# DAFTAR ISI


LEMBAR PENGESAHAN……. i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN…….. ii

MOTTO…….. iii

ABSTRAK……. iv

*ABSTRACK*…… v

KATA PENGANTAR……. vi

DAFTAR ISI…….……. x

DAFTAR TABEL …….……. xii

DAFTAR GAMBAR……..……. xv

DAFTAR LAMPIRAN……... xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian…….. 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah…… 11

1.2.1 Identifikasi Masalah……. 11

1.2.2 Rumusan Masalah…… 12

1.3 Maksud dan Tujuan ……..…….…… 12

1.3.1 Maksud Penelitian…….……..…… 12

1.3.2 Tujuan Penelitian…….……..……..…… 13

1.4 Kegunaan Penelitian…….……..……..……. 13

1.4.1 Kegunaan Praktis…….……..……..… 13

1.4.2 Kegunaan Akademis…….……..……..…… 14

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian…….……..……..…… 14

1.5.1 Lokasi Penelitian ……. 14
1.5.2 Waktu Penelitian……. 14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis…..…….……..…… 16
2.1.1 Kerangka Pemikiran .....…….…….. 20
2.1.2 Hipotesis..... 35
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian……..…….. 36
3.2 Metode Penelitian……..... 36
3.2.1 Desain Penelitian……..……..... 37
3.2.2 Operasionalisasi Variabel……... 38
3.2.3 Metode Penarikan Sampel……..…… 40
3.2.3.1 Sumber Data……. 40
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data……. 42
3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data…..…… 45
3.2.4.1 Jenis Pengumpulan Data..……. 45
3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data.…….. 47
3.2.5 Metode Analisis dan Rancangan Hipotesis…….……... 54
3.2.5.1 Metode Analisis……..... 54
3.2.5.2 Uji Hipotesis…….. 67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN
4.1 Hasil Penelitian…….. 70
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan…… 70
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan…….…… 74
4.1.3 *Job Description*…….. 75
4.1.4 Karakteristik Responden..…….. 81
4.1.4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin…….. 81
4.1.4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur/Usia…….. 82

4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 83
4.1.4.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan……. 84
4.1.4.5 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendapatan selama satu Bulan……..... 85
4.1.4.6 Karakteristik Domisili..... 86
4.1.4.7 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Mengikuti Pelatihan.. 86
4.1.4.8 Karakteristik Berdasarkan Jenis Media Komunikasi yang Digunakan 89
4.1.4.6 Karakteristik Berdasarkan Jenis Media Komunikasi Lain yang Digunakan.. 91
81
4.2 Hasil Pembahasan…….. 92
4.2.1 Pelaksanaan Digital Marketing pada ZTE Asian Pacific R&D and Training Center 92
4.2.1.1 Telepon Genggam…..... 92
4.2.1.2 SMS……..... 96
4.2.1.3 Website …..... 100
4.2.1.4 E-Mail……..... 104
4.2.1.5 Facebook…..... 110
4.2.2 Pelaksanaan Loyalitas Konsumen pada ZTE Asian Pacific R&D and Training Center 118
4.2.2.1 Melakukan Pembelian Secara Teratur…… 118
4.2.2.2 Melakukan Pembelian Diluar Lini Produk ..... 119
4.2.2.3 Mereferensikan Kepada Orang Lain……..... 120
4.2.2.4 Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan Dari Pesaing... 122

