

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR ..Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK .....	2
ABSTRACT .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Batasan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Tujuan penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>1.5.1 Manfaat Teoritis .....</b>	<b>13</b>
<b>1.5.2 Manfaat Praktis .....</b>	<b>13</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>14</b>

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Minat Pembelian.....	16
2.1.2 Kepuasan Konsumen .....	18
2.1.3 <i>Atmosphere</i> .....	19
2.1.4 <i>Experiential Marketing</i> .....	22
2.1.5 <i>Food Quality</i> .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	29
2.3.1 Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen .....	29

2.3.2 Pengaruh <i>Experience Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	30
2.3.3 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap terhadap Kepuasan Konsumen .....	32
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli .....	33
2.3.5 Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap Minat Beli .....	33
2.3.6 Pengaruh <i>Experience Marketing</i> terhadap Minat Beli.....	34
2.3.6 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap Minat Beli.....	34
2.4 Kerangka Berpikir .....	35
2.5 Bagan Alur Berpikir .....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	37
3.2 Populasi dan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel .....	38
3.2.3 Karakteristik Sampel.....	40
3.3 Metode Pengumpulan data.....	40
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.5 Metode Analisis Data.....	43
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Gambaran Umum .....	54
4.2 Analisis Data.....	54
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	54
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	65
4.2.3 Uji Validitas.....	72
4.2.4 Uji <i>Reliability</i> .....	73
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	73
4.2.6 Analisis Full Structural Equation Modeling.....	81
4.2.7 Pengujian Hipotesis .....	83
4.3 Pembahasan.....	84

<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan .....	97
5.1.1. Kesimpulan Hipotesis .....	98
5.1.1.1 Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen .....	98
5.1.1.2 Pengaruh <i>Experience Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	99
5.1.1.3 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen .....	100
5.1.1.4 Pengaruh Kepuasan Konsumenterhadap Minat Beli Ulang .....	100
5.1.1.5 Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Ulang .....	102
5.1.1.6 Pengaruh <i>Experience Marketing</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	103
5.1.1.7 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap Minat Beli Ulang .....	103
5.2 Rekomendasi .....	104
5.2.1 Implikasi Teori.....	104
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	105
5.2.3 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>

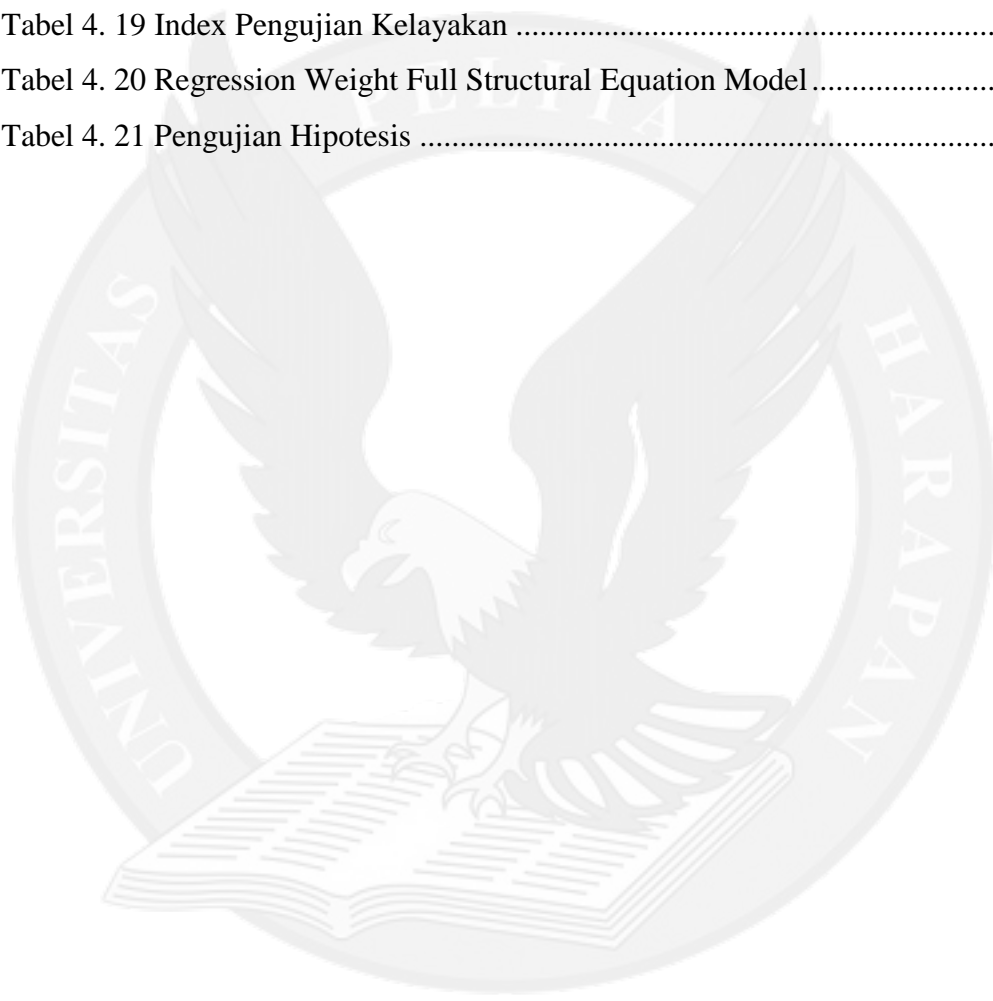
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Rasa Bunda.....	4
Gambar 1. 3 Makanan Padang Reasa Bunda .....	4
Gambar 1. 4 Google Rating Rasa Bunda .....	6
Gambar 1. 5 <i>Atmosphere</i> Rasa Bunda .....	7
Gambar 1. 6 <i>Experiential marketing</i> Rasa Bunda.....	8
Gambar 1. 7 Makanan Rasa Bunda.....	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu .....	28
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 2. 3 Alur Berpikir .....	36
Gambar 4. 1 Diagram Pie responden berdasarkan usia.....	55
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Gambar 4. 3 Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Tahun 2020 – 2022 .....	5
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3. 2 Keterangan Indikator Konstruk.....	43
Tabel 3. 3 Hubungan Konstruk Eksogen terhadap Konstruk Endogen .....	44
Tabel 3. 4 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen .....	44
Tabel 3. 5 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ). 44	
Tabel 4. 1 Derajat Penilaian Setiap Variabel .....	57
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden terhadap <i>Atmosphere</i> .....	58
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap <i>Experiential Marketing</i> .....	59
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Food Quality</i> .....	61
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen .....	62
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Minat Pembelian Ulang .....	64
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Atmosphere</i> .....	65
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	66
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Food Quality</i> .....	68
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen .....	69
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Minat Pembelian Ulang .....	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 4. 14 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ) .....	74
Tabel 4. 15 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S) .....	75

Tabel 4. 16 Evaluasi Outliers Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) .....	76
Tabel 4. 17 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Atmosphere, Experience Marketing, Food Quality</i> ,.....	79
Tabel 4. 18 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Kepuasan Konsumen dan MInat Beli Ulang.....	80
Tabel 4. 19 Index Pengujian Kelayakan .....	82
Tabel 4. 20 Regression Weight Full Structural Equation Model .....	82
Tabel 4. 21 Pengujian Hipotesis .....	83



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A-1 Kuisisioner Penelitian.....	A-1
Lampiran B-1 Tabulasi Kuesioner .....	B-1
Lampiran C-1 AMOS SPSS.....	C-1

