

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	15
C. Rumusan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian	16
E. Kegunaan Penelitian	16
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	18
G. Penegasan Istilah	18
H. Sistematika Penulisan Skripsi	23
BAB II LANDASAN TEORI	26
A. Manajemen Pemasaran.....	26
B. Loyalitas Pelanggan.....	30
C. Variasi Produk	34
D. <i>Sales Promotion</i>	39

E. <i>Word Of Mouth</i>	43
F. <i>Store Atmosphere</i>	47
G. Penelitian Terdahulu.....	51
H. Kerangka Konseptual	56
I. Hipotesis Penelitian	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	59
B. Populasi, Sampling dan Sampel.....	59
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya	61
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	63
E. Teknik Analisis Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
B. Karakteristik Responden	74
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	77
D. Analisis Data.....	81
BAB V PEMBAHASAN	87
A. Pengaruh Variasi Produk, <i>Sales Promotion</i> , <i>Word Of Mouth</i> , dan <i>Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sriwijaya Store</i>	87
B. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sriwijaya Store Trenggalek	88
C. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sriwijaya Store Trenggalek	91
D. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sriwijaya Store Trenggalek	93
E. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sriwijaya Store Trenggalek	95
BAB VI PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	108