4.2.3 *Importance Performance AnalysisI*.…….. 125

4.2.4 Analisis Kuantitatif……. 132

4.2.4.1 Dampak Digital Marketing Terhadap Loyalitas di ZTE Asian Pacific R&D and Training Center Bandung 132

4.2.4.1.1 Analisis Regresi Linier Sederhana Asian Pacific R&D and Training Center Bandung 133

4.2.4.1.2 Analisis Korelasi Pearson Product Moment ……...….135

4.2.4.1. 3 Analisis Koefisien Determinasi ……...……..…..….138

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan…….. 143

5.2 Saran……..…….. 145

DAFTAR PUSTAKA…..…….. 146

DAFTAR RIWAYAT HIDUP…..…….. 147

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL


| No. Bab | Judul Tabel | Hal |
|---|---|---|
| 1.1 | Alokasi Budget Iklan di Dunia ……...……..... | 3 |
| 1.2 | Tabel Media Promosi dan Jumlah Peserta di ZTE Asian Pacific R&D and Training Center Bandung Pada Tahun 2006 – 2009 ..... | 8 |
| 1.3 | Waktu Pelaksanaan Kegiatan Penelitian ……...…..……... | 15 |
| 2.1 | Daftar Jurnal……. | 20 |
| 2.2 | Empat Jenis Loyalitas …… | 27 |
| 3.1 | Operasionalisasi Variabel …….…….. | 39 |
| 3.2 | Penentuan Skor Jawaban Kuesioner …….…….…… | 46 |
| 3.3 | Hasil Uji Validitas Variabel Pelaksanaan *Digital Marketing*……..... | 50 |
| 3.4 | Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen……..... | 51 |
| 3.5` | Uji Reliabilitas Item ……..... | 53 |
| 3.6 | Pernyataan Jawaban Skala Likert …….……. | 55 |
| 3.7 | Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal ……..…..…..……. | 56 |
| 3.8 | Skor Kuesioner Untuk Pertanyaan Positif dan Negatif..... | 59 |
| 3.9 | Interprestasi Tingkat Hubungan Korelasi ……...…..……... | 63 |
| 4.1 | Pengelompokan Training Menurut *Course*-nya…….. | 73 |
| 4.2 | Harapan Konsumen Terhadap Media Promosi Telepon Genggam di ZTE Asian Pacific R&D and Training Center Bandung…….……95 | |

4.3 Harapan Konsumen Terhadap Media Promosi SMS di ZTE Asian Pacific R&D and Training Center Bandung…….……...…….…..99

4.4 Harapan Konsumen Terhadap Media Promosi *Website* di ZTE Asian Pacific R&D and Training Center Bandung……..…….…...……...103

4.5 Harapan Konsumen Terhadap Media Promosi *e-mail* di ZTE Asian Pacific R&D and Training Center Bandung……..……...…108

4.6 Harapan Konsumen Terhadap Media Promosi *facebook* di ZTE Asian Pacific R&D and Training Center Bandung……...…..113

4.7 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Tingkat Ketertarikan Digital Marketing ……...114

4.8 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Tingkat Kejelasan Digital Marketing ……...115

4.9 Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Konsumen …...….123

4.10 Interprestas Tingkat Kesesuaian Antara Kinerja dan Harapan…….....….126

4.11 Distribusi Frekuensi Indikator Tingkat Kemenarikan *Digital Marketing*…….…….. 127

4.12 Distribusi Frekuensi Indikator Tingkat Kejelasan *Digital Marketing*……...128

4.13 Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Tingkat Kinerja terhadap Tingkat Harapan…….…….129

