

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang Penelitian	16
1.2 Perumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.4.1 Manfaat Teoritis	21
1.4.2 Manfaat Praktis.....	21
1.4.3 Manfaat Sosial.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kajian Teoritis	32
2.2.1 <i>Customer Retention Marketing</i>	33
2.2.1.1 Pengertian <i>Customer Retention Marketing</i>	33
2.2.1.2 Aktivitas dan Kegiatan <i>Customer Retention Marketing</i>	34
2.2.1.3 Tujuan dan Manfaat <i>Customer Retention Marketing</i>	37
2.2.2 <i>Customer Gathering</i>	38
2.2.2.1 Pengertian <i>Customer Gathering</i>	38
2.2.2.2 Tujuan <i>Customer Gathering</i>	39
2.2.2.3 Langkah-langkah Pelaksanaan <i>Customer Gathering</i>	41
2.2.3 Loyalitas Pelanggan.....	42

2.2.3.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	42
2.2.3.2	Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan.....	43
2.2.3.3	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	46
2.3	Hipotesis Teori.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		48
3.1	Paradigma Penelitian.....	48
3.2	Metode Penelitian	49
3.3	Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1	Populasi.....	51
3.3.2	Sampel.....	52
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	52
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	53
3.4.1	Definisi Konsep	53
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	54
3.5	Teknik Pengumpulan Data	56
3.5.1	Data Primer	56
3.5.2	Data Sekunder	57
3.5.3	Uji Validitas (Survei).....	58
3.5.4	Uji Reliabilitas (Survei).....	59
3.6	Teknik Analisis Data.....	60
3.6.1	<i>Editing</i>	61
3.6.2	<i>Coding</i>	61
3.6.3	Analisis Statistik.....	62
3.6.3.1	Uji Korelasi	63
3.6.3.1	Uji Regresi Linier Sederhana	65
3.6.3.2	Hipotesa Penelitian	66
3.6.3.3	Hipotesa Statistik.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		68
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	68
4.1.1	Misi Perusahaan.....	69

4.1.2	Visi Perusahaan	69
4.1.3	Kegiatan Usaha Perusahaan	69
4.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	70
4.1.5	<i>Event Marketing</i> Perusahaan.....	71
4.2	Hasil Penelitian.....	74
4.2.1	Uji Validitas Instrumen.....	74
4.2.2	Uji Reliabilitas Instrumen	76
4.2.3	Distribusi Prosentase Responden.....	77
4.2.3.1	Prosentase Responden berdasarkan Golongan KCP	77
4.2.3.2	Prosentase Responden berdasarkan Jenis Usaha Toko.....	78
4.2.3.3	Prosentase Responden berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Kioson	78
4.2.3.4	Prosentase Rata-rata Penjualan dalam Satu Bulan	79
4.2.3.5	Prosentase Jawaban dari Pertanyaan Kuesioner.....	80
4.2.4	Uji Regresi Linier Sederhana	86
4.2.5	Uji Korelasi	87
4.2.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.3	Pembahasan	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Simpulan.....	92
5.2	Saran.....	93
5.2.1	Saran Akademis.....	93
5.2.2	Saran Praktis.....	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		99