

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI	iv
RIWAYAT HIDUP	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Kerangka Pemikiran.....	7
G. Hipotesis Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Manajemen	15
1. Pengertian Manajemen	15
2. Fungsi-fungsi Manajemen	15
3. Bentuk-bentuk Manajemen	17
B. Manajemen Pemasaran	18
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	18
2. Jenis-jenis Manajemen Pemasaran	19
3. Tujuan Manajemen Pemasaran	20
C. Kualitas Pelayanan	20
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	20

2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	21
D. Promosi.....	22
1. Pengertian Promosi.....	22
2. Tujuan Promosi	23
3. Jenis Promosi.....	24
E. Kepuasan Konsumen	25
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	25
2. Faktor Utama Kepuasan Konsumen.....	26
3. Mengukur kepuasan pelanggan	27
4. Manfaat kepuasan konsumen	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Metodologi Penelitian	29
B. Populasi dan Sampel.....	30
1. Sampel.....	30
2. Populasi	30
C. Jenis data	31
1. Data Primer.....	31
2. Data Sekunder	32
D. Variabel Penelitian	32
1. Variabel Independen.....	32
2. Variabel Dependen	32
E. Teknik Pengumpulan Data	35
1. Observasi	35
2. Wawancara	35
3. Kuesioner (Angket)	36
F. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Analisis Deskriptif.....	36
2. Uji Instrumen Penelitian	37
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	41
4. Uji Hipotesis	42
G. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	46
1. Tempat Penelitian	46
2. Waktu Penelitian	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Perusahaan	48
1. Profil Ramen Bajuri Cabang Jatinangor	48
2. VISI MISI	48
B. Analisis Karakter Responden	49
1. Hasil Penyebaran Kuesioner	49
2. Profil Responden	49
C. Hasil Instrumen Penelitian	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Realibilitas	55
3. Uji Korelasi	56
D. Analisis Deskriptif	58
1. Statistik Deskriptif	58
2. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	60
3. Tanggapan Responden Mengenai Promosi	62
4. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	64
E. Uji Hipotesis	67
1. Analisis Regresi Linier Berganda	67
2. Uji Parsial (Uji T)	68
3. Uji Simultan (Uji F)	70
4. Koefisien Determinasi (R^2)	71
F. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	72
2. Pengaruh Promosi (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	73
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	75
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	82