

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKSI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Tinjauan Teori	11
2.1.1. Definisi <i>Perilaku Konsumen</i>	11
2.1.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2.1.2. Definisi <i>Customer Loyalty</i>	12
2.1.2.1 Tahapan–Tahapan <i>Customer Loyalty</i>	14
2.1.2.2 Tingkatan–Tingkatan <i>Customer Loyalty</i>	14
2.1.2.3 Karakteristik <i>Customer Loyalty</i>	16
2.1.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	17
2.1.2.5 Manfaat <i>Customer Loyalty</i>	17
2.1.2.6 Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	18
2.1.3. <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.1.3.1 Teori <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.3.3 Manfaat <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.3.4 Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.1.4 <i>Customer Experience</i>	21
2.1.4.1 Klasifikasi <i>Customer Experience</i>	22
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i>	23
2.1.4.3 Dimensi <i>Customer Experience</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	24

2.3.	Hubungan Antar Variabel	33
2.3.1	Hubungan <i>Sense</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.2	Hubungan <i>Relate</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.3	Hubungan <i>Sense</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	34
2.3.4	Hubungan <i>Relate</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	34
2.3.5	Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	34
2.3.6	Hubungan <i>sense</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	35
2.3.7	Hubungan <i>relate</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	35
2.4.	Hipotesis Penelitian	36
2.5.	Model Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1.	Rencana Penelitian	37
3.2.	Objek Penelitian	37
3.3.	Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.4.	Jenis dan Sumber Data	37
3.4.1	Jenis Data.....	37
3.4.2.	Sumber Data	38
3.4.2.1.	Data Primer	38
3.4.2.2.	Data Sekunder	38
3.5.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5.1.	Populasi	38
3.5.2.	Sampel	39
3.5.3.	Teknik Pengambilan Sampel	39
3.6.	Unit Analisis	40
3.7.	Definisi Operasional Variabel	40
3.7.1.	Operasionalisasi <i>Sense</i> (X1)	40
3.7.2.	Operasionalisasi <i>Relate</i> (X2).....	40
3.7.3.	Operasionalisasi <i>Customer Satisfaction</i> (Z)	40
3.7.4.	Operasionalisasi <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	41
3.8.	Teknik Analisis Data	42
3.8.1.	Uji Validitas	42
3.8.2.	Uji Reliabilitas	43
3.8.3.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	44
3.8.4.	Uji Parsial (Uji t)	46
3.8.5.	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	46
BAB IV HASIL PENELITIAN		48
4.1.	Karakteristik Responden	48
4.2.	Uji Validitas.....	52

4.3.	Uji Reliabilitas	56
4.4.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	56
4.4.1	Analisis Jalur Tahap 1	56
4.4.2.	Analisis Jalur Tahap 2	59
4.4.3.	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 & 2	63
BAB V PEMBAHASAN	66
5.1.	Pembahasan Hasil Penelitian	66
5.1.1	Pengaruh <i>Sense</i> (X1) terhadap <i>Customer Satisfication</i> (Z).....	66
5.1.2	Pengaruh <i>Relate</i> (X2) terhadap <i>Customer Satisfication</i> (Z).....	67
5.1.3	Pengaruh <i>Customer Satisfication</i> (Z) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	68
5.1.4	Pengaruh <i>Sanse</i> (X1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	69
5.1.5	Pengaruh <i>Relate</i> (X2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	69
5.1.6	Pengaruh <i>Sanse</i> (X1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) melalui <i>Customer Satisfication</i> (Z).....	70
5.1.7	Pengaruh <i>Relate</i> (X2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) melalui <i>Customer Satisfication</i> (Z).....	71
5.2	Temuan Penelitian	72
5.3	Keterbatasan Penelitian	72
BAB VI PENUTUP	73
6.1	Kesimpulan	73
6.2	Saran	75
6.3	Implikasi Penelitian	76
6.3.1	Implikasi Teoritis	76
6.3.2	Implikasi Praktis	76
DAFTAR REFERENSI	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama	Halaman
1.1	Tabel Toko Roti terkenal di Jakarta.....	2
1.2	Tabel Toko Roti dengan urutan Rating di Ciputra Mall, Jakarta Barat.....	4
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
3.1	Skor Skala <i>Likert</i>	38
3.2	Definisi Operasional Variabel	41
3.3	Cronbach's Alpha	43
4.1	Uji Validitas	53
4.2	Hasil Uji Reliabilitas	56
4.3	Hasil Uji t <i>Sanse</i> dan <i>Relate</i>	57
4.4	Nilai Koefisien Determinasi <i>Sanse</i> dan <i>Relate</i> terhadap Customer Satisfaction	58
4.5	Hasil Uji t <i>Sanse</i> , <i>Relate</i> dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty.....	60
4.6	Nilai Koefisien Determinasi <i>Sanse</i> , <i>Relate</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap Customer Loyalty.....	61
4.7	Hasil Perhitungan Pengaruh.....	64

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama	Halaman
1.1	Grafik Perbandingan BreadTalk (Toko Roti)	3
1.2	Pra Survei Dimensi <i>Customer Experience</i> Tentang <i>Sense</i> Dari Breadtalk Ciputra Mall, Jakarta Barat.	4
1.3	Pra Survei Dimensi <i>Customer Experience</i> Tentang <i>Feel</i> Dari Breadtalk Ciputra Mall, Jakarta Barat.	5
1.4	Pra Survei Dimensi <i>Customer Experience</i> Tentang <i>Think</i> Dari Breadtalk Ciputra Mall, Jakarta Barat.	6
1.5	Pra Survei Dimensi <i>Customer Experience</i> Tentang <i>Act</i> Dari Breadtalk Ciputra Mall, Jakarta Barat.	6
1.6	Pra Survei Dimensi <i>Customer Experience</i> Tentang <i>Relate</i> Dari Breadtalk Ciputra Mall, Jakarta Barat.	7
2.1	Tingkatan <i>Customer Loyalty</i>	15
2.2	Model Penelitian	36
3.1	Hubungan Kausal pada Sub –Struktur 1	44
3.2	Hubungan Kausal pada Sub-Struktursl 2	45
3.3	Model Analisis Jalur	45
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.3	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
4.4	Responden Berkunjung dan Membeli dalam 6 bulan Terakhir	51
4.5	Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan unuk Pembelian	52
4.6	Tahap 1 Analisis Jalur.....	59
4.7	Tahap 2 Analisis Jalur.....	62
4.8	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 & 2	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran No	Nama Lampiran	Halaman
1.	Lampiran Prasurevey	79
2.	Lampiran Kuesioner	81
3.	Tabulasi Data Karakteristik 145 Responden.....	89
4.	Tabulasi Pre-Test (30 Responden)	92
5.	Tabulasi Data 145 Responden	95
6.	Pernyataan Responden Tertinggi dan Terendah	104
7.	Hasil Uji Validitas.....	105
8.	Hasil Uji Reliabilitas	109
9.	Analisis Jalur Tahap 1 Hasil Uji t <i>Sense</i> dan <i>Relate</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	109
10.	Analisis Jalur Tahap 2 Hasil Uji t <i>Sense</i> , <i>Relate</i> dan <i>Cutomer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	110