

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
PERSETUJUAN SKRIPSI	II
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	III
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	V
ABSTRAK.....	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR TABEL.....	XV
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Research Gap.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Perceived Value	15
2.1.2. Aesthetic Labor.....	16
2.1.3. Positive Emotion.....	18
2.1.4. Behavioral Intention	18
2.1.5. Penelitian Terdahulu	19
2.2. Hubungan antar Variabel	25
2.2.1. Perceived Value dan Positive Emotion.....	25
2.2.2. Perceived Value dan Behavioral Intention	26
2.2.3. Aesthetic Labor dan Positive Emotion	27

2.2.4. Aesthetic Labor dan Behavioral Intention	28
2.2.5. Positive Emotion dan Behavioral Intention	28
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	30
BAB III	31
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.1.1. Variabel Penelitian.....	31
3.1.1.1. Variabel Independen	31
3.1.1.2 Variabel Intervening	32
3.1.1.3 Variabel Dependen.....	32
3.1.2 Definisi Oprasional Variabel dan Indikator Pengukuran.....	32
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1 Data Primer.....	37
3.3.2 Data Sekunder.....	38
3.4 Metode Penggumpulan Data	38
3.5 Skala Pengukuran Data	38
3.6 Metode Analisis Data	39
3.6.1 Confirmatory Factor Analysis	40
3.6.1.1 Uji Validitas	40
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	41
3.6.2 Pengujian Model Struktural.....	41
3.6.2.1 Pengujian Normalitas.....	41
3.6.2.2 Perancangan Model Struktural.....	41
3.6.3 Pengujian Hipotesis	42
3.6.4 Pengukuran Overall Fit.....	42
BAB IV	46
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1. Gambaran Umum KFC Indonesia	46
4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	48
4.2. Analisis Data	53

4.2.1 Uji Instrumen	53
4.2.1.1. Uji Validitas Data.....	54
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	56
4.2.2. Evaluasi Asumsi Model Structural Equation Model (SEM)	57
4.2.2.1. Evaluasi Uji Validitas	57
4.2.2.2. Evaluasi Uji Reliabilitas	67
4.2.2.3. Evaluasi Uji Normalitas	69
4.2.2.4. Full Model SEM	70
4.2.3. Pengujian Hipotesis	72
4.2.4. Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	74
4.3. Interpretasi Hasil	77
4.3.1. Pengaruh Hedonistic Value Terhadap Positive Emotion.....	77
4.3.2. Pengaruh Utilitarian Value Terhadap Positive Emotion	78
4.3.3. Pengaruh Hedonistic Value Terhadap Behavioral Intention	79
4.3.4. Pengaruh Utilitarian Value Terhadap Behavioral Intention	80
4.3.5. Pengaruh Aesthetic Labor Terhadap Positive Emotion.....	81
4.3.6. Pengaruh Aesthetic Labor Terhadap Behavioral Intention	82
4.3.7. Pengaruh Positive Emotion Terhadap Behavioral Intention	83
4.3.8. Analisis Efek Mediasi.....	83
BAB V	85
5.1. Kesimpulan.....	85
5.1.1. Kesimpulan Masalah Penelitian	85
5.1.2. Kesimpulan Hipotesis Penelitian.....	86
5.2. Implikasi Teoritis	86
5.3. Implikasi Manajerial	88
5.4. Keterbatasan Penelitian	90
5.5. Saran untuk Penelitian Mendatang.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	97