

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1.1 Tentang Kopi Nako .....	3
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Kerangka Sistematis Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	12

2.2	<i>Service Quality</i> .....	13
2.3	<i>Brand Image</i> .....	14
2.4	<i>Store Atmosphere</i> .....	15
2.5	<i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.6	<i>Service Quality</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	17
2.7	<i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	18
2.8	<i>Store Atmosphere</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.9	<i>Service Quality</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	20
2.10	<i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	21
2.11	<i>Store Atmosphere</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	22
2.12	<i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	23
2.13	Model Penelitian .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		<b>26</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	27
3.2	Metode Kuantitatif.....	27
3.3	Desain Penelitian .....	28
3.4	Objek Penelitian.....	28
3.5	Subjek Penelitian .....	29
3.6	Unit Analisa .....	29
3.7	Pengukuran Variabel.....	30

3.8	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional [DKDO] .....	32
3.9	Skala Pengukuran .....	36
3.10	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.11	Etika Pengumpulan Data .....	38
3.12	Desain Sampel .....	39
3.13	Ukuran Sampel .....	41
3.14	Metode Analisa Data .....	41
3.14.1	Statistik Deskriptif .....	42
3.14.2	Statistik Inferensial .....	43
3.15	<i>Goodness of Data</i> .....	44
3.15.1	Validitas .....	44
3.15.2	Reliabilitas .....	46
3.16	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.16.1	Uji Normalitas.....	47
3.16.2	Uji Multikolinearitas .....	47
3.16.3	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.17	SEM AMOS.....	48
3.18	Uji Pretest .....	52
3.18.1	Uji Validitas Pretest .....	52
3.18.2	Uji Reliabilitas Pretest .....	56
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1	Profil Responden.....	58
4.1.1	Jenis Kelamin .....	58

4.1.2	Usia.....	59
4.1.3	Frekuensi Mengunjungi Kopi Nako Per Bulan .....	60
4.2	Hasil Uji Aktual .....	61
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif.....	61
4.2.2	Uji Validitas dan Relibilitas Aktual .....	64
4.2.2.1	Uji Validitas Konvergen Aktual .....	65
4.2.2.2	Uji Validitas Diskriminan Aktual.....	67
4.2.2.3	Uji Reliabilitas Aktual .....	68
4.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	69
4.2.3.1	Uji Normalitas .....	70
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas.....	74
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	76
4.2.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	78
4.2.5	Model Fit .....	80
4.2.6	Pengujian Hipotesis .....	83
4.3	Diskusi .....	84
4.4	Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya .....	89
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1	Kesimpulan .....	91
5.2	Implikasi Teoritis .....	94
5.3	Implikasi Manajerial .....	98
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	101
5.5	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	102

**DAFTAR PUSTAKA.....104**  
**LAMPIRAN .....127**



## DAFTAR TABEL

Table 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional (DKDO).....	32
Tabel 3.2 Skala Likert.....	37
Table 3.3 Nilai Interval dan Kategori.....	43
Tabel 3.4 Validitas Pretest ( <i>Service Quality</i> ).....	53
Tabel 3.5 Validitas Pretest ( <i>Brand Image</i> ).....	54
Tabel 3.6 Validitas Pretest ( <i>Store Atmosphere</i> ).....	54
Tabel 3.7 Validitas Pretest ( <i>Customer Satisfaction</i> ).....	55
Tabel 3.8 Validitas Pretest ( <i>Customer Loyalty</i> ).....	55
Tabel 3.9 Reliabilitas Pretest.....	57
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	59
Tabel 4.2 Usia Responden.....	59
Tabel 4.3 Frekuensi Mengunjungi.....