

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of the driving factors and company loyalty loyalty programs on customer loyalty behavior . The results of a study it can be concluded that first , company commitment affect company loyalty ; affect both the company trust company loyalty ; company satisfaction affects third company loyalty ; fourth social benefit programs affect the loyalty program ; fifth special treatment program effect on loyalty programs ; sixth program value has no influence on the loyalty program ; seventh company loyalty affect the future buying behavior ; premium price , share of wallet , share of visits ; loyalty program has no effect on purchasing behavior in the future , the premium price, share of wallet and share of visits ; loyalty programs affect future purchasing behavior , a premium price, share of wallet and share of visits was weaker than the effect of company loyalty on these variables .

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor pendorong *program loyalty* dan *company loyalty* pada perilaku loyalitas konsumen. Hasil penelitian dapat disimpulkan yaitu pertama, *company commitment* berpengaruh terhadap *company loyalty*; kedua *company trust* berpengaruh terhadap *company loyalty*; ketiga *company satisfaction* berpengaruh terhadap *company loyalty*; keempat *program social benefit* berpengaruh terhadap *program loyalty*; kelima *program special treatment* berpengaruh terhadap *program loyalty*; keenam *program value* tidak memiliki pengaruh terhadap *program loyalty*; ketujuh *company loyalty* berpengaruh terhadap perilaku pembelian masa depan; *premium price*, *share of wallet*, *share of visits*; *program loyalty* tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian di masa depan, *premium price*, *share of wallet* dan *share of visits*; *program loyalty* berpengaruh terhadap pembelian perilaku masa depan, *premium price*, *share of wallet* dan *share of visits* lebih lemah dari pengaruh *company loyalty* pada variable-variabel tersebut.

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latarbelakangpenelitian.....	1
1.2 IdentifikasiMasalah.....	8
1.3 TujuanPenelitian.....	9
1.4 ManfaatPenelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 KonsepPerilakuKonsumen.....	12
2.2 Model PerilakuKonsumen.....	13
2.3 DefinisiLoyalitas.....	14
2.4 Konsep <i>Customer Loyalty</i>	17
2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	18
2.6 Definisi <i>Program Loyalty</i>	24
2.7 KerangkaTeoritisdanLandasanTeoritis.....	25
2.8 RingkasanRisetEmpiris.....	26

2.9 Kerangka Pemikiran.....	28
2.10 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.11 Model Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.3 Metode Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel.....	40
3.4 DOV.....	41
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.6 Uji Instrumen.....	48
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Realibilitas.....	51
3.7 Uji Data.....	53
3.7.1 Uji Outlier.....	53
3.7.2 Uji Normalitas.....	55
3.7.3 Uji Multikolinearitas.....	56
3.7.4 Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.8 Metode Analisis.....	59
3.8.1 Analisis Regresi dengan Menggunakan Mediasi.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	84
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86

LAMPIRAN.....	87
---------------	----