

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Perumusan, dan Bahasan Masalah.....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.3.1. Maksud Penelitian	11
1.3.2. Tujuan dari penelitian	11
1.4. Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Teoritis	12
1.4.2. Manfaat Praktis	12

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	14
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	14
2.2. Lingkup Bidang Usaha	18
2.3. Sumber Daya.....	19
2.4. Tantangan Bisnis Perusahaan	21
2.5. Proses Bisnis Perusahaan	22
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	25
3.1 Kajian Teori	25
3.1.1. Bauran Pemasaran Ritel (<i>Retail Marketing Mix</i>)	25
3.1.2. Program Loyalitas (<i>Loyalty Program</i>)	39
3.1.3. Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	44
3.1.4. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)	48
3.2. Penelitian Terdahulu	58
3.2.1. Penelitian terdahulu tentang Program Loyalitas	58
3.2.2. Penelitian terdahulu tentang Bauran Pemasaran	62
3.2.3. Penelitian terdahulu tentang Kualitas Pelayanan	64
3.2.4. Penelitian terdahulu tentang Loyalitas Pelanggan	65
3.3. Kerangka Pemikiran	71
3.4. Hipotesis	74

BAB IV METODE PENELITIAN	81
4.1. Variabel Penelitian	82
4.1.1. Definisi konsep.....	82
4.1.1.1 Variabel Bebas	82
4.1.1.2. Variabel Intervening	84
4.1.1.3. Variabel Tidak Bebas	86
4.1.2. Definisi Operasional dan Indikator	86
4.2. Populasi dan Sampel	96
4.2.1. Populasi.....	96
4.2.2. Sampling	97
4.2.3. Teknik sampling	98
4.3. Jenis dan Sumber Data	99
4.3.1. Data primer	99
4.3.2. Data Sekunder	100
4.4. Teknik Pengumpulan data	100
4.5. Pengujian Data	101
4.5.1. Uji Validitas	101
4.5.2. Uji Reliabilitas	102
4.6. Uji Variabel	104
4.6.1. Uji Normalitas	104
4.6.2. Uji Heterokedastisitas	104
4.6.3. Uji Autokorelasi	105
4.6.4. Uji Multikolinieritas	106
4.7. Uji Hipotesis	106

4.7.1. Uji t (t-Tes)	106
4.7.2. Analisa Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	106
4.8. Uji Model, dengan <i>Coefficient of determinant</i>	108
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	110
5.1. Karakteristik Responden	110
5.2. Uji Validitas	118
5.3. Uji Reliabilitas	123
5.4. Uji Normalitas	125
5.5. Konfirmatori Analisis (CFA), Analisis jalur, Uji Kecocokan Model	128
5.5.1. Uji Kecocokan Bauran Pemasaran Ritel	130
5.5.2. Uji Kecocokan Program Loyalitas	132
5.5.3. Uji Kecocokan Kualitas Pelayanan	133
5.5.4. Uji Kecocokan Loyalitas Pelanggan	134
5.5.5. Uji Kecocokan Model Keseluruhan (Full Model)	135
5.6. Hasil Penelitian Descriptive Kuesioner	137
5.6.1. Analisa Deskriptive Atas Variabel Bauran Pemasaran Ritel.....	137
5.6.1.1. Penjelasan Responden Atas Sub Variabel Produk.....	138
5.6.1.2. Penjelasan Responden Atas Sub Variabel Harga.....	139
5.6.1.3. Sub Variabel Layout dan Desain Toko.....	142
5.6.1.4. Sub Variabel Pelayanan Pelanggan.....	143
5.6.1.5. Sub Variabel Iklan dan Promosi (PR).....	145
5.6.1.6. Sub Tempat/Lokasi (LK).....	147
5.6.1.7 Deskripsi Variabel Bauran Pemasaran Ritel.....	148

5.6.2. Analisa Deskriptive Atas Program Loyalitas	152
5.6.2.1 Nilai Imbalan Tunai.....	152
5.6.2.2. Nilai Penebusan.....	153
5.6.2.3. Nilai aspirasional.....	154
5.6.2.4. Nilai Relevansi.....	156
5.6.2.5. Nilai Kenyamanan.....	157
5.6.2.6. Kesimpulan Program Loyalitas Hicard.....	158
5.6.3. Analisa Deskriptif Atas Kualitas Pelayanan	160
5.6.3.1. <i>Tangibles</i> (bukti langsung)	160
5.6.3.2. <i>Reliabilty</i> (kehandalan)	162
5.6.3.3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	163
5.6.3.4. Assurance (jaminan)	164
5.6.3.5. <i>Empathy</i> (empati)	165
5.6.3.6 Analisis Gap antara Kualitas Pelayanan	166
5.6.4. Analisa Deskriptif Atas Variabel Loyalitas.....	171
5.7. Uji Hipotesis.....	173
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	193
6.1. Kesimpulan	193
6.2. Saran	196
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xx