

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GRAFIK	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Struktur Organisasi Skripsi	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Pemasaran	8
1. Strategi Pemasaran Primer	8
2. Strategi Pemasaran Selektif	11
3. Strategi Pemasaran LA TULIP	17
B. Loyalitas Pelanggan	20
1. Perilaku Konsumen	20
2. Loyalitas Pelanggan	24
C. Penelitian Terdahulu	26
D. Kerangka Berpikir	27
E. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi, Populasi, dan Sampel Penelitian	34
B. Desain Penelitian	35
C. Variabel, Definisi Operasional	36
D. Instrumen Penelitian	38
E. Proses Pengembangan Instrumen	45
1. Uji Validitas	45
2. Reliabilitas	46
F. Teknik Pengumpulan Data	47
G. Teknik Analisis Data	47
1. Uji Normalitas Data	47
2. Uji Linearitas	48
3. Uji Korelasi	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	53
1. Gambaran Umum Strategi Pemasaran Selektif	53
2. Gambaran Umum Loyalitas Pelanggan	56
3. Hubungan Antara Strategi Pemasaran Selektif Dengan	

Sally Mutiarasari, 2013

HUBUNGAN STRATEGI PEMASARAN SELEKTIF DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK KECANTIKAN LA TULIP

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

Loyalitas Pelanggan	58
B. Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	68
B. Rekomendasi	69
DAFTAR PUSTAKA	70
RIWAYAT PENULIS.....	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Strategi Pemasaran Kebutuhan Primer.....	10
Tabel 2.2	Tabel Strategi Pemasaran Kebutuhan Selektif	10
Tabel 3.1	Instrumen Strategi Pemasaran Selektif.....	39
Tabel 3.2	Instrumen Loyalitas Pelanggan.....	40
Tabel 3.3	Kategorisasi Strategi Pemasaran Selektif	41
Tabel 3.7	Kategorisasi Loyalitas Pelanggan.....	43
Tabel 3.12	Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach	46
Tabel 3.15	Uji Normalitas Data.....	48
Tabel 3.16	Uji Kelinearan	48



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Gambaran Data Strategi Pemasaran Selektif	54
Grafik 4.2	Gambaran Data Loyalitas Pelanggan.....	57





Sally Mutiarasari, 2013

*HUBUNGAN STRATEGI PEMASARAN SELEKTIF DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK
KECANTIKAN LA TULIP*

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