

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	11
1.5.1 Lokasi	11
1.5.2 Lamanya Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pengertian Administrasi Bisnis	12
2.2 Pemasaran	14
2.2.1 Pengertian Pemasaran	14
2.2.2 Tujuan dan Fungsi Pemasaran	15
2.2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.2.4 Pengertian Bauran Pemasaran	18
2.1.5 Unsur Bauran Pemasaran	19
2.2 Keunggulan Bersaing	23
2.2.1 Pengertian Keunggulan Bersaing	23
2.2.3 Indikator Keunggulan Bersaing	25

2.2.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing	26
2.2.4 Strategi Peningkatan Keunggulan Bersaing	27
2.2.5 Cara Menentukan Keunggulan Bersaing	28
2.3 Hubungan Antara Bauran Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing	29
2.4 Penelitian Terdahulu	30
2.5 Kerangka Pemikiran	34
2.6 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian	40
3.1.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	42
3.2.1 Variabel Penelitian	42
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	48
3.4 Teknik Analisis Data	49
3.4.1 Uji Validitas Instrumen	49
3.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen	50
3.4.3 Persamaan Regresi Linier Sederhana	52
3.4.4 Analisis Korelasi Rank Spearman	53
3.4.5 Analisa Koefisiensi Determinasi	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Bahagia Kopi 2.0	55
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Bahagia Kopi	55
4.1.2 Visi dan Misi Bahagia Kopi	56
4.1.3 Struktur Organisasi	56
4.1.4 Uraian Tugas	57
4.1.5 Gambaran Umum Data Responden Bahagia Kopi 2.0	58
4.2 Bauran Pemasaran pada Bahagia Kopi 2.0	60
4.2.1 Kondisi Bauran Pemasaran Bahagia Kopi 2.0	60
4.2.2 Analisis Skor Variabel X	81

4.3 Keunggulan Bersaing pada Bahagia Kopi 2.0	84
4.3.1 Kondisi Keunggulan Bersaing Kopi 2.0	84
4.3.2 Analisis Skor Variabel Y	93
4.4 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing	95
4.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian	95
4.5 Hambatan dan usaha yang Dihadapi Bahagia Kopi 2.0	105
4.5.1 Hambatan yang dihadapi Bahagia Kopi 2.0	105
4.5.2 Usaha yang dilakukan Bahagia Kopi 2.0	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	108
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	108
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Beberapa coffee shop yang berlokasi berdekatan di Kota Bandung.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	41
Tabel 3.2 Pemberian Nilai Skala Likert.....	46
Tabel 4.1 Gambaran responden berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Gambaran Respoden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Jawaban Responden Mengenai Poduk Memenuhi Kepuasan Konsumen.....	60
Tabel 4.4 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk Baik.....	61
Tabel 4.5 Jawaban responden Mengenai Harga Sebanding Dengan Produk yang Ditawarkan	63
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Diskon Sudah Memuaskan Konsumen	64
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Promosi yang dilakukan Bahagia Kopi Sudah Maksimal.....	66
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Lokasi Strategis.....	67
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Lokasi Bahagia Kopi Dapat Dilalui Kendaraan Umum	68
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Tempat Parkir Memadai	69
Tabel 4.11 Jawaban Responden Mengenai Ruangan Bahagia Kopi Nyaman.....	71
Tabel 4.12 Jawaban Responden Mengenai Peralatan dan Alat Makan Bersih	72
Tabel 4.13 Jawaban Responden Mengenai Sikap Karyawan Bahagia Kopi dalam Melayani Konsumen	73
Tabel 4.14 Jawaban Responden Mengenai Pelayan Cepat Tanggap Melayani Konsumen	75
Tabel 4.15 Jawaban Responden Mengenai Proses Penyajian Produk Cepat.....	76
Tabel 4. 16 Resume Jawaban Kuesioner Variabel X (Bauran Pemasaran)	78
Tabel 4.17 Nilai Bobot Standar Variabel	79
Tabel 4.18 Jawaban Responden Mengenai Harga Lebih Murah Dibandingkan Pesaing	81

Tabel 4.19 Jawaban Responden Mengenai Bahagia Kopi Sudah Menerapkan Biaya Rendah Dibandingkan Pesaing	82
Tabel 4.20 Jawaban Responden Mengenai Jenis Menu Lebih Bervariasi Dibandingkan Pesaing	84
Tabel 4.21 Jawaban Responden Mengenai Produk Bahagia Kopi Tidak Sama Dengan Pesaing	85
Tabel 4.22 Jawaban Responden Mengenai Bahagia Kopi Mampu Bersaing Dengan Bisnis Sejenis	86
Tabel 4.23 Resume Jawaban Kuesioner Variabel Y (Keunggulan Bersaing).....	87
Tabel 4.24 Nilai Bobot Standar Variabel X.....	88
Tabel 4.25 Hasil Analisis Item variabel.....	90
Tabel 4.26 Hasil Analisis Validitas Item Variabel Y	91
Tabel 4.27 Tabulasi Realibilitas Berdasarkan Rumus Alpha Cronbach Intrumen X & Y	93
Tabel 4.28 Koefisiensi.....	95
Tabel 4.29 Nonparametric Correlation.....	98
Tabel 4.30 Koefisien Determinasi	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3. 1 Gambar Paradigma Penelitian	38
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	55
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel X.....	79
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Variabel Y.....	89
Gambar 4.4 Paradigma Penelitian	100