

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	13
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	13
1.2.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN,HIPOTESIS. 16</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....	16
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	16
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	17
2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen.....	18
2.1.1.4 Tujuan Manajemen .....	20
2.1.2 Manejemen Pemasaran .....	22

2.1.2.1	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.2.2	Pemasaran Online .....	24
2.1.2.3	Tujuan Pemasaran .....	24
2.1.2.4	Fungsi Pemasaran .....	25
2.1.2.5	Strategi Pemasaran.....	27
2.1.2.6	Pemasaran Era Industry 4.0 .....	28
2.1.3	Variabel yang Diteliti .....	29
2.1.3.1	Promosi .....	29
2.1.3.2	Bauran Pemasaran ( <i>Promotion Mix</i> ).....	30
2.1.3.2.1	Unsur-Unsur Bauran Pemasaran .	31
2.1.3.3	<i>Free Shipping</i> .....	31
2.1.3.3.1	Indikator <i>Free Shipping</i> .....	32
2.1.3.4	<i>Event Marketing</i> .....	33
2.1.3.4.1	Indikator <i>Event Marketing</i> .....	33
2.1.3.5	<i>Customer Loyalty</i> .....	34
2.1.3.5.1	Tahapan Loyalitas .....	35
2.1.3.5.2	Indikator <i>Customer Loyalty</i> .....	36
2.1.4	Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	36
2.1.5	Kerangka Pemikiran .....	39
2.2	Hipotesis Penelitian.....	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>46</b>
3.1	Definisi Metodologi Penelitian .....	46
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	49

3.2.1	Variabel Penelitian.....	49
3.2.2	Definisi Operasionalisasi Variabel .....	51
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	52
3.3.1	Populasi.....	52
3.3.2	Sampel .....	53
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4.1	Sumber Data .....	55
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.5	Teknik Analisis Data.....	58
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	59
3.5.2	Analisis Verifikatif .....	61
3.5.2.1	Analisis Pengaruh <i>Free Shipping</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	61
3.5.2.2	Analisis Pengaruh <i>Event Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	65
3.5.2.3	Analisis Pengaruh <i>Free Shipping</i> dan <i>Event</i> <i>Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ....	70
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian .....	74
3.6.1	Tempat Penelitian .....	74
3.6.2	Waktu Penelitian.....	74
<b>BAB IV</b>	<b>HASI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>76</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	76
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	76

4.1.1.1	Profil Panada Coffee.....	76
4.1.1.2	Visi dan Misi Panada Coffee .....	77
4.1.1.3	Struktur Organisasi Panada Coffee.....	78
4.1.1.4	Job Deskripsi Panada Coffee .....	78
4.1.2	Karakteristik Responden.....	80
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	83
4.1.3.1	Hasil Penelitian tentang <i>Free Shipping</i> (X1) pada pelanggan Panada Coffee Kecamatan Kawali .....	83
4.1.3.2	Hasil Penelitian tentang <i>Event Marketing</i> (X2) pada Pelanggan Panada Coffe Kecamatan Kawali .....	97
4.1.3.3	Hasil Penelitian tentang <i>Customer Loyalty</i> (Y) pada Pelanggan Panada Coffe Kecamatan Kawali .....	110
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	124
4.2	Pembahasan.....	153
4.2.1	Pengaruh <i>Free Shipping</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Pelanggan Panada Coffee Kecamatan Kawali	153
4.2.2	Pengaruh <i>Event Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Pelanggan Panada Coffee Kecamatan Kawali	154

4.2.3	Pengaruh <i>Free Shipping</i> dan <i>Event Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Pelanggan Panada Coffee Kecamatan Kawali.....	156
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>158</b>
5.1	Simpulan.....	158
5.2	Saran.....	158
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xvii</b>