

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

### ABSTRAK

**KATA PENGANTAR..... i**

**DAFTAR ISI..... iv**

**DAFTAR TABEL..... ix**

**DAFTAR GAMBAR..... xii**

**DAFTAR LAMPIRAN ..... xiii**

**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**

1.1. Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah..... 10

1.2.1. Identifikasi Masalah ..... 10

1.2.2. Rumusan Masalah ..... 11

1.3. Tujuan Penelitian..... 11

1.4. Manfaat Penelitian..... 12

1.4.1. Manfaat Teoritis ..... 12

1.4.2. Manfaat Praktis..... 12

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN**

**HIPOTESIS..... 14**

2.1. Kajian Pustaka ..... 14

2.1.1. Teori Ilmu Manajemen ..... 14

2.1.1.1. Pengertian Manajemen ..... 14

2.1.1.2. Fungsi Manajemen ..... 16

2.1.1.3. Tujuan Manajemen ..... 17

2.1.1.4. Bidang-Bidang Manajemen ..... 17

2.1.1.5. Unsur-Unsur Manajemen ..... 18

2.1.2. Manajemen Pemasaran ..... 19

2.1.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran ..... 19

2.1.2.2. Fungsi Manajemen Pemasaran ..... 21

2.1.2.3. Tujuan Pemasaran..... 21

2.1.2.4. Konsep Inti Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.3. Program <i>Membership Card</i> .....	23
2.1.3.1. Pengertian Program <i>Membership Card</i> .....	23
2.1.3.2. Manfaat Program <i>Membership Card</i> .....	25
2.1.3.3. Tujuan Program <i>Membership Card</i> .....	25
2.1.3.4. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Program <i>Membership Card</i> .....	26
2.1.3.5. Indikator Program <i>Membership Card</i> .....	26
2.1.4. Kualitas Pelayanan .....	27
2.1.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	27
2.1.4.2. Manfaat Kualitas Pelayanan .....	29
2.1.4.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	30
2.1.4.5. Indikator Kualitas Pelayanan .....	31
2.1.5. Loyalitas Pelanggan .....	32
2.1.5.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	32
2.1.5.2. Manfaat Loyalitas Pelanggan .....	33
2.1.5.3. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	34
2.1.5.4. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	34
2.1.6. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	35
2.2. Kerangka Pemikiran .....	39
2.2.1. Pengaruh Program <i>Membership Card</i> terhadap Loyali- tas Pelanggan .....	39
2.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pela- nggan .....	40
2.2.3. Pengaruh Program <i>Membership Card</i> dan Kualitas Pe- layanan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	41
2.3. Hipotesis Penelitian .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>45</b>
3.1. Metode Penelitian Yang Digunakan .....	45

3.2. Definisi dan Operasional Variabel .....	46
3.2.1. Definisi Variabel .....	46
3.2.2. Operasional Variabel .....	48
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	49
3.3.1. Populasi .....	49
3.3.2. Sampel .....	50
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.4.1. Sumber Data .....	52
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.5. Teknik Analisis Data .....	54
3.5.1. Pengaruh Program <i>Membership Card</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	54
3.5.2. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	58
3.5.3 Analisis Pengaruh Program <i>Membership Card</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	62
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian.....	67
3.6.1. Tempat Penelitian .....	67
3.6.2. Waktu Penelitian .....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	69
4.1.1 Gambaran Umum PT Eigerindo Multi Produk Industri.....	69
4.1.1.1 Profil Singkat PT Eigerindo Multi Produk Industri .....	69
4.1.1.1.1 Profil Singkat PT Eigerindo Multi Produk Industri Store Ciamis .....	70
4.1.1.1.2 Profil Singkat PT Eigerindo Multi Produk Industri Logo Perusahaan.....	70
4.1.1.1.3 Produk PT Eigerindo Multi Produk Industri Store Ciamis.....	71
4.1.1.1.4 Struktur Organisasi PT Eigerindo Multi Prod-	

