

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Konsep Komunikasi Pemasaran	12
2.1.2 Konsep Loyalitas Pelanggan	18
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	43
3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	43
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	43
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	44
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.2.4 Analisis	51
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	56
3.2.7 Teknik Analisis Data	62
3.2.8 Teknik Analisis Data Deskriptif	63
3.2.9 Teknik Analisis Verifikatif	65
3.2.10 Pengujian Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
4.1 Profil Perusahaan dan Karakteristik Pengguna XL Axiata	72
4.1.1 Profil Perusahaan	72
4.1.2 Profil Responden Pada Komunitas My XL Forum Berdasarkan Karakteristik, Pengalaman, dan Penilaian Responden	73
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	73
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	74

Benito Dani Triatmojo, 2018

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Atau Uang Saku Per Bulan, Pekerjaan Dan Lama Menggunakan	75
4.2 Gambaran Komunikasi Pemasaran pada Komunitas My XL Forum .	77
4.2.1 Dimensi <i>Advertising</i>	77
4.2.2 Dimensi <i>Event and experience</i>	78
4.2.3 Dimensi <i>Public relations and publicity</i>	80
4.2.4 Dimensi <i>Online and Social media marketing</i>	81
4.2.5 Dimensi <i>Personal Selling</i>	82
4.2.6 Rekapitulasi Gambaran Komunikasi Pemasaran	83
4.3 Gambaran Loyalitas Pelanggan pada Komunitas My XL Forum	85
4.3.1 Dimensi <i>Repurchase</i>	85
4.3.2 Dimensi <i>Refers to other</i>	86
4.3.3 Dimensi <i>Imunity</i>	87
4.3.4 Dimensi <i>Purchase Across Product Line And Service</i>	88
4.3.5 Rekapitulasi Gambaran Loyalitas Pelanggan	90
4.4 Pengujian Hipotesis	91
4.4.1 Pengujian Asumsi Analisis Jalur	91
4.4.2 Pengujian Koefisien Jalur dan Koefisien Korelasi	92
4.4.3 Pengujian Hipotesis Simultan	96
4.4.4 Pengujian Hipotesis Parsial	96
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	100
4.5.1 Pembahasan Gambaran Komunikasi Pemasaran	100
4.5.2 Pembahasan Gambaran Loyalitas Pelanggan	100
4.5.3 Pembahasan Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan	101
4.6 Implikasi Penelitian	102
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	102
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris	103
4.6.3 Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis	104
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Rekomendasi	109
DAFTAR PUSTAKA	111

Benito Dani Triatmojo, 2018

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu