

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
ABSTRAK.....	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	9
1. Identifikasi Masalah.....	9
2. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Secara Teoritis.....	10
2. Manfaat Secara Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	11
B. Konsep dan Teori.....	16
1. Grand Teori.....	16
a. Pengertian Manajemen.....	16
b. Tujuan Manajemen.....	19
c. Fungsi Manajemen.....	20
2. Middle Teori.....	21
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	21
b. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	23

c. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	23
d. Manfaat Manajemen Pemasaran.....	24
C. Pengaruh kualitas Pelayanan.....	24
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
2. Fungsi Kualitas Pelayanan.....	25
3. Tujuan Kualitas pelayanan.....	25
4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	26
D. Pengaruh Promosi.....	26
1. Pengertian Promosi.....	27
2. Bauran Promosi.....	27
3. Tujuan Promosi.....	29
4. Dimensi Promosi.....	30
E. Pengaruh Strategi Pemasaran.....	31
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	31
2. Fungsi Strategi Pemasaran.....	31
3. Faktor-Faktor Strategi Pemasaran.....	32
4. Dimensi Strategi Pemasaran.....	33
5. Indikator Strategi Pemasaran.....	33
F. Pengaruh Keputusan Pembelian.....	34
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	34
2. Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	34
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	35
4. Dimensi keputusan Pembelian.....	36
5. Indikator Keputusan Pembelian.....	37
G. Kerangka Berpikir.....	39
H. Hipotesis.....	40
BAB II METODE PENELITIAN.....	41
A. Metode dan Pendekatan Penelitian.....	41
1. Metode Penelitian.....	41
2. Pendekatan penelitian.....	41
B. Jenis dan Sumber Data.....	41

1. Jenis Data.....	41
2. Sumber Data.....	42
3. Populasi dan Sample.....	42
a. Populasi.....	42
b. Sample.....	42
C. Operasional Variabel.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
1. Kuesioner.....	46
2. Wawancara.....	47
E. Teknik Analisa Data.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Realibilitas.....	49
3. Uji Determinasi.....	50
4. Uji Hipotesis.....	51
a. Uji t (Parsial).....	51
b. Uji f (Simultan).....	51
F. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Kedai kopi Kedua Cibiru Bandung.....	54
1. Sejarah Singkat.....	54
2. Visi Misi.....	55
3. Struktur Organisasi.....	55
4. Logo.....	56
B. Deskriptif Hasil Penelitian.....	57
1. Analisis Karakteristik Responden.....	57
2. Deskriptif hasil Penelitian Responden.....	59
C. Hasil Penelitian.....	65
1. Uji Validitas.....	65
2. Uji Realibilitas.....	67
3. Uji Koefisien Determinasi.....	68
4. Uji Hipotesis.....	69

a. Uji t (Parsial).....	69
b. Uji f (Simultan).....	73
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
3. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan pembelian.....	78
4. Pengaruh Kualitas pelayanan dan Promosi serta Strategi pemasaran terhadap Keputusan Pembelian.....	79
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	86

