

## 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
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
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
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
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