

## DAFTAR ISI

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 Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	14
1.5 Sistematika Penelitian.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	18
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	18
2.1.1 Loyalitas Konsumen.....	21
2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	24
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	29
2.1.4 Suasana Cafe .....	35
2.6 Kerangka Penelitian.....	41
2.7 Hipotesis .....	42
BAB III METODE PENELITIAN .....	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definsi Operasional .....	43
1. Variabel Eksogen .....	43
2. Variabel Mediasi .....	44
3. Variabel Endogen.....	44

3.2	Populasi dan Sampel.....	47
3.3	Jenis Data.....	48
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	49
3.5	Uji Kelayakan Kuesioner.....	50
3.5.1	Uji Semantik .....	50
3.5.2	Uji Statistik .....	65
3.6	Metode Teknik Analisis .....	68
3.6.1	Evaluasi Asumsi SEM.....	68
3.6.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	69
3.6.3	Analisis Full Model SEM .....	73
3.6.4	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	75
3.7	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total.....	78
3.8	Uji Efek Mediasi.....	78
3.9	Hipotesis .....	79
3.9.1	Pendekatan <i>Critical Ratio</i> .....	80
3.9.2	Pendekatan <i>Probability Value</i> .....	80
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		81
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	81
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	81
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	82
4.1.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.1.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	83
4.1.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
4.1.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	84
4.1.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pembelian Per Bulan.....	84
4.2	Evaluasi Asumsi SEM .....	85
4.2.1	Uji Normalitas.....	85
4.2.2	Uji Outliers.....	87
4.2.3	Uji Multikolinearitas .....	88
4.2.4	Uji Indeks Hoelter .....	88
4.3	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) .....	89
4.3.1	CFA Konstruksi Eksogen.....	90

4.3.2 CFA Konstruk Endogen .....	92
4.4 Analisis Full Model .....	95
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk .....	100
4.5.1 Uji Validitas Konstruk.....	100
4.5.2 Uji Reliabilitas Konstruk .....	101
4.6 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total.....	103
4.7 Uji Efek Mediasi.....	105
4.8 Uji Hipotesis .....	108
4.8.1 H1: Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	109
4.8.2 H2: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.....	110
4.8.3 H3: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	110
4.8.4 H4: Pengaruh Suasana Cafe terhadap Loyalitas Konsumen.....	111
4.8.5 H5: Pengaruh Suasana Cafe terhadap Kepuasan Konsumen .....	112
BAB V PENUTUP .....	113
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	113
5.2 Implikasi Teoritis .....	121
5.3 Implikasi Manajerial .....	125
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	127
5.5 Saran Penelitian Mendatang .....	128
DAFTAR PUSTAKA .....	129
LAMPIRAN .....	137

