

## DAFTAR ISI

COVER.....	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 ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori: <i>Service-Dominant Logic</i> (SDL).....	19
2.2 Variabel Penelitian.....	21
2.2.1 Kepuasan Konsumen.....	21
2.2.2 Minat Beli.....	27
2.2.3 Kualitas Produk .....	28
2.2.4 Kualitas Layanan .....	30
2.2.5 <i>Store Atmosphere</i> .....	32
2.3 Penelitian Terdahulu .....	37
2.4 Hubungan Antar Variabel .....	41
2.4.1 Hubungan Kualitas Produk dan Minat Beli .....	41
2.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli.....	41

2.4.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli.....	42
2.4.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	42
2.4.5	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	43
2.4.6	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	43
2.4.7	Pengaruh Minat Beli terhadap Kepuasan Konsumen.....	44
2.5	Kerangka Pemikiran .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>46</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	46
3.1.1	Variabel Penelitian.....	46
3.1.2	Definisi Operasional.....	47
3.2	Populasi dan Sampel .....	48
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	51
3.5	Metode Analisis.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>		<b>63</b>
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	63
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	64
4.1.3	Distribusi Jawaban Responden.....	66
4.2	Uji Kualitas Data.....	71
4.2.1	Uji Validitas.....	71
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	72
4.3	Hasil Analisis SEM .....	73
4.3.1	Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural.....	73
4.3.2	Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	81
4.3.3	Uji Analisis <i>Full Model</i> SEM.....	91
4.4	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total .....	93
4.5	Pengujian Hipotesis .....	95
4.6	Interpretasi Hasil .....	99
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	99
4.6.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli.....	99

4.6.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli.....	100
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	101
4.6.5	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	102
4.6.6	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	103
4.6.7	Pengaruh Minat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen.....	104
BAB V PENUTUP.....		105
5.1	Simpulan.....	105
5.2	Implikasi Teoritis.....	107
5.3	Implikasi Manajerial.....	107
5.4	Keterbatasan .....	109
5.5	Saran dan Agenda Penelitian.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....		111

