

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Kajian Teori	14
2.1.1. Loyalitas Konsumen	14
2.1.1.1. Dimensi Loyalitas Konsumen.....	14
2.1.1.2. Indikator Loyalitas Konsumen.....	15
2.1.1.3. Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	17
2.1.2. Kualitas Layanan	18
2.1.2.1. Dimensi Kualitas Layanan.....	18
2.1.2.2. Indikator Kualitas Layanan.....	19
2.1.3. Promosi.....	21
2.1.3.1. Dimensi Promosi.....	21
2.1.3.2. Indikator Promosi	22
2.1.4. <i>membership</i>	23
2.1.4.1. Dimensi <i>membership</i>	24
2.1.4.2. Indikator <i>membership</i>	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Berfikir	27
2.4. Hipotesis	27
2.4.1. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen	27
2.4.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas	

Konsumen.....	27
2.4.3. Pengaruh <i>membership</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Objek Penelitian	29
3.3. Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1. Populasi	30
3.3.2. Sampel.....	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5. Definisi Operasional	32
3.5.1. Promosi (X1)	32
3.5.2. Kualitas layanan (X2).....	32
3.5.3. <i>membership</i> (X3).....	32
3.5.4. Loyalitas konsumen (Y)	32
3.6. Teknik Analisis Data	34
3.7. Analisis Statistik Deskriptif.....	35
3.7.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	35
3.7.1.1. Uji Validitas	35
3.7.1.2. Uji Reliabilitas.....	36
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	36
3.7.2.1. Uji Normalitas	37
3.7.2.2. Uji Multikolinearitas.....	37
3.7.2.3. Uji Heteroskedastisitas	38
3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.7.4. Uji Hipotesis.....	39
3.7.4.1. Koefisien Determinasi (R^2).....	39
3.7.4.2. Uji Simultan (Uji F)	39
3.7.4.3. Uji Parsial (Uji t)	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Hasil Analisis Data	41
4.1.1. Karakteristik Responden	41
4.1.2. Uji Statistik Deskriptif.....	44
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.2.1. Uji Validitas	48
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	49
4.3. Uji Asumsi Klasik	49
4.3.1. Uji Normalitas	49
4.3.2. Uji Multikolinearitas.....	50
4.3.3. Uji Heteroskedastistas	50
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.5. Uji Hipotesis	52
4.5.1. Koefisien Determinasi (R^2).....	52
4.5.2. Uji F (Uji Simultan)	52
4.5.3. Uji t (Uji Parsial)	53
4.6. Pembahasan	54
4.6.1. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen	54
4.6.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas	

Konsumen	56
4.6.3. Pengaruh <i>membership</i> Terhadap Loyalitas Konsumen ..	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	63
5.2.1. Saran bagi perusahaan <i>Family Mart</i>	64
5.2.2. Saran untuk peneliti selanjutnya	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	72

