

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
RIWAYAT HIDUP PENELITI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	106
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	14
B. Konsep dan Teori	16
1. Manajemen	16
2. Manajemen Pemasaran	21
c. Bauran Pemasaran	23
3. Inovasi Produk.....	25
4. <i>Digital marketing</i>	29
5. Loyalitas Konsumen.....	35
C. Kerangka Berpikir.....	40
D. Hipotesis.....	43
BAB III METODOLOGI DAN PENDEKATAN	45
A. Metode dan pendekatan.....	45

B. Jenis dan Sumber Data	45
C. Populasi dan Sampel	46
D. Operasional Variabel.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Analisis Data	50
G. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	57
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	57
2. Visi dan Misi Perusahaan	58
3. Struktur Organisasi Distro Langky Kota Tasikmalaya	58
4. Uraian Tugas atau Job Description.....	60
5. Logo.....	61
B. Analisis Data	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian	88
1. Pengaruh Inovasi Produk (X_1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) (Studi Pada Konsumen Produk <i>Fashion Brand Distribution Store Langky Kota Tasikmalaya</i>).....	89
2. Pengaruh <i>Digital marketing</i> (X_2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) (Studi Pada Konsumen Produk <i>Fashion Brand Distribution Store Langky Kota Tasikmalaya</i>).....	92
3. Pengaruh Inovasi Produk (X_1) dan <i>Digital marketing</i> (X_2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) (Studi Pada Konsumen Produk <i>Fashion Brand Distribution Store Langky Kota Tasikmalaya</i>).....	98
BAB V PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	110