

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Marketing Mix	13
2.1.1 Konsep Marketing Mix	13
2.2 Loyalitas Konsumen	14
2.2.1 Konsep Loyalitas Konsumen	14
2.2.2 Perspektif Sikap dan Prilaku Loyalitas	15
2.2.3 Strategi untuk Mengembangkan Ikatan Loyaliatas dengan Konsumen	18

2.3 Salesmanship	19
2.3.1 Konsep Salesmanship	19
2.3.2 Jenis dan Tugas Salesmanship	20
2.3.3 Prinsip Penerapan Salesmanship	23
2.4 Kualitas Hubungan.....	37
2.4.1 Konsep Kualitas Hubungan	37
2.4.2 Dimensi-dimensi Kualitas Hubungan	38
2.5 Nilai Konsumen	43
2.5.1 Konsep Nilai Konsumen.....	43
2.5.2 Memberikan Nilai Konsumen yang Tinggi	44
2.6 Penelitian Terdahulu	45
2.7 Kerangka Pemikiran	47
2.8 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	50
2.8.1 Hubungan Salesmanship dengan Loyalitas Konsumen.....	50
2.8.2 Hubungan Kualitas Hubungan dengan Loyalitas Konsumen.....	51
2.8.3 Hubungan Nilai Konsumen dengan Loyalitas Konsumen	52
BAB III	54
METODE PENELITIAN	54
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	54
3.1.1 Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	54
3.1.2 Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	55
3.2 Populasi dan Sampel	56
3.3 Jenis dan Sumber Data	58
3.4 Metode Pengumpulan Data	58
3.5 Metode Analisis	59
3.5.1 Uji Instrumen	59
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	60
3.5.3 Regresi Linier Berganda.....	63
3.5.4 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	63
3.5.5 Koefisien Determinasi (R_{Square})	64
3.5.6 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	65

BAB IV	67
HASIL DAN ANALISIS	67
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	67
4.2 Deskripsi Responden	67
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat	68
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	68
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
4.2.5 Hubungan Antara Pekerjaan dengan Alamat Responden	70
4.2.6 Hubungan Antara Pendidikan dengan Alamat Responden	72
4.2.7 Hubungan Antara Pekerjaan dengan Pendidikan Responden	73
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	75
4.3.1 Analisis Deskripsi Variabel Salesmanship	76
4.3.2 Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Hubungan	77
4.3.3 Analisis Deskripsi Variabel Nilai Konsumen	78
4.3.4 Analisis Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen	79
4.4 Analisis Data	80
4.4.1 Hasil Uji Instrumen	80
4.4.1.1 Uji Validitas	80
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	82
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	83
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas	83
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolinieritas	85
4.4.2.3 Hasil Uji Autokorelasi	86
4.4.2.4 Hasil Uji Heterokedastisitas	87
4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	88
4.4.4 Pengujian Hipotesis	89
4.4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	89
4.4.4.2 Koefisien Determinasi.....	90
4.4.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	91
4.5 Interpretasi Hasil	93

4.5.1 Pengaruh Salesmanship Terhadap Loyalitas Konsumen	93
4.5.2 Pengaruh Kualitas Hubungan Terhadap Loyalitas Konsumen	93
4.5.3 Pengaruh Nilai Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	94
BAB V	95
PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	97
5.3 Keterbatasan Penelitian	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	104