

DAFTAR ISI

ANSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah dan Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.4 Jasa	18
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	25
2.1.6 Harga	29
2.1.7 Loyalitas Pelanggan.....	41
2.2 Penelitian Terdahulu	49
2.3 Kerangka Pemikiran	52
2.3 Hipotesis	58

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	59
3.2 Operasionalisasi Variabel	60
3.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	62
3.4 Teknik Pengumpulan Data	65
3.5 Rancangan Analisis dan UjiHipotesis	68
3.5.1 Rancangan Uji Deskriptif	68
3.5.2 Rancangan Uji Hipotesis	69

3.5.3 Pengujian Secara Parsial (Uji-t)	72
3.5.4 Pengujian Secara Simultan (Uji-f).....	73
3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden.....	75
4.2 Analisis Responden Mengenai Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	77
4.2.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i>	78
4.2.2 Harga	88
4.2.3 Loyalitas Pelanggan.....	91
4.2.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan The Soutbank club	93
4.3 Pembahasan	98
4.3.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	98
4.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	98
4.3.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	99
4.4 Implikasi Manajerial	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan dan Saran	101
5.1.1 Kesimpulan.....	101
5.1.2 Saran	102

DAFTAR PUSTAKA	103
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	106
--------------------------------	------------