

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.1 Profil PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.2 Produk dan Layanan .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1.3 Visi dan Misi .....</b>	<b>8</b>
<b>1.1.4 Budaya Perusahaan.....</b>	<b>8</b>
<b>1.1.5 Logo Perusahaan .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1.6 Struktur Organisasi .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2 Latar Belakang .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah.....</b>	<b>31</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>1.5 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>1.5.1 Aspek Praktis.....</b>	<b>31</b>
<b>1.5.2 Aspek Teoritis.....</b>	<b>31</b>
<b>1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>1.7 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>32</b>

<b>BAB II.....</b>	<b>33</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
<b>2.1 <i>Marketing Mix</i> / Bauran Pemasaran.....</b>	<b>33</b>
2.1.1 Pemasaran.....	33
2.1.2 Strategi Pemasaran .....	33
2.1.3 <i>Marketing Mix</i> .....	34
<b>2.2 Loyalitas Konsumen.....</b>	<b>36</b>
2.2.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	37
2.2.2 Hubungan Produk dengan Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2.3 Hubungan Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	38
2.2.4 Hubungan Tempat dengan Loyalitas Pelanggan .....	38
2.2.5 Hubungan Promosi dengan Loyalitas Pelanggan .....	38
<b>2.3 Peneliti Terdahulu.....</b>	<b>40</b>
<b>2.4 Kerangka Penelitian.....</b>	<b>51</b>
<b>2.5 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....</b>	<b>52</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>53</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>53</b>
<b>3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....</b>	<b>53</b>
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	53
3.2.2 Skala Pengukuran .....	57
<b>3.3 Tahap Penelitian.....</b>	<b>58</b>
<b>3.4 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>58</b>
3.4.1 Populasi .....	59
3.4.2 Sampel.....	59

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.5.1	Data Primer .....	61
3.5.2	Data Sekunder .....	61
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas.....	62
3.6.1	Uji Validitas .....	62
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	62
3.7	Teknik Analisis Data .....	63
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	63
3.7.2	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	65
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.7.5	Uji Hipotesis (Uji t) .....	68
3.7.6	Koefisien Determinasi.....	69
BAB IV .....		71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		71
4.1	Hasil Penelitian.....	71
4.1.1	Profil Responden .....	71
4.1.2	Pengujian Kualitas Alat Ukur Penelitian.....	73
4.1.2.2	Uji Reliabilitas .....	74
4.1.3	Analisis Deskriptif .....	75
4.1	Pembahasan Hasil Penelitian .....	104
4.1.2	Pengaruh Produk ( <i>Marketing Mix</i> ) Terhadap Loyalitas Konsumen	109
4.1.3	Pengaruh Harga ( <i>Marketing Mix</i> ) Terhadap Loyalitas Konsumen..	109
4.1.4	Pengaruh Tempat ( <i>Marketing Mix</i> ) Terhadap Loyalitas Konsumen	109
4.1.5	Pengaruh Promosi ( <i>Marketing Mix</i> ) Terhadap Loyalitas Konsumen	109

4.1.6 Analisis Pembahasan Uji Koefisien Determinasi .....	110
<b>BAB V .....</b>	<b>111</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>111</b>
5.1 Kesimpulan .....	111
5.2 Saran.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>116</b>
Lampiran 1 : Kuesioner Pra-penelitian .....	116
Lampiran 2 : Kuisisioner Penelitian .....	120
Lampiran 3 Data Penelitian .....	124
Lampiran 4: Hasil Transformasi Data Ordinal ke Interval Menggunakan MSI .....	126
Lampiran 6 : Output SPSS.....	133