

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	vi
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRACK	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 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Store Atmosphere.....	10
2.1.2 Elemen-Element Store Atmosphere	10
2.2 Kualitas Produk.....	12
2.2.1 Dimensi Kualitas Produk	12
2.3 Variasi Produk.....	13
2.3.1 Dimensi dan Indikator Variasi Produk.....	13
2.4 Kepuasan Konsumen.....	15
2.4.1 Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen.....	15
2.4.2 Ciri-Ciri Kepuasan Konsumen	16
2.5 Harga	16
2.5.1 Penetapan Harga.....	17

2.5.2	Dimensi dan Indikator Harga	18
2.6	Niat Beli Ulang	18
2.6.1	Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Ulang	19
2.6.2	Dimensi dan Indikator Niat Beli Ulang	19
2.7	Penelitian Terdahulu	20
2.8	Hubungan Antar Variabel	22
2.8.1	Hubungan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.8.2	Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.8.3	Hubungan Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.8.4	Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang	23
2.8.5	Hubungan Harga terhadap Niat Beli Ulang	23
2.9	Hipotesis Penelitian.....	24
2.10	Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Desain Penelitian.....	25
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.3	Jenis, Sumber Data, dan Cara Memperoleh Data	25
3.3.1	Jenis Data	25
3.3.2	Sumber Data.....	26
3.3.3	Cara Memperoleh Data	26
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.4.1	Populasi.....	26
3.4.2	Sampel.....	26
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6	Unit Analisis	28
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.7.1	Variabel Penelitian	28
3.7.2	Variabel Operasional.....	30
3.8	Teknik Analisis Data.....	32
3.9	Analisis Model SEM-PLS.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		36

4.2	Hasil Penelitian menggunakan SEM-PLS	39
4.3	Pembuatan Model Pengukuran (Outer Model)	40
4.3.1	Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	41
4.3.1.1	Convergent Validity	41
4.3.1.2	Analisis Validitas Konvergen (Konvergent Validity)	42
4.3.1.3	Analisis Composite Reliability	43
4.3.1.4	Analisis Cronbach's Alpha	44
4.3.1.5	Analisis Validitas Diskriminan	44
4.4	Analisis Model Struktur	46
4.4.1	Hasil R Square	46
4.4.2	Signifikansi Path Coefficient	47
BAB V PEMBAHASAN		49
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian	49
5.1.1	Hubungan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen	49
5.1.2	Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	49
5.1.3	Hubungan Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen	49
5.1.4	Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang	50
5.1.5	Hubungan Harga Memoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Niat	50
5.2	Temuan Penelitian	50
5.3	Keterbatasan Penelitian	51
BAB VI PENUTUP		52
6.1	Kesimpulan	52
6.2	Saran	52
6.3	Implikasi Penelitian	53
6.3.1	Impikasi Teoritis	53
6.3.2	Implikasi Praktis	53
DAFTAR REFERENSI		55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	29
Tabel 3.2 Variabel Operasional.....	30
Tabel 4.1 Hasil Outer Loading (Convergen Validity)	41
Tabel 4.2 Hasil AVE Variabel Laten	42
Tabel 4.3 Analisis Composite Reliability	43
Tabel 4.4 Cronbach's Alpha	44
Tabel 4.5 Validitas Diskriminan (Discriminat Validity).....	45
Tabel 4.6 Hasil Adjusted R-square	47
Tabel 4.7 Hasil Path Coefficient (P value)	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	2
Gambar 1.2 Top Brand Index 2020.....	4
Gambar 1.3 Grafik Hasil Pra Survei Store Atmosphere coffee shop janji jiwa.....	6
Gambar 1.4 Grafik Hasil Pra Survei kualitas produk coffee shop janji jiwa.....	6
Gambar 1.5 Grafik Hasil Pra Survei variasi produk coffee shop janji jiwa.....	7
Gambar 1.6 Grafik Hasil Pra Survei Harga coffee shop janji jiwa.....	7
Gambar 2.1 Model Penelitian	24
Gambar 4.1 Jenis kelamin responden.....	36
Gambar 4.2 Usia Responden.....	37
Gambar 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	37
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden	38
Gambar 4.5 Wilayah Responden.....	38
Gambar 4.6 Frekuensi Pembelian	39
Gambar 4.7 Model Pengukuran (Outer Model)	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Pra Survei.....	59
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	64
Lampiran 4 Tabulasi data 120 Responden.....	65
Lampiran 5 Output SmartPLS.....	75