4.14 ANOVA (b)……...133

4.15 Coefficients (a)……..……. .134

4.16 Correlations…….……. 137

4.17 Interpretasi Tingkat Hubungan Korelasi…….…… .138

4.18 Model Summary……139

-

## DAFTAR GAMBAR


| No. Bab | Judul Gambar | Hal |
|---|---|---|
| 2.1 | Sistem Profit Generator……. | 31 |
| 2.2 | Siklus Pembelian Tahun 2005 – 2009…….. | 33 |
| 2.3 | Paradigma Penelitian Dampak *Digital Marketing* Tterhadap Loyalitas Konsumen Pada ZTE Asian Pacific R&D and Training Center……..……..…….... | 35 |
| 3.1 | GarisKontinum …….. | 61 |
| 3.2 | Pembagian Kuadran *Importance Performance Analysis* …….…….. | 65 |
| 3.3 | Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis …….……. | 69 |
| 4.1 | Gedung ZTE Asian Pacific R&D and Training Center …… | 72 |
| 4.2 | Struktur Organisasi ……..……. | 74 |
| 4.3 | Jumlah & Persentase Responden Menurut Jenis Kelamin ……..……. | 81 |
| 4.4 | Jumlah & Persentase Responden Menurut Umur/Usia ……. | 82 |
| 4.5 | Jumlah & Persentase Responden Menurut Pendidikan Terakhir…… | 83 |
| 4.6 | Jumlah & Persentase Responden Menurut Jenis Pekerjaan…… | 84 |
| 4.7 | Jumlah & Persentase Responden Menurut Tingkat Pendapatan Selama Satu Bulan……..…… | 85 |
| 4.8 | Jumlah & Persentase Responden Menurut Domisili……..…… | 86 |
| 4.9 | Jumlah & Persentase Responden Menurut Frekuensi Mengikuti Pelatihan……..…… | 87 |
| 4.10 | Jumlah & Persentase Responden Menurut Jenis Media Komunikasi yang Digunakan……..…… | 89 |
| 4.11 | Jumlah & Persentase Responden Menurut Media Komunikasi Lain yang | 91 |

Digunakan…….……..

4.12 Media Promosi Telepon Genggam…….. 92

4.13 Tingkat Ketertarikan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui Telepon Genggam ……. 92

4.14 Tingkat Kejelasan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui Telepon Genggam …….. 94

4.15 Media Promosi SMS ……. 96

4.16 Tingkat Ketertarikan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui SMS …….. 97

4.17 Tingkat Kejelasan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui SMS……. 98

4.18 Media Promosi Website …….....…….. 100

4.19 Tingkat Ketertarikan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui *Website* …….. 101

4.20 Tingkat Kejelasan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui *Website* ……... 102

4.21 Media Promosi *E-mail* ……..….. 104

4.22 Tingkat Ketertarikan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui *E-Mail* …….. 105

4.23 Tingkat Kejelasan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui *E-Mail* …….…….. 106

4.24 Media Promosi *Facebook* ……...…….. 110

4.25 Tingkat Ketertarikan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui *Facebook* …….…….. 110

4.26 Tingkat Kejelasan Responden Terhadap Penyampaian Informasi Melalui *Facebook* …….…….. 112

4.27 Garis Kontinum Tingkat Ketertarikan *Digital Marketing*…….. 116

4.28 Garis Kontinum Tingkat Kejelasan *Digital* Marketing …….. 117
4.29 Frekuensi Responden Melakukan Pembelian Secara Teratur ……..... 118
4.30 Frekuensi Responden Melakukan Pembelian di Luar Lini Produk…..... 119
4.31 Frekuensi Responden Memberikan Referensi Kepada Orang Lain ……... 120
4.32 Frekuensi Responden Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan Dari Pesaing …… 122
4.33 Garis Kontinum Loyalitas Konsumen ……..…….. 124
4.34 Diagram Kartesius Tingkat Kinerja Terhadap Tingkat Harapan…… 130
4.35 Uji Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis ……. 142

# DAFTAR LAMPIRAN


| No. | Judul Lampiran |
|---|---|
| Lampiran1 | Kuisioner Penelitian |
| Lampiran2 | Data Ordinal Variabel Digital Marketing (x) |
| Lampiran3 | Data Interval Variabel Digital Marketing (x) |
| Lampiran4 | Data Ordinal Variabel Loyalitas Konsumen (y) |
| Lampiran5 | Data Interval Variabel Loyalitas Konsumen (y) |
| Lampiran6 | Data Detail MSI |
| Lampiran7 | Lembar Revisi Seminar Usulan Penelitian dan Skripsi |
| Lampiran8 | Kartu Peserta Sidang Seminar Usulan Penelitian |
| Lampiran9 | Surat Keterangan Dari Perusahaan |