

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Logo Shopee	2
1.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Shopee	3
1.1.3 Nilai-nilai Utama Shopee	3
1.1.4 Produk dan layanan	3
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Identifikasi Masalah	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	22
1.5 Kegunaan Penelitian.....	22
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	23
1.5.2 Kegunaan Praktis	23
1.6 Sistematika Penulisan.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	25
2.1 Tinjauan Pustaka	25
2.1.1 Pemasaran	25
2.1.4 Promosi	28
2.1.5 Loyalitas Konsumen	29
2.1.6 Hubungan Harga dengan Loyalitas Konsumen	30
2.1.7 Hubungan Promosi dengan Loyalitas Konsumen.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Kerangka Pemikiran	43
2.4 Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	45
3.2.1 Operasional Variabel	45

3.2.2 Skala Pengukuran	50
3.3 Tahapan Penelitian	50
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.4.1 Populasi.....	51
3.4.2 Sampel	51
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	52
3.5 Pengumpulan Data	52
3.5.1 Data Primer	52
3.5.2 Data Sekunder.....	53
3.6.1 Uji Validitas.....	53
3.6.2 Uji Reliabilitas	54
3.7 Teknik Analisis Data	55
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.8. Analisis Linear Berganda	58
3.9 Pengujian Hipotesis	58
3.9.1 Uji T.....	58
3.9.2 Uji F.....	59
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
4.1. Karakteristik Responden	61
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	64
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.2.1. Uji Validitas	65
4.2.2. Uji Reliabilitas	67
4.3 Analisis Deskriptif.....	67
4.3.1. Tanggapan Responden mengenai Harga.....	68
4.3.2. Tanggapan Responden mengenai Promosi	69
4.3.3. Tanggapan Responden mengenai Loyalitas Konsumen	71
4.4 Analisis Data	72
4.4.1. Asumsi Klasik.....	73

4.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.4.3. Koefisien Determinasi.....	78
4.4.4. Pengujian Hipotesis	79
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
4.5.1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	82
4.5.2. Pengaruh Promosi terhadap Loylitas Konsumen.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Saran	85
5.2.1. Saran Praktis	85
5.2.2. Saran Teoritis	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92