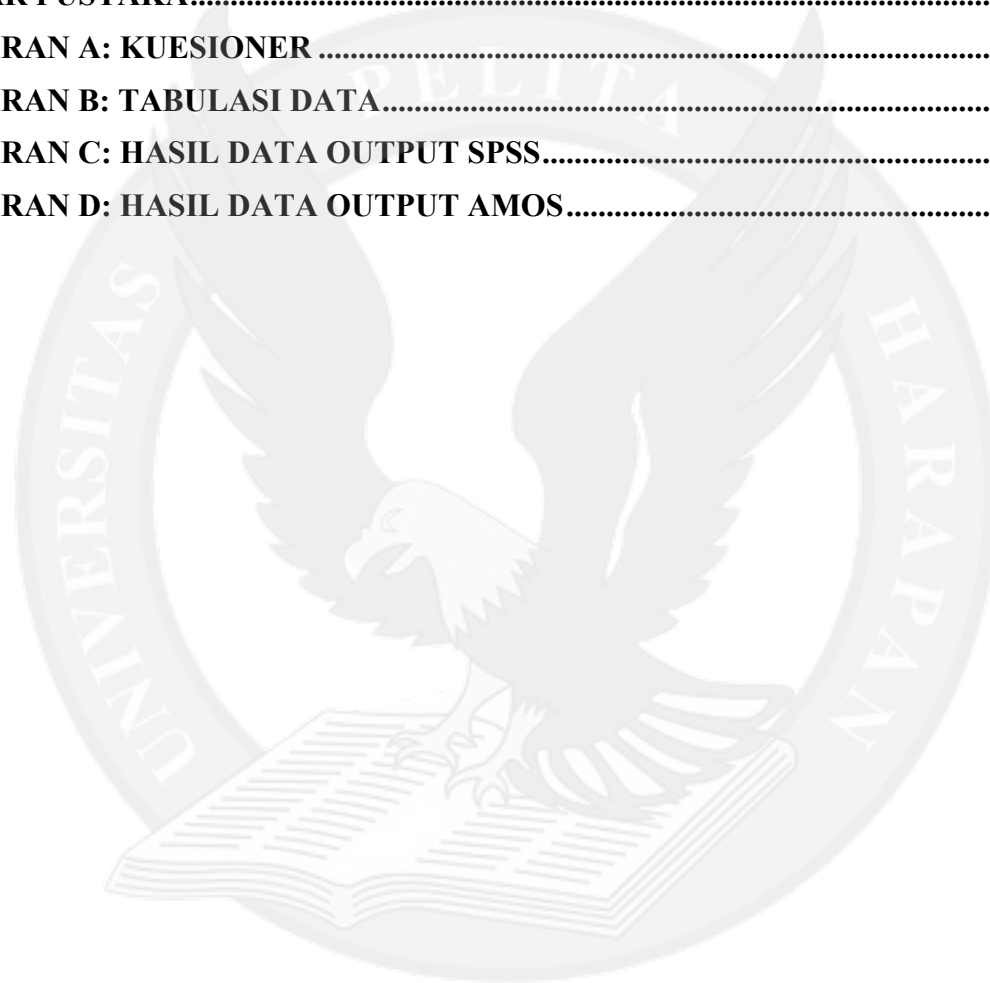


## DAFTAR ISI

COVER PAGE.....	I
TITLE PAGE .....	II
DECLARATION OF AUTHENTICITY OF FINAL PAPER AND UPLOAD AGREEMENT .....	III
APPROVAL PAGE BY FINAL PAPER ADVISOR .....	V
APPROVAL PAGE BY FINAL PAPER DEFENSE COMMITTEE .....	VI
ABSTRACT.....	VII
ABSTRAK .....	VIII
PREFACE.....	IX
DAFTAR ISI .....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR TABEL .....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 BATAS PENELITIAN.....	14
1.3 RUMUSAN MASALAH.....	15
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	16
1.5 MANFAAT PENELITIAN .....	17
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	17
1.5.2 Manfaat Praktis .....	17
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN.....	18
BAB II .....	20
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	20
2.1 LANDASAN TEORI.....	20
2.1.1 Brand Preference.....	20
2.1.2 Brand Trust.....	21
2.1.3 Customer Satisfaction.....	23
2.1.4 Brand Image .....	24
2.1.5 Atmospherics.....	26
2.1.6 Food Quality .....	27
2.1.7 Service Quality.....	30
2.1.8 Other Customer.....	31
2.2 PENELITIAN TERDAHULU .....	33
2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	35
2.3.1 Pengaruh Atmospherics terhadap Brand Image.....	35
2.3.2 Pengaruh Atmospherics Terhadap Customer Satisfaction.....	36
2.3.3 Pengaruh Food Quality Terhadap Brand Image.....	36
2.3.4 Pengaruh Food Quality Terhadap Customer Satisfaction .....	37
2.3.5 Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Image.....	37

