**Daftar Isi**

**Bab I Pendahuluan**  1

 1.1 Latar Belakang Masalah 1

 1.2 Perumusan Masalah 8

 1.3 Tujuan Dan Manfaat 8

1.3.1 Tujuan Penelitian 8

1.3.2 Manfaat Penelitian 9

1.4 Sistematika Penulisan 9

**Bab II Tinjauan Pustaka** 11

 2.1. Loyalitas 11

 2.1.1 Pengertian Loyalitas 11

 2.1.2 Tingkatan Loyalitas 12

 2.1.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan 16

2.1.4 Merancang Dan Menciptakan Loyalitas 19

2.1.5 Pengukuran Loyalitas Konsumen 21

 2.2 Pemasaran 22

 2.2.1 Pengertian Pemasaran 22

 2.2.2 Bauran Pemasaran 23

 2.3 Produk 24

2.3.1 Pengertian Produk 24

2.3.2 Harga 25

2.3.3 Lokasi...... 26

2.3.4 Promosi 28

 2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu Dan Pengembangan Hipotesis 30

2.4.1 Pengaruh Dimensi Bauran Pemasaran Produk

 Terhadap Loyalitas Konsumen 30

2.4.2 Pengaruh Dimensi Bauran Pemasaran Harga Terhadap

 Loyalitas Konsumen 31

2.4.3 Pengaruh Dimensi Bauran Pemasaran Lokasi Terhadap

 Loyalitas Konsumen 32

2.4.4 Pengaruh Dimensi Bauran Promosi Harga Terhadap

 Loyalitas Konsumen 33

 2.5 Model Penelitian 33

**Bab III Metodologi Penelitian**  35

 3.1 Objek Penelitian 35

 3.2 Populasi Dan Sampel 35

 3.2.1 Populasi 35

 3.2.2 Sampel 35

 3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel 36

 3.3 Jenis Dan Sumber Data 37

 3.3.1 Jenis Data 37

 3.3.2 Sumber Data 37

 3.4 Teknik Pengumpulan Data 37

 3.5 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel 38

 3.6 Skala Pengukuran Variabel 40

 3.7 Teknik Analisis Data 41

 3.7.1 Analisis Deskriptif 41

 3.7.2 Analisa Inferensial 42

 3.8 Uji Asumsi Klasik 43

 3.8.1 Uji Normalitas 43

 3.8.2 Uji Multikolinearitas 43

 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas 44

 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda 44

 3.10 Uji Hipotesis 45

 3.10.1 Uji F 45

 3.10.2 Uji T-Tes Statistik 46

 3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R2) 47

**Bab IV Hasil Dan Pembahasan**

 4.1 Deskriptif Umum Responden 48

 4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Umur 48

 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49

 4.1.3 Profil Responden Berdasrkan Pekerjaan 50

 4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan 51

 4.2 Uji Inferensial 51

 4.2.1 Uji Validitas 51

4.2.1.1 Kualitas Produk 52

4.2.1.2 Variabel Harga 53

4.2.1.3 Variabel Lokasi 54

4.2.1.4 Variabel Promosi 55

4.2.1.5 Variabel Loyalitas Pelanggan 56

 4.2.2 Uji Reabilitas 57

 4.3 Analisa Deskriptif 58

 4.3.1 Rata-Rata Dan Tcr Variabel Produk 58

 4.3.2 Rata-Rata Dan Tcr Variabel Harga 60

 4.3.3 Rata-Rata Dan Tcr Variabel Lokasi 61

 4.3.4 Rata-Rata Dan Tcr Variabel Promosi 62

 4.3.5 Rata-Rata Dan Tcr Variabel Loyalitas Pelanggan 64

4.4 Uji Asumsi Klasik 66

 4.4.1 Uji Normalitas 66

 4.4.2 Uji Multikoleniaritas 67

 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 68

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda 68

 4.5.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) 70

 4.5.2 Uji Kelayakan Model (Uji F Statistik) 70

 4.5.3 Uji Hipotesis (Uji T Statistik) 71

4.6 Pembahasan 72

 4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan . 72

 4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan 73

 4.6.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan 74

 4.6.4 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan 75

**Bab V Kesimpulan Dan Saran**

5.1 Kesimpulan 77

5.2 Keterbatasan Penelitian 77

5.3 Implikasi Dan Saran Penelitian 78

 5.3.1 Implikasi Penelitian 78

 5.3.2 Saran Penelitian 78

**Daftar Pustaka** 80

**Daftar Tabel**

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Nasabah Telkomsel Area Kota Padang 2

Tabel 1.2 Tabel Jumlah Pelanggan Beberapa Provider Di Kota Padang 3

Tabel 4.1 Tabel Profil Responden Berdasarkan Umur 49

Tabel 4.2 Tabel Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 50

Tabel 4.3 Tabel Profil Responden Berdasrkan Pekerjaan 50

Tabel 4.4 Tabel Profil Responden Berdasrkan Pengeluaran Per Bulan 51

Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Produk 52

Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Validitas Harga 53

Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji Validitas Lokasi 54

Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji Validitas Promosi 55

Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan 56

Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Reabilitas 57

Tabel 4.11 Tabel Rata-Rata Dan Tcr Variabel Produk 59

Tabel 4.12 Tabel Rata-Rata Dan Tcr Variabel Harga 60

Tabel 4.13 Tabel Rata-Rata Dan Tcr Variabel Lokasi 62

Tabel 4.14 Tabel Rata-Rata Dan Tcr Variabel Promosi 63

Tabel 4.15 Tabel Rata-Rata Dan Tcr Variabel Loyalitas Pelanggan 65

Tabel 4.16 Tabel Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov 66

Tabel 4.17 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas 67

Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas 68

Tabel 4.19 Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 69

**Daftar Gambar**

Gambar 2.1 Gambar Tingkatan Loyalitas Konsumen Terbal 17

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 34