

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.5. Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Kepuasan Konsumen	17
2.1.3 Citra Merek	20
2.1.4 Kewajaran Harga	24
2.1.5 Lingkungan Fisik	28
2.2 Kerangka Pemikiran	33
2.3 Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35
3.1.1 Variabel Penelitian.....	35
3.1.2 Definisi Operasional	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi.....	37

3.2.2	Sampel	38
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3.1	Data Primer	40
3.3.2	Data Sekunder.....	40
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5	Uji Kelayakan Kuesioner.....	41
3.5.1.	Uji Semantik	41
3.5.2.	Uji Statistik	50
3.6.	Metode Analisis	53
3.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda	53
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.3	Uji Kelayakan Model.....	55
3.6.4.	Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN		59
4.1	Deksripsi Objek Penelitian	59
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Usia	60
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.1.5.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	61
4.1.6.	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Tower Cafe	62
4.2	Angka Indeks	63
4.2.1.	Angka Indeks Variabel Citra Merek.....	63
4.2.2.	Angka Indeks Variabel Kewajaran Harga	64
4.2.3.	Angka Indeks Variabel Lingkungan Fisik	65
4.2.4.	Angka Indeks Variabel Kepuasan Konsumen	67
4.3.	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.3.1.	Uji Normalitas.....	68
4.3.2.	Uji Multikolonearitas	69
4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	70
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.5	Uji Kelayakan Model.....	73
4.5.1.	Koefisien Determinasi (R ²)	73
4.5.2.	Uji Fit Model	74
4.6	Uji Hipotesis	75
4.6.1.	H1: Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen	76

4.6.2.	H2: Kewajaran harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen	77
4.6.3.	H3: Lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen	78
BAB V PENUTUP.....		80
5.1	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	80
5.2	Implikasi Teoritis	81
5.3	Implikasi Manajerial	83
5.4	Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	85
DAFTAR PUSTAKA		85
DAFTAR LAMPIRAN.....		92