

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Kegunaan Penelitian.....	9
1.7 Landasan Teori dan Kerangka Pemikiran	10
1.7.1 Pengertian Manajemen.....	10
1.7.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
1.7.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
1.7.4 Pengertian Loyalitas Konsumen	13
1.7.5 Kerangka Pemikiran.....	14
1.8 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	15
1.9 Hipotesis.....	16
1.10 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PARADIGMA PENELITIAN.....	18
2.1 Pengertian Manajemen.....	18
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	20
2.2 Pengertian Loyalitas Pelanggan	23
2.2.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan	25
2.2.2 Tahap Loyalitas Pelanggan	26
2.3 Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi dengan Loyalitas Konsumen.....	27
2.3.1 Pengaruh Produk dengan Loyalitas Konsumen	27
2.3.2 Pengaruh Harga dengan Loyalitas Konsumen	28
2.3.3 Pengaruh Tempat dengan Loyalitas Konsumen	28
2.3.4 Pengaruh Promosi dengan Loyalitas Konsumen	29
2.4 Paradigma Penelitian.....	30
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.2.1 Metode Ilmiah.....	31
3.2.2 Metode yang Digunakan.....	31
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	34
3.3.1 Definisi Variabel.....	34
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	36
3.4.1 Jenis Data	36
3.4.2 Sumber Data.....	36
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.4.4 Prosedur Pengumpulan Data.....	39
3.5 Metode Analisis Data	41
3.5.1 Uji Validitas	41
3.5.2 Uji Realibilitas	42
3.6 Asumsi Klasik	43
3.6.1 Uji Normalitas.....	43

3.6.2	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.6.3	Uji Multikolinearitas	44
3.6.4	Uji Autokorelasi.....	45
3.6.5	Analisis Linier Berganda	45
3.6.6	Analisis Koefisien Korelasi	46
3.6.7	Koefisien Determinasi	48
3.6.8	Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Hasil Penelitian	53
4.2	Karakteristik Umum Responden	53
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Produk Pada PT EKG.....	56
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Harga Pada PT EKG.....	57
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Promosi Pada PT EKG.....	58
4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Distribusi Pada PT EKG.....	59
4.2.5	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen Pada PT EKG	60
4.2.6	Analisis Validitas dan Reliabilitas	61
4.2.7	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3	Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.3.1	Analisis Koefisien Korelasi	72
4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	73
4.4	Uji Hipotesis.....	74
4.4.1	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji- F).....	79
4.5	Pembahasan Analisis Deskriptif.....	79
4.5.1	Produk Pada PT EKG	79
4.5.2	Harga Pada PT EKG	79
4.5.3	Promosi Pada PT EKG.....	80
4.5.4	Distribusi Pada PT EKG	80
4.5.5	Loyalitas Konsumen Pada PT EKG.....	80
4.6	Pembahasan Analisis Verifikatif.....	81
4.6.1	Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT EKG	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN