

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR RIWAYAT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan penelitian	14
1.5 Lokasi dan Lama Penelitian	17
1.5.1 Lokasi Penelitian	17
1.5.2 Lamanya Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	19
2.1 Konsep Administrasi Dan Administrasi Bisnis	19
2.1.1 Pengertian Administrasi.....	19
2.1.1 Pengertian Bisnis	20
2.1.3 Pengertian Administrasi Bisnis.....	21
2.2 Pemasaran.....	22
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	22
2.2.2 Tujuan Pemasaran.....	23
2.2.3 Fungsi Pemasaran	23
2.2.4 Pengertian Bauran pemasaran.....	24
2.2.5 Unsur- unsur Bauran Pemasaran.....	25

2.3 Inovasi Produk.....	26
2.3.1 Jenis-jenis Inovasi Produk	27
2.3.2 Indikator-indikator Inovasi Produk.....	27
2.4 Kualitas Pelayanan	28
2.4.1 Manfaat Kualitas Pelayanan	29
2.4.2 Indikator-indikator Kualitas Pelayanan	30
2.5 Keputusan Pembelian Ulang	30
2.5.1 Faktor-faktor dalam Keputusan Pembelian Ulang.....	31
2.5.2 Indikator-indikator Keputusan Pembelian Ulang	32
2.6 Penelitian Terdahulu	32
2.7 Kerangka Berfikir	35
2.8 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Metode Penelitian.....	42
3.1.1 Paradigma Penelitian	43
3.1.2 Metode Penelitian Yang Digunakan	44
3.2 Variabel Penelitian & Operasional Variabel	44
3.2.1 Variabel Penelitian	45
3.2.2 Operasional Variabel.....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4 Teknik Analisis Data.....	53
3.4.1 Analisis Deskriptif	54
3.4.2 Uji Validitas	55
3.4.3 Uji Reliabilitas	56
3.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.4.5 Uji Hipotesis	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Kopi Cantel Progo Di Kota Bandung	67
4.1.1 Profil Perusahaan	67
4.1.2 Visi Dan Misi Kopi Cantel Progo Di Kota Bandung.....	69
4.1.3 Sruktur Organisasi	70
4.1.4 Uraian Tugas	70
4.1.5 Karakteristik Responden.....	72
4.1.6 Karateristik Responden Jenis Kelamin.....	72

4.1.7 Karakteristik Berdasarkan Usia	73
4.2 Kondisi Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian Ulang di Kopi Cantel Progo Kota Bandung	74
4.2.1 Pelaksanaan Inovasi Produk di Kopi Cantel Progo	74
4.2.2 Pelaksanaan Kualitas Pelayanan Di Kopi Cantel Progo	101
4.2.3 Pelaksanaan Keputusan Pembelian Ulang Di Kopi Cantel Progo	129
4.3 Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Kopi Cantel Progo	153
4.3.1 Analisis Instrumen Penelitian	153
4.3.2 Analisis Data	161
4.4 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Kopi Cantel Progo Kota Bandung	176
4.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Kopi Cantel Progo Kota Bandung	177
4.6 Analisis Hambatan dan Upaya yang Perlu diLakukan	178
4.6.1 Analisis Hambatan	178
4.6.2 Analisis Upaya-Upaya Yang Perlu Dilakukan	180
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	181
5.1 Kesimpulan	181
5.2 Saran	185
5.2.1 Bagi Perusahaan (Manajemen Kopi Cantel Progo)	185
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	186
DAFTAR PUSTAKA	188
LAMPIRAN- LAMPIRAN	190

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pesaing Dari Kopi Cantel Progo Di Kota Bandung	7
Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian Ulang	9
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Inovasi Produk	10
Tabel 1.4 Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan	11
Tabel 1.5 Jadwal Penelitian Dan Lamanya Penelitian	18
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasional Variable	47
Tabel 3.2 Skala Likert	53
Tabel 4.1 Responden Jenis Kelamin	74
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4.3 Responden Mengenai Pembauran Rasa Dan Varian Menu	78
Tabel 4.4 Responden Mengenai Produk Menghadirkan Konsep Yang Berbeda	80
Tabel 4.5 Responden Mengenai Produk Memiliki Tampilan Yang Lebih Menarik Dibanding Pesaing Lain	82
Tabel 4.6 Responden Mengenai Produk Memiliki Ciri Khas Tersendiri	84
Tabel 4.7 Responden Mengenai Produk Mudah Dibedakan Dari Pesaing	86
Tabel 4.8 Responden Mengenai Produk Memiliki Daya Tarik Yang Berbeda Disbanding Coffee Shop Lain.....	88
Tabel 4.9 Mengenai Produk Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen.....	90
Tabel 4.10 Responden Mengenai Produk Memberikan Manfaat Sesuai Harapan	91
Tabel 4.11 Responden Mengenai Produk Memberikan Pengalaman Yang Memuaskan	93
Tabel 4.12 Responden Mengenai Produk Memiliki Kualitas Lebih Baik Disbanding Pesaing	95
Tabel 4.13 Responden Mengenai Nilai Tambah Bagi Konsumen	97
Tabel 4.14 Responden Mengenai Produk Lebih Unggul Dibanding Produk Sejenis.....	99
Tabel 4.15 Resume Jawaban Kuesioner Variable X1	101

Tabel 4.16 Nilai Bobot Standar Variable X1	102
Tabel 4.17 Responden Megenai Pelayanan Yang Akurat.....	106
Tabel 4.18 Responden Mengenai Kesesuaian Pelayanan	108
Tabel 4.19 Responden Mengenai Konsisten Pelayanan.....	110
Tabel 4.20 Responden Mengenai Kesigapan Karyawan.....	113
Tabel 4.21 Reponden Mengenai Tanggapan Terhadap Keluhan Konsumen	115
Tabel 4.22 Responden Mengenai Tambahan Konsumen Ditanggapi Dengan Segera.....	117
Tabel 4.23 Responden Mengenai Memiliki Pengetahuan Yang Baik	119
Tabel 4.24 Responden Mengenai Pengetahuan Karyawan	121
Tabel 4.25 Responden Mengenai Profesionalisme Karyawan	122
Tabel 4.26 Responden Mengenai Karyawan Bersikap Ramah Dan Sopan	124
Tabel 4.27 Responden Mengenai Kepekaan Karyawan.....	126
Tabel 4.28 Responden Mengenai Sikap Karyawan.....	128
Tabel 4.29 Resume Jawaban Kuesioner Variable X2.....	129
Tabel 4.30 Nilai Bobot Standar X2	130
Tabel 4.31 Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan.....	134
Tabel 4.32 Responden Mengenai Kesesuaian Harapan	136
Tabel 4.33 Responden Mengenai Harga	138
Tabel 4.34 Responden Mengenai Manfaat.....	141
Tabel 4.35 Responden Mengenai Pemilihan Merek	144
Tabel 4.36 Responden Mengenai Kepercayaan Merek.....	146
Tabel 4.37 Responden Mengenai Pelayanan Mendorong Pembelian Ulang ...	149
Tabel 4.38 Responden Mengenai Pengalaman Positif Untuk Membeli Kembali.....	151
Tabel 4.39 Resume Jawaban Kuesioner Variable Y	152
Tabel 4.40 Nilai Bobot Standar Variable Y	154
Tabel 4.41 Hasil Uji Validitas Variable Inovasi Produk.....	157
Tabel 4.42 Hasil Uji Validitas Variable Kualitas Pelayanan	159
Tabel 4.43 Hasil Uji Validitas Variable Keputusan Pembelian Ulang	160
Tabel 4.44 Hasil Uji Reliabilitas X1	162

Tabel 4.45 Hasil Uji Reliabilitas X2	162
Tabel 4.46 Hasil Uji Reliabilitas Y	162
Tabel 4.47 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel	162
Tabel 4.48 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	164
Tabel 4.49 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	167
Tabel 4.50 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	170
Tabel 4.51 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	173
Tabel 4.52 Hasil Uji Normalitas.....	175
Tabel 4.53 Hasil Uji Multikolinearitas	176

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Komsumsi Kopi Di Dunia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 3.1 Paradigma Penelitian.....	45
Gambar 4.1 Logo Kopi Cantel.....	68
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kopi Cantel Progo Di Kota Bandung.....	71
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variable X1.....	103
Gambar 4.4 Garis Kontinum Variable X2.....	131
Gambar 4.5 Garis Kontinum Variable Y.....	154
Gambar 4.6 Paradigma Penelitian Berdasarkan Koefesiensi Determinasi.....	168
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	178

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	190
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	192
Lampiran 3. Hasil Kuesioner (Angket).....	195
Lampiran 4 Hasil Output Spss.....	203
Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian.....	208
Lampiran 6 Dokumentasi.....	210