2.3.6 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction .....	38
2.3.7 Pengaruh Other Customer Terhadap Brand Image .....	39
2.3.8 Pengaruh Other Customer Terhadap Customer Satisfaction.....	39
2.3.9 Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Satisfaction .....	40
2.3.10 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust .....	40
2.3.11 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Brand Trust.....	41
2.3.12 Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Preference.....	42
2.4 MODEL PENELITIAN.....	43
2.5 BAGAN ALUR BERPIKIR.....	44
<b>BAB III.....</b>	<b>47</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1 JENIS PENELITIAN .....	47
3.1.1 JENIS DATA.....	47
3.1.2 Sumber Data .....	48
3.2.1 Populasi.....	49
3.2.2 Sampel.....	49
3.3 METODE PENGUMPULAN DATA .....	50
3.4 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABLE.....	53
3.5 METODE ANALISIS DATA.....	57
3.5.1 Uji Reabilitas.....	68
<b>BAB IV .....</b>	<b>69</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
4.1 GAMBARAN UMUM .....	69
4.1.1 Bros Polonia Cafe Medan .....	69
4.2 ANALISIS DATA.....	70
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	70
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	79
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data .....	88
4.3. ANALISA FAKTOR KONFIRMATORI ( <i>CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS</i> ) .....	96
4.3.1. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	97
4.3.2. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	98
4.4 ANALISIS FULL STRUCTURAL EQUATION MODELING .....	100
4.4.1 Regression Weights Full Structural Equation Modeling .....	101
4.5. UJI RELIABILITY DAN VARIANCE EXTRA.....	104
4.6. HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS .....	106
4.6.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1).....	106
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	107
4.6.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3).....	108
4.6.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	108
4.6.5 Pengujian Hipotesis 5 (H5).....	109
4.6.6 Pengujian Hipotesis 6 (H6).....	110
4.6.7 Pengujian Hipotesis 7 (H7).....	110
4.6.8 Pengujian Hipotesis 8 (H8).....	111
4.6.9 Pengujian Hipotesis 9 (H9).....	112
4.6.10 Pengujian Hipotesis 10 (H10).....	112
4.6.11 Pengujian Hipotesis 11 (H11).....	113
4.6.12 Pengujian Hipotesis 12 (H12).....	114

4.7. PEMBAHASAN.....	114
<b>BAB V .....</b>	<b>138</b>
<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>138</b>
5.1 SIMPULAN .....	138
5.1.1 <i>Simpulan Atas Hipotesis</i> .....	139
5.1.2 <i>Simpulan Atas Masalah Penelitian</i> .....	146
5.2 IMPLIKASI.....	147
5.2.1 <i>Implikasi Teoritis</i> .....	147
5.2.2 <i>Implikasi Manajerial</i> .....	149
5.3 REKOMENDASI.....	159
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>160</b>
<b>LAMPIRAN A: KUESIONER .....</b>	<b>168</b>
<b>LAMPIRAN B: TABULASI DATA.....</b>	<b>172</b>
<b>LAMPIRAN C: HASIL DATA OUTPUT SPSS.....</b>	<b>176</b>
<b>LAMPIRAN D: HASIL DATA OUTPUT AMOS.....</b>	<b>177</b>



