

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penelitian	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Perilaku Konsumen	17
2.1.2 Theory of Reasoned Action.....	18
2.1.3 Kualitas Layanan.....	19
2.1.4 Suasana Kafe	22
2.1.5 Persepsi Nilai.....	23
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	25
2.1.7 Minat Beli Ulang	26
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	28
2.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.2.2 Pengaruh Suasana Kafe terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2.3 Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan	29

2.2.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang.....	30
2.2.5	Pengaruh Suasana Kafe terhadap Minat Beli Ulang.....	31
2.2.6	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Minat Beli Ulang.....	31
2.2.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.3	Penelitian Terdahulu	33
2.4	Kerangka Pemikiran	38
2.5	Variabel dan Indikator.....	39
BAB III	METODE PENELITIAN.....	42
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.1.1	Variabel Penelitian.....	42
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2	Populasi dan Sampel	44
3.2.1	Populasi.....	44
3.2.2	Sampel.....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data	45
3.3.1	Data Primer	45
3.3.2	Data Sekunder	45
3.4	Metode Pengumpulan Data	46
3.5	Metode Analisis.....	47
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.1.1	Gambaran Umum Objek	55
4.1.2	Gambaran Umum Responden	56
4.2	Analisis Data	60
4.2.1	Analisis Indeks Jawaban Responden.....	60
4.2.2	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	65
4.2.3	Uji Struktural.....	72
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	80
4.2.5	Analisis <i>Direct</i> , <i>Indirect</i> , dan <i>Total Effect</i>	82
4.3	Interpretasi Hasil	84
4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	84
4.3.2	Pengaruh Suasana Kafe terhadap Kepuasan Pelanggan.....	85
4.3.3	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Pelanggan	85
4.3.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang.....	85

4.3.5 Pengaruh Suasana Kafe terhadap Minat Beli Ulang.....	86
4.3.6 Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Minat Beli Ulang.....	86
4.3.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	87
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan Hipotesis	88
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	90
5.3 Implikasi Teoritis	91
5.4 Implikasi Manajerial	92
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.6 Saran Penelitian Mendatang.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	101

