

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Loyalitas Konsumen.....	17
2.1.3 Kualitas Layanan.....	20
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	24
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	29

2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	36
3.1.1 Variabel Penelitian.....	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1. Data Primer.....	40
3.3.2. Data Sekunder.....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5 Skala Pengukuran.....	41
3.6 Metode Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	51
4.1.2.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	52
4.1.2.2 Karakteristik Umur Responden	52
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.1.2.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran per-Bulan.....	54
4.2 Analisis Data.....	54
4.2.1 Analisis Jawaban Responden.....	54

4.2.1.1 Analisis Jawaban Responden Variabel X_1	55
4.2.1.2 Analisis Jawaban Responden Variabel X_2	57
4.2.1.3 Analisis Jawaban Responden Variabel Y_1	58
4.2.1.4 Analisis Jawaban Responden Variabel Y_2	59
4.2.2 Analisis SEM.....	61
4.2.2.1 Analisis CFA.....	61
4.2.2.1.1 CFA Konstruk Eksogen.....	61
4.2.2.1.2 CFA Konstruk Endogen.....	63
4.2.2.2 Analisis Full Model SEM.....	65
4.2.3 Evaluasi Kriteria <i>Godeness of Fit</i>	66
4.2.3.1 Uji Asumsi SEM.....	66
4.2.3.2 Uji Hipotesis.....	73
4.3 Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	81
5.3 Saran.....	81
5.3.1 Saran Bagi Penelitian Mendatang.....	81
5.3.2 Saran Untuk Perusahaan.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	87