

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	14
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	14
1.5.1 Lokasi Penelitian .....	14
1.5.2 Lamanya Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR .....</b>	<b>17</b>
2.1 Konsep Administrasi Bisnis .....	17
2.1.1 Pengertian Administrasi.....	17
2.1.2 Pengertian Bisnis .....	17
2.1.3 Ilmu Administrasi Bisnis .....	18
2.2 Pemasaran.....	19
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
2.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	21
2.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran .....	22
2.2.4 Bauran Pemasaran .....	23
2.3 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko).....	24
2.3.1 Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>Store Atmosphere</i> .....	25

2.3.2 Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....	26
2.4 Kualitas Produk .....	29
2.4.1 Faktor-Faktor yang Dapat Memengaruhi Kualitas Produk.....	30
2.4.2 Indikator Kualitas Produk .....	30
2.5 Kepuasan Konsumen.....	31
2.5.1 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen .....	32
2.5.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	33
2.6 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen.....	33
2.6.1 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Kepuasan Konsumen .....	33
2.6.2 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen .....	34
2.6.3 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen .....	35
2.7 Penelitian Terdahulu.....	36
2.8 Kerangka Pemikiran.....	39
2.8.1 <i>Store Atmosphere</i> .....	39
2.8.2 Kualitas Produk .....	40
2.8.3 Kepuasan Konsumen .....	41
2.9 Hipotesis Penelitian.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Metode Penelitian.....	45
3.1.1 Paradigma Penelitian .....	45
3.1.2 Metode Penelitian .....	46
3.1.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	47
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.2.1 Data Primer .....	50
3.2.2 Data Sekunder.....	53
3.3 Uji Instrumen Penelitian.....	54
3.3.1 Uji Validitas Instrumen .....	54
3.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	55
3.4 Uji Asumsi Klasik .....	56
3.4.1 Uji Normalitas Data .....	57
3.4.2 Uji Multikolinearitas.....	57
3.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	58
3.5 Teknik Analisis Data .....	58
3.5.1 Analisis Skor Variabel .....	58

3.5.2 Regresi Linear Berganda .....	60
3.5.3 Koefisien Determinasi .....	61
3.5.4 Pengujian Hipotesis .....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	64
4.1.1 Gambaran Umum Marlina Kopi .....	64
4.1.2 Visi dan Misi Marlina Kopi .....	65
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Marlina Kopi .....	65
4.1.4 Karakteristik Responden Marlina Kopi Majalengka .....	67
4.2 Pelaksanaan <i>Store Atmosphere</i> , Kualitas Produk dan Kondisi Kepuasan Konsumen pada Marlina Kopi Majalengka .....	69
4.2.1 Pelaksanaan <i>Store Atmosphere</i> Marlina Kopi Majalengka.....	69
4.2.2 Analisis Skor Variabel X <sub>1</sub> ( <i>Store Atmosphere</i> ).....	101
4.2.3 Pelaksanaan Kualitas Produk Marlina Kopi Majalengka .....	104
4.2.4 Analisis Skor Variabel X <sub>2</sub> (Kualitas Produk).....	129
4.2.5 Kondisi Kepuasan Konsumen Marlina Kopi Majalengka .....	131
4.2.6 Analisis Skor Variabel Y (Kepuasan Konsumen) .....	139
4.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada Marlina Kopi Majalengka .....	141
4.3.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	141
4.3.2 Analisis Data .....	143
4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Marlina Kopi Majalengka .....	144
4.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	144
4.4.2 Analisis Data.....	146
4.5 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Marlina Kopi Majalengka .....	147
4.5.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	147
4.5.2 Analisis Data.....	149
4.6 Hambatan dan Upaya yang Dilakukan Marlina Kopi Majalengka ..	157
4.6.1 Hambatan .....	157
4.6.2 Upaya .....	158
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>160</b>
5.1 Kesimpulan.....	160
5.2 Saran.....	163
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>165</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>168</b>