

## 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
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>48</b>
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
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>68</b>
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