uk Industri Store Ciamis .....	73
4.1.2 Karakteristik Responden.....	76
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	78
4.1.3.1 Hasil Penelitian Tentang Program Membershi- p Card pada PT Eigerindo Multi Produk Indus- tri Store Ciamis.....	78
4.1.3.2 Hasil Penelitian Tentang Kualitas Pelayanan Pada PT Eigerindo Multi Produk Industri Sto- re Ciamis.....	88
4.1.3.3 Hasil Penelitian Tentang Loyalitas Pelanggan pada PT Eigerindo Multi Produk Industri St- ore Ciamis.....	100
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	112
4.1.4.1 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Program <i>M</i> <i>embership Card</i> Terhadap Loyalitas Pelangga- n pada PT Eigerindo Multi Produk Industri St- ore Ciamis.....	112
4.1.4.2 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Kualitas P- elayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Eigerindo Multi Produk Industri Store Ci- amis.....	119
4.1.4.3 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Program <i>M</i> <i>embership Card</i> dan Kualitas Pelayanan Terha- dap Loyalitas Pelanggan Pada PT Eigerindo M ulti Produk Industri Store Ciamis .....	126
4.2 Pembahasan .....	135
4.2.1 Pengaruh Program <i>Membership Card</i> Terhadap Loyali- tas Pelanggan pada PT Eigerindo Multi Produk Indust- ri Store Ciamis .....	135
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pela- nggan pada PT Eigerindo Multi Produk Industri Store	

Ciamis .....	138
4.2.3 Pengaruh Program <i>Membership Card</i> dan Kualitas Pel- ayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Eigeri- ndo Multi Produk Industri Store Ciamis .....	141
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>145</b>
5.1 Simpulan .....	145
5.2 Saran.....	145
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>148</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>152</b>

## DAFTAR TABEL

1.1	Data jumlah konsumen yang bertransaksi menggunakan member eiger <i>adventure club</i> pada bulan Desember 2021 sampai dengan November 2022.....	3
1.2	Data Pra Survey dengan 30 responden pengunjung PT. Eiger Store Ci- amis dalam melakukan pembelian ulang.....	4
1.3	Data konsumen yang membuat member eiger <i>adventure club</i> pada bu- lan Desember 2021 sampai dengan November 2022 .....	7
2.1	Penelitian Terdahulu.....	35
3.1	Operasional Variabel .....	48
3.2	Pilihan Jawaban Dalam Skala Likert .....	51
3.3	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	53
3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	55
3.5	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	60
3.6	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	64
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	77
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	78
4.4	Pedoman Interpretasi Variabel Program <i>Membership Card</i> .....	79
4.5	Adanya Diskon/Potongan Harga Bagi Para Anggota Member Setiap K- ali Transaksi Di Eiger Store Ciamis.....	80
4.6	Eiger Adventure Club (EAC) Memberikan Benefit Berupa Poin Yang Bisa Didapatkan Setiap Bertransaksi Produk Eiger Baik Di Website O- fficial Eiger, Toko Eiger Adventure Store, Maupun Program Eigerpen- eur .....	81
4.7	Member EAC Juga Dapat Mengakses Kumpulan Informasi Dan Prom- osi Dari Website Official Eiger, Toko Eiger Adventure Store, Maup- un Program Eigerpreneur Melalui Menu Promosi Yang Terdapat Di A- kun Setiap Member EAC.....	82
4.8	Konsumen Lebih Dikenali Sebagai Pelanggan Yang Sering Berbelanja Oleh Pihak Karyawan.....	83

