

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