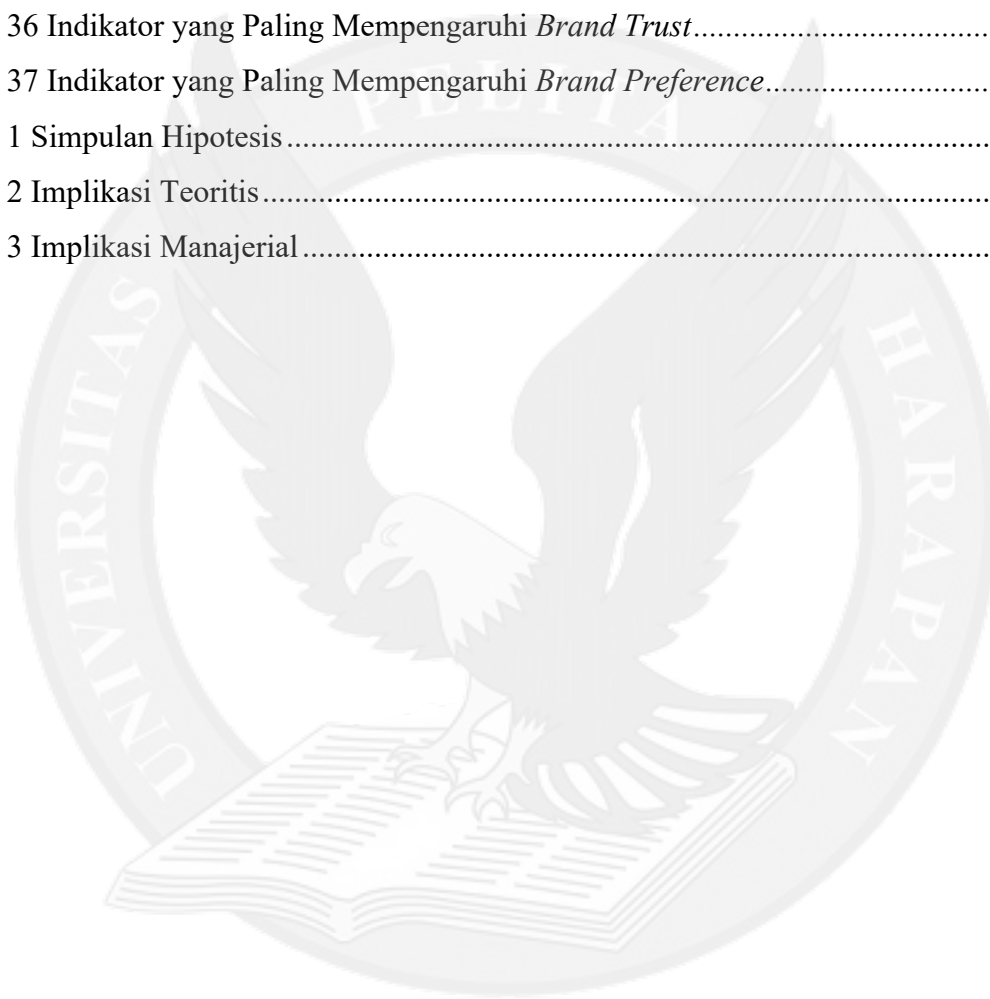
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pendapatan Riil Industri F&B 2017-2021 .....	1
Gambar 1.2 Data Laju Pertumbuhan Industri F&B 2017-2021 .....	2
Gambar 1. 3 Data Perkembangan Industri F&B 2017-2021.....	3
Gambar 1.4 Logo Bros Polonia Medan .....	5
Gambar 1. 5 Bros Polonia Medan.....	5
Gambar 1. 6 Bukti <i>Brand Trust</i> Bros Polonia Medan .....	7
Gambar 1. 7 Bukti <i>Customer Satisfaction</i> Bros Polonia Medan.....	8
Gambar 1. 8 <i>Bukti Brand Image</i> Bros Polonia Medan.....	9
Gambar 1. 9 Bukti <i>Brand Image</i> Bros Polonia Medan.....	10
Gambar 1. 10 Bukti <i>Atmospherics</i> Bros Polonia Medan .....	11
Gambar 1. 11 Bukti <i>Food Quality</i> Bros Polonia Medan.....	12
Gambar 1. 12 Bukti <i>Srvice Quality</i> Bros Polonia Medan.....	13
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu .....	34
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	43
Gambar 2. 3 Bagan Alur Berpikir .....	46
Gambar 2. 3 Bagan Alur Berpikir .....	46
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual.....	60
Gambar 4. 1: Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia .....	71
Gambar 4. 2: Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Gambar 4. 3 <i>Confirmatory Analysis Atmospherics, Food Quality, Service Quality, Dan Other Customer</i> .....	97
Gambar 4. 4 <i>Confirmatory Analysis Brand Image, Customer Satisfaction, Brand Trust, Dan</i> 99	
Gambar 4. 5 <i>Full Structural Equation Model</i> Pada Model Awal .....	100
Gambar 4. 5 <i>Full Structural Equation Model</i> Pada Model Awal .....	100
Gambar 4. 5 <i>Full Structural Equation Model</i> Pada Model Awal .....	100
Gambar 4. 5 <i>Full Structural Equation Model</i> Pada Model Awal .....	100
Gambar 4. 5 <i>Full Structural Equation Model</i> Pada Model Awal .....	100
Gambar 4. 5 <i>Full Structural Equation Model</i> Pada Model Awal .....	100
Gambar 4. 5 <i>Full Structural Equation Model</i> Pada Model Awal .....	100
Gambar 4. 5 <i>Full Structural Equation Model</i> Pada Model Awal .....	100

