

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Penguji	iv
Motto	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian	12
F. Definisi Operasional	
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Loyalitas Pelanggan	15
B. Bauran Pemasaran	22
C. Kepuasan Pelanggan	40
D. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	47
1. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan	47
2. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	49
3. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan	51
4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	53
E. Penelitian Terdahulu	55
F. Kerangka Konseptual	63
G. Hipotesis Penelitian	64

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	65
B. Populasi, Teknik Sampel dan Sampel Penelitian	65
1. Populasi	65
2. Teknik Sampel	66
3. Sampel Penelitian	67
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	67
1. Sumber Data	67
2. Variabel Penelitian	67

3. Skala Pengukuran	68
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	69
1. Teknik Pengumpulan Data	69
2. Instrumen Penelitian	70
E. Teknik Analisis Data	72
1. Outer Model	72
2. Inner Model	74
3. Pengujian Hipotesis	75

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Toko Kita Jaya	76
B. Deskripsi Hasil Penelitian	77
C. Karakteristik Responden	78
1. Jenis Kelamin	78
2. Usia	78
3. Pendidikan Terakhir	79
4. Pekerjaan	80
5. Pengeluaran Perbulan	81
6. Belanja dalam 3 Bulan Terakhir	82
7. Sumber Informasi	82
8. Frekuensi Pembelian	83
D. Deskripsi Variabel	84
E. Pengujian Hipotesis	85
1. Outer Model	85

2. Inner Model	90
3. Uji Hipotesis	91

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Kita Jaya Sambu Kediri	94
B. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Kita Jaya Sambu Kediri dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	97
C. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Kita Jaya Sambu Kediri	101
D. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Kita Jaya Sambu Kediri	104

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	68
Tabel 3.2 Variabel, Indikator, Sub Indikator, Item Pernyataan	69
Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner	77
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	78
Tabel 4.3 Usia	78
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir	79
Tabel 4.5 Pekerjaan	80
Tabel 4.6 Pengeluaran Perbulan	81
Tabel 4.7 Belanja Dalam 3 Bulan Terakhir	82
Tabel 4.8 Sumber Informasi	82
Tabel 4.9 Frekuensi Pembelian	83
Tabel 4.10 Tabulasi Data	84
Tabel 4.11 Nilai Outer Loading	86
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Variance Extrated</i> (AVE)	87
Tabel 4.13 Nilai Cross Loading	88
Tabel 4.14 Nilai Composite Reliability	89
Tabel 4.15 Nilai Cronbachs Alpha	90
Tabel 4.16 Nilai R-Square	90
Tabel 4.17 T-Statistic dan P-Values	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5 Kerangka Konseptual	62
Gambar 4.1 Outer Model	85
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	: Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran 3	: Data Responden
Lampiran 4	: Outer Model
Lampiran 5	: Inner Model
Lampiran 6	: Uji Hipotesis
Lampiran 7	: Dokumentasi Penelitian
Lampiran 8	: Surat Permohonan Izin Penelitian
Lampiran 9	: Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 10	: Pernyataan Keaslian Tulisan
Lampiran 11	: Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 12	: Kartu Kendali Bimbingan