4.9	Setelah Menggunakan Member EAC, Saya Merasa Menjadi Orang Pertama yang Mengetahui Adanya Promosi/Diskon Baru yang diinformasikan Melalui Email dan SMS .....	84
4.10	Adanya Potongan Harga Tambahan ( <i>Additional Discount</i> ) Pada Waktu-Waktu Tertentu Bagi Pengguna Member EAC .....	85
4.11	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel Program <i>Membership Card</i> ( $X_1$ ).....	86
4.12	Pedoman Interpretasi tentang Variabel Program <i>Membership Card</i> .....	88
4.13	Pedoman Interpretasi Variabel Kalitas Pelayanan.....	89
4.14	Saya Mendapatkan Informasi Yang Akurat Dan Mendapatkan Pelayanan Sesuai Dengan Harapan .....	89
4.15	Saya Mendapatkan Pelayanan Sesuai Dengan Waktu Yang Telah Disepakati.....	90
4.16	Karyawan Memberikan Respon Yang Baik Ketika Konsumen Meminta Bantuan .....	91
4.17	Karyawan Bertindak Cepat Dalam Mengatasi Keluhan Konsumen .....	92
4.18	Karyawan Mampu Melayani Dengan Baik Setiap Pertanyaan Yang Dijukan Konsumen .....	93
4.19	Saya Merasa Aman Ketika Bertransaksi Di PT. Eiger Store Ciamis .....	94
4.20	Saya Mendapatkan Perhatian Secara Personal Ketika Datang Ke Eiger Store Ciamis .....	94
4.21	Karyawan PT. Eiger Store Ciamis Selalu Mengutamakan Kepentingan Para Konsumen.....	95
4.22	Karyawan Yang Bekerja Di PT. Eiger Store Ciamis Berpenampilan Sopan, Rapih, Dan Professional .....	96
4.23	PT. Eiger Store Ciamis memiliki fasilitas pendukung (seperti kamar kecil yang nyaman dan bersih) .....	97
4.24	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).....	98
4.25	Pedoman Interpretasi tentang Variabel Kalitas Pelayanan.....	100
4.26	Pedoman Interpretasi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	101

4.27	Sebagai Anggota Member Saya Tertarik Untuk Membeli Ulang Produk-Produk Yang Ada Di PT. Eiger Store Ciamis .....	102
4.28	Sebagai Anggota Member Saya Mengunjungi Gerai/Toko Secara Berkala.....	103
4.29	Saya Akan Membeli Semua Produk Yang Saya Butuhkan Diritel Ini ...	103
4.30	Selain Membeli Produk Outdoor/Adventure, Saya Juga Membeli Produk Fashion Yang Tersedia Diritel Ini .....	104
4.31	Saya Tidak Tertarik Untuk Berbelanja Ditempat Lain.....	105
4.32	Saya Tidak Tertarik Dengan Program Promosi Yang Ditawarkan Oleh Kompetitor.....	106
4.33	Saya Akan Merekomendasikan PT. Eiger Store Ciamis Tempat Saya Berbelanja Kepada Orang Lain (Keluarga, Sahabat, Rekan Kerja) .....	107
4.34	Saya Akan Selalu Memberitahukan Kepada Orang Lain Ketika Ada Promo Diskon Atau Potongan Harga Di PT. Eiger Store Ciamis .....	108
4.35	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	109
4.36	Pedoman Interpretasi tentang Variabel Loyalitas Pelanggan .....	111
4.37	Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif .....	111
4.38	Tabulasi Data <i>Program Membership Card</i> (X <sub>1</sub> ) dan Loyalitas Pelanggan (Y).....	112
4.39	Tabulasi Data Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> ) dan Loyalitas Pelanggan (Y) ..	119
4.40	Tabulasi Data Program Membership Card (X <sub>1</sub> ), Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> ) Loyalitas Pelanggan (Y) .....	126
4.41	Tabel Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	132



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	70
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Eigerindo Multi Produk Industri Store Ciamis .....	73

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 SK Bimbingan

Lampiran 2 SK Pengantar Penelitian

Lampiran 3 SK Penelitian

Lampiran 4 Kuesioner Penelitian

Lampiran 5 Rekap Data Hasil Jawaban Responden

Lampiran 6 Output SPSS

Lampiran 7 Distribusi t tabel

Lampiran 8 Distribusi F table

Lampiran 9 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup