

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| DAFTAR ISI | i |
| DAFTAR TABEL | iv |
| DAFTAR GAMBAR | v |
| DAFTAR GRAFIK | vi |
| DAFTAR LAMPIRAN | vii |
| Bab I . Pendahuluan | |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Batasan Masalah | 7 |
| 1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5. Kegunaan Penelitian | 7 |
| 1.6. Sistematika Penulisan | 8 |
| Bab II. Deskripsi Perusahaan | |
| 2.1. Profil Perusahaan | 10 |
| 2.1.1. Sejarah PT. Fajar Mas Murni | 10 |
| 2.1.2. Lingkup Bidang Usaha | 10 |
| 2.1.3. Visi, Misi, Tujuan & Nilai-nilai | 12 |
| 2.1.4. Struktur organisasi | 14 |
| 2.1.5. Sumber Daya | 15 |
| 2.2. Tantangan Bisnis | 16 |
| 2.2.1. Proses bisnis | 16 |
| 2.2.2. Kompetitor | 18 |
| Bab III. Kajian Pustaka, Rerangka Pemikiran dan Hipotesis | |
| 3.1. Kajian Pustaka | 20 |
| 3.1.1. Pemasaran | 20 |
| 3.1.2. Pelanggan | 20 |
| 3.1.3. Kepuasan Pelanggan | 21 |

| | | |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1.4. | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan | 25 |
| 3.1.5. | Kinerja | 26 |
| 3.1.6. | Penilaian Kinerja | 27 |
| 3.1.7. | Kompetensi | 30 |
| 3.1.8. | Hubungan kompetensi, kinerja dan kepuasan pelanggan | 32 |
| 3.2. | Rerangka Pemikiran | 35 |
| 3.3. | Hipotesis Penelitian | 36 |
| Bab IV. Metodologi Penelitian | | |
| 4.1. | Lokasi dan Waktu Penelitian | 37 |
| 4.2. | Desain Penelitian | 37 |
| 4.3. | Populasi dan Sampel | 37 |
| 4.4. | Metode dan Prosedur Pengumpulan Data | 38 |
| 4.4.1. | Cara Pengumpulan Data | 39 |
| 4.4.2. | Penelitian Kepustakaan | 39 |
| 4.5. | Variabel Penelitian | 40 |
| 4.5.1. | Klasifikasi Variabel | 40 |
| 4.5.2. | Operasional Variabel | 40 |
| 4.5.3. | Atribut-atribut | 42 |
| 4.6. | Metode Analisis Data | 46 |
| Bab V. Hasil Penelitian | | |
| 5.1. | Profil Responden | 47 |
| 5.2. | Validitas dan Reliabilitas | 47 |
| 5.3. | Kompetensi Tenaga Pemasaran | 49 |
| 5.4. | Kinerja Tenaga Pemasaran | 52 |
| 5.5. | Kepuasan Pelanggan | 55 |
| 5.6. | Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Tenaga Pemasaran | 61 |
| 5.6.1. | Uji Asumsi Klasik Kompetensi Tenaga Pemasaran Terhadap Kinerja Tenaga Pemasaran | 61 |

| | | |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5.6.2. | Analisis Hasil Uji Regresi Berganda Kompetensi Terhadap Kinerja Tenaga Pemasaran | 63 |
| 5.7. | Pengaruh Kinerja Tenaga Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan | 66 |
| 5.7.1. | Uji Asumsi Klasik Kinerja Tenaga Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan | 66 |
| 5.7.2. | Analisis Hasil Uji Regresi Berganda Kinerja Terhadap Kepuasan Pelanggan | 68 |
| BAB VI. Kesimpulan dan Saran | | |
| 6.1. | Kesimpulan | 73 |
| 6.2. | Saran | 74 |

