

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTARAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	ix
<b>SANWACANA</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.2 Manajemen Pemasaran .....	10
2.3 Proses Manajemen Pemasaran .....	12
2.4 Jenis Pasar .....	13
2.5 Pengertian Pengecer .....	14
2.6 Model Umum tentang Motivasi .....	17
2.7 Model <i>Stimulus organism response</i> ( SOR ) .....	21
2.8 Komponen <i>Stimulus</i> (Komponen lingkungan fisik butik) .....	22
2.9 Perilaku Konsumen .....	23
2.10 Tanggapan Perilaku ( <i>Response Behavior</i> ) .....	25
2.11 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	26
2.12 Konsep Atribut .....	28
2.13 Konsep Atribut Butik .....	29

2.14 Konsep Atribut Produk .....	33
2.14.1 Pengertian Atribut Produk .....	33
2.14.2 Unsur-Unsur Atribut Produk .....	33
2.14.3 Pendekatan Atribut Produk .....	39
2.15 Konsep Loyalitas Pembelanja Butik .....	42
2.15.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	42
2.15.2 Karakteristik Loyalitas .....	43
2.15.3 Peningkatan Loyalitas .....	44
2.15.4 Dari <i>Suspects</i> ke <i>Qualified Prospects</i> .....	47
2.15.5 Dari <i>Qualified Prospect</i> ke <i>First Time Buyer</i> .....	51
2.15.6 Dari <i>First Time Buyer</i> ke <i>Repeat Customer</i> .....	51
2.15.7 Dari <i>Repeat customer</i> ke <i>Loyal Clients</i> .....	54
2.15.8 Dari <i>Loyal</i> ke <i>Advocates</i> .....	56
2.15.9 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	57
2.15.10 Keuntungan Loyalitas .....	59
2.16 Pengaruh Atribut Butik dan Atribut Produk terhadap Loyalitas Konsumen .....	59
2.17 Kerangka Berpikir .....	61
2.18 Hipotesis .....	63

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Tipe Penelitian .....	65
3.2 Sumber Data .....	65
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	66
3.3.1 Populasi .....	66
3.3.2 Sampel .....	66
3.4 Objek dan Subjek Penelitian .....	68
3.5 Definisi Konseptual .....	68
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	69
3.7 Skala Pengukuran .....	71
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	72
3.9 Teknik Pengujian Instrumen .....	73
3.9.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	73
3.9.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen .....	74
3.10 Teknik Analisis Data.....	75
3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
3.10.2 Uji Asumsi Klasik .....	75
3.10.3 Uji Hipotesis .....	78

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Cordy Butik Bandar Lampung.....	83
4.2 Hasil Analisis Data.....	84
4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif .....	84
A. Karakteristik Responden .....	84
B. Analisis Jawaban Responden.....	88
4.2.2 Teknik Pengujian Instrumen.....	102
1. Pengujian Validitas Instrumen .....	102
2. Pengujian Reliabilitas Instrumen .....	105

4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	106
1. Uji Normalitas .....	106
2. Uji Heteroskedastisitas .....	107
3. Uji Multikolinearitas .....	108
4.2.4 Pengujian Regresi Linier Berganda .....	109
4.2.5 Uji Hipotesis .....	112
1. Uji t – Parsial .....	112
2. Uji F – Simultan .....	114
3. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	115
4.3 Pembahasan .....	117
4.3.1 Pengaruh Atribut Butik dan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Secara Parsial .....	117
4.3.2 Pengaruh Atribut Butik dan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Secara (Bersama-sama) Simultan .....	123
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	124
5.2 Saran .....	125
5.2.1 Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	125
5.2.2 Saran Untuk Perusahaan .....	126
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	 xix
<b>LAMPIRAN</b> .....	xxi