

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Pembatasan	12
1.2.2 Pembatasan Masalah	13
1.2.3 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan	14

1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Kajian Teori	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2 Loyalitas Konsumen.....	18
2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	18
2.1.2.2 Jenis-jenis Loyalitas	19
2.1.3 Pengambilan Keputusan.....	21
2.1.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	21
2.1.3.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian	22
2.1.3.3 Dimensi Pengambilan Keputusan	25
2.1.4 Promosi	28
2.1.4.1 Pengertian Promosi	28
2.1.4.2 Tujuan Promosi	28
2.1.4.3 Dimensi Promosi.....	30
2.1.5 Produk	34
2.1.5.1 Pengertian Produk	34
2.1.5.2 Tingkatan Produk	35

2.1.5.3	Klasifikasi Produk.....	36
2.1.5.4	Dimensi Produk.....	37
2.2	Penelitian Terdahulu	40
2.3	Kerangka Pemikiran.....	50
2.4	Pengaruh Hubungan Antar Variabel	53
2.4.1	Variabel Promosi dengan Keputusan Mendaftar	53
2.4.2	Variabel Produk dengan Keputusan Mendaftar	53
2.4.3	Variabel Keputusan Mendaftar dengan Loyalitas.....	54
2.4.4	Variabel Promosi dengan Loyalitas	54
2.4.5	Variabel Produk dengan Loyalitas	55
2.5	Hipotesis.....	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		58
3.1	Jenis Penelitian dan Variabel Penelitian	58
3.1.1	Jenis Penelitian	58
3.1.2	Variabel Penelitian	60
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	60
3.2.1	Definisi Operasional.....	60
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	63

3.3	Populasi dan Sampel	64
3.4.	Metode Pengumpulan Data	65
3.5	Metode Analisis Data	66
3.5.1	Uji Validitas dan Realibilitas Kuisisioner	66
3.5.2	Analisis Deskriptif	68
3.5.3	Analisis Data Dengan SEM	68
3.5.4	Rancangan Uji Hipotesis	77
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		80
4.1	Deskripsi Perusahaan	80
4.1.1	Sejarah Perusahaan	80
4.1.2	Lingkup dan Bidang Usaha	81
4.1.3	Sumber Daya	81
4.1.5	Tantangan	82
4.1.6	Proses dan Kegiatan Fungsi Bisnis	84
4.2	Hasil Penelitian	85
4.2.1	Analisis Data Pendahuluan	85
4.2.2	Analisis Profil Responden	87
4.2.3	Analisis Data Penelitian	89
4.2.4	Analisis SEM	94

4.2.4.1	Evaluasi Model.....	94
4.2.4.2	Uji Asumsi Normalitas.....	98
4.3	Hasil Uji Hipotesis	104
4.3.1	Hasil Uji Hipotesis 1	104
4.3.2	Hasil Uji Hipotesis 2	105
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis 3	106
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis 4	107
4.3.5	Hasil Uji Hipotesis 5	107
4.4	Korelasi Antar Dimensi	108
4.5	Pembahasan.....	112
4.4.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Mendaftar	112
4.4.2	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Mendaftar	113
4.4.3	Pengaruh Keputusan Mendaftar Terhadap Loyalitas	114
4.4.4	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Siswa.....	115
4.4.5	Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Siswa.....	115
Bab V	PENUTUP.....	117
5.1	Kesimpulan.....	117
5.2	Saran	122

DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN	129



UNIVERSITAS
MERCU BUANA