

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	10
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. KAJIAN PUSTAKA	13
1. Pemasaran	13
a. Pengertian Pemasaran	13
b. Bauran Pemasaran	14
2. Perilaku Konsumen	14
a. Pengertian Perilaku Konsumen	14
b. Karakteristik Perilaku Konsumen	15
3. Manajemen Pemasaran	16
4. Promosi	17
a. Pengertian Promosi	17
b. Fungsi Promosi	18
c. Bauran Promosi	18
d. Tujuan Promosi	19

e. Dimensi Promosi.....	19
5. Harga.....	20
a. Pengertian Harga.....	20
b. Kebijakan Harga.....	20
c. Peranan Harga.....	21
d. Dimensi Harga.....	22
6. Kualitas Pelayanan.....	23
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	23
b. Perspektif Kualitas Pelayanan.....	23
c. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	24
7. Loyalitas Konsumen.....	26
a. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	26
b. Ukuran Loyalitas Pelanggan.....	27
c. Dimensi Loyalitas Konsumen.....	28
8. Penelitian Terdahulu.....	28
B. Pengembangan Hipotesis.....	31
1. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen.....	31
2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	32
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	33
C. Hipotesis.....	34
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	36
1. Variabel Penelitian.....	36
2. Operasional Variabel.....	37
D. Pengukuran Variabel.....	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
1. Populasi Penelitian.....	40
2. Sampel Penelitian.....	40

F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Metode Analisis Data	41
1. Uji Statistik Deskriptif.....	41
2. SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	42
a. Pengertian SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>).....	42
b. PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	42
c. Evaluasi Model dalam PLS – SEM	43
1) Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	43
2) Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)....	45
3) CFA dan EFA.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	49
1. Sejarah PT.Prudential Life Assurance	49
2. Visi dan Misi PT.Prudential Life Assurance.....	50
3. Struktur Organisasi PT.Prudential Life Assurance	52
4. Tugas dan Tanggung Jawab	52
5. Karakteristik Profil Responden	56
a. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	56
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden.....	57
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	57
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Jasa Asuransi Jiwa Prudential.....	58
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	59
C. Analisis SEM Menggunakan SmartPLS	60
1. Evaluasi Outer Model.....	60
a. Pengujian Validitas I	60
b. Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> I	62
c. Pengujian Validitas Diskriminan I	63
d. Pengujian Reliabilitas I	64
e. Pengujian Validitas II.....	65
f. Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> II.....	67

g. Pengujian Validitas Diskriminan II.....	67
h. Pengujian Reliabilitas II.....	69
2. <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	70
a. <i>R Square</i> (R^2).....	70
b. <i>Effect Size</i> (f^2).....	71
c. Nilai Relevansi Prediktif (Q^2).....	72
d. Pengujian Hipotesis.....	72
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
1. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen.....	74
2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	74
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	76
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	81