

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Batasan Masalah.....	23
1.3 Rumusan Masalah.....	23
1.4 Tujuan Penelitian.....	24
1.5 Manfaat Penelitian.....	25
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	25
1.5.2 Manfaat Praktis.....	26
1.6 Sistematika Penulisan.....	26
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	28
2.1 Landasan Teori.....	28
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	28
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.1.3 <i>Service Quality</i>	31
2.1.4 <i>Social Enjoyment</i>	33
2.1.5 <i>Cleanness</i>	34
2.1.6 <i>Aesthetics</i>	36
2.1.7 <i>Cost</i>	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	42
2.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	42

2.3.2 Pengaruh <i>Social Enjoyment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	43
2.3.3 Pengaruh <i>Cleanness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	43
2.3.4 Pengaruh <i>Aesthetics</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	44
2.3.5 Pengaruh <i>Cost</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	45
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	45
2.4 Metode Penelitian.....	47
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	48
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data	50
3.1.1 Jenis Penelitian	50
3.1.2 Jenis Data	51
3.2 Populasi Dan Sampel.....	52
3.2.1 Populasi.....	52
3.2.2 Sampel.....	52
3.3 Metode Pengumpulan Data	54
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	56
3.5 Metode Analisis Data.....	58
3.5.1 Uji Reliabilitas	71
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Gambaran Umum Kedai Twenties	73
4.2 Analisis Data.....	73
4.2.1 Statistik Deskriptif	74
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	85
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	95
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis	110
4.3 Pembahasan	114
BAB 5 KESIMPULAN.....	137
5.1 Simpulan	137
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	137
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	141
5.2 Implikasi	142
5.2.1 Implikasi Teoritis	142
5.2.2 Implikasi Manajerial	143
5.3 Rekomendasi	151

Daftar Pustaka153



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman.....	3
Gambar 1. 2 Data Konsumsi Kopi Di Indonesia.....	6
Gambar 1. 3 Logo Kedai Twenties	9
Gambar 1. 4 <i>Customer Loyalty</i> dari Kedai Twenties	12
Gambar 1. 5 Bukti <i>Customer Loyalty</i>	12
Gambar 1. 6 <i>Customer Satisfaction</i>	13
Gambar 1. 7 bukti <i>Customer Satisfaction</i> kedai Twenties	13
Gambar 1. 8 <i>Service Quality</i> kedai twenties	14
Gambar 1. 9 <i>Service Quality</i> kedai twenties	15
Gambar 1. 10 <i>Social Enjoyment</i> Kedai Twenties	16
Gambar 1. 11 <i>Social Enjoyment</i> Kedai Twenties	16
Gambar 1. 12 <i>Social Enjoyment</i> Kedai Twenties	16
Gambar 1. 13 <i>Cleanness</i> dari Kedai Twenties.....	17
Gambar 1. 14 <i>Cleanness</i> dari Kedai Twenties.....	18
Gambar 1. 15 <i>Aesthetics</i> dari Kedai Twenties.....	19
Gambar 1. 16 <i>Aesthetics</i> dari Kedai Twenties.....	19
Gambar 1. 17 <i>Aesthetics product</i>	20
Gambar 1. 18 <i>Aesthetics Place</i>	21
Gambar 1. 19 Menu di Kedai Twenties.....	22
Gambar 1. 20 Daftar Harga di Kedai Twenties.....	22
Gambar 2. 1 Model Penelitian Terdahulu	41
Gambar 2. 2 Hasil model persamaan strukturan dan pengujian hubungan. Sampel Lengkap.....	42
Gambar 2. 3 Model Penelitian	47
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	62
Gambar 4. 1 Diagram Pie Usia Responden.....	75
Gambar 4. 2 Diagram Pie Jenis Kelamin Responden.....	76
Gambar 4. 3 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	103
Gambar 4. 4 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	105
Gambar 4. 5 Model Structural Equation Model Base Model.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kedai Kopi di Manado	10
Tabel 3. 2 Desain Inti Kusiner.....	56
Tabel 3. 3Definisi Operasional Variabel.....	58
Tabel 3. 4Keterangan Indikator Konstruk	63
Tabel 3. 5 Keterangan Hubungan antar Konstruk	64
Tabel 3. 6 Hasil Konversi Ke dalam Persamaan Model Pengukuran	65
Tabel 3. 7 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodnes of Fit Index)...	70
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	74
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	76
Tabel 4. 3 Derajat Penelitian.....	77
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Service Quality.....	78
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Social Enjoyment.....	79
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Cleanness.....	80
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Aesthetics	81
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Cost	82
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction.....	83
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Customer Loyalty	84
Tabel 4. 11 Penjelasan Responden terhadap Service Quality	86
Tabel 4. 12 Penjelasan Responden terhadap Social Enjoyment	87
Tabel 4. 13 Penjelasan Responden terhadap Cleanness	88
Tabel 4. 14 Penjelasan Responden terhadap Aesthetics.....	89
Tabel 4. 15 Penjelasan Responden terhadap Cost.....	91
Tabel 4. 16 Penjelasan Responden terhadap Customer Satisfaction.....	92
Tabel 4. 17 Penjelasan Responden terhadap Customer Loyalty	93
Tabel 4. 18 Goodness of Fit Index.....	96
Tabel 4. 19 Evaluasi Normalitas Data	97
Tabel 4. 20 Statistik Deskriptif Z-Score.....	98
Tabel 4. 21 Mahalanobis Distance.....	100
Tabel 4. 22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Variabel Eksogen.....	104
Tabel 4. 23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Variabel Endogen	106
Tabel 4. 24 Index Pengujian Kelayakan SEM (Base Model).....	107
Tabel 4. 25 Regression Weight Full Structural Equation Model.....	108
Tabel 4. 26 Uji Reliabilitas	109
Tabel 4. 27 Hasil Uji Hipotesis.....	110
Tabel 4. 28 Indikator Yang Paling Mempengaruhi Variabel Cost.....	120
Tabel 4. 29 Indikator Yang Paling Mempengaruhi Variabel Aesthetics.....	122
Tabel 4. 30 Indikator Yang Paling Mempengaruhi Variabel Social Enjoyment...125	
Tabel 4. 31 Indikator Yang Paling Mempengaruhi Variabel Service Quality	127
Tabel 4. 32 Indikator Yang Paling Mempengaruhi Variabel Cleanness	129
Tabel 4. 33 Indikator Yang Paling Mempengaruhi Variabel Customer Satisfaction	131
Tabel 4. 34 Indikator Yang Paling Mempengaruhi Variabel Customer Loyalty .	133
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	142
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	147

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	: KUISSIONER.....	A-1
LAMPIRAN B	: TABULASI DATA KUISSIONER	B-1
LAMPIRAN C	: HASIL UJI STATISTIK	C-1
LAMPIRAN D	: HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL	D-1