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner.....	51
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk .....	57
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Konstruk .....	61
Tabel 3. 5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran.....	62
Tabel 3. 6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ) .....	67
Table 4. 1 Responden Berdasarkan Usia .....	70
Table 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Table 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	73
Table 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Atmospherics</i> .....	73
Table 4. 5 Tanggapan Responden terhadap <i>Food Quality</i> .....	74
Table 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i> .....	75
Table 4. 7 Tanggapan Responden terhadap <i>Other Customer</i> .....	76
Table 4. 8 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i> .....	77
Table 4. 9 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	77
Table 4. 10 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Trust</i> .....	78
Table 4. 11 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Preference</i> .....	79
Table 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Atmospheric</i> .....	80
Table 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Food Quality</i> .....	81
Table 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i> .....	83
Table 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Other Customer</i> .....	84
Table 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	85
Table 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	86
Table 4. 18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Trust</i> .....	87
Table 4. 19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Preference</i> .....	88
Table 4. 20 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ) .....	90
Table 4. 21 Hasil Uji Normalitas Data.....	90
Table 4. 22 Statistik Deskriptif Z-Score .....	92
Table 4. 23 <i>Mahalanobis Distance</i> .....	94
Table 4. 24 Uji Bobot Faktor dan Nilai <i>Faktor Loading</i> Konstruk Eksogen .....	98
Table 4. 25 Uji Bobot Faktor dan Nilai <i>Faktor Loading</i> Konstruk Endogen .....	100
Table 4. 26 Indek Pengujian Kelayakan pada Model .....	101
Table 4. 27 <i>Regression Weights Full Structural Equation Model</i> .....	102

Table 4. 28 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extra</i> .....	105
Table 4. 29 Hasil Uji Hipotesis.....	106
Table 4. 30 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Atmospherics</i> .....	121
Table 4. 31 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Food Quality</i> .....	124
Table 4. 32 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Service Quality</i> .....	128
Table 4. 33 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Other Customer</i> .....	130
Table 4. 34 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	132
Table 4. 35 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> .....	133
Table 4. 36 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Brand Trust</i> .....	135
Table 4. 37 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Brand Preference</i> .....	136
Table 5. 1 Simpulan Hipotesis .....	138
Table 5. 2 Implikasi Teoritis .....	147
Table 5. 3 Implikasi Manajerial .....	155



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER .....	168
LAMPIRAN B TABULASI DATA .....	172
LAMPIRAN C HASIL DATA OUTPUT SPSS .....	176
LAMPIRAN D HASIL DATA OUTPUT AMOS .....	177
LAMPIRAN E HASIL TURNITIN CHECK .....	200

