penelitian 86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian 60