

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
BAB III METODE PENELITIAN.....		46
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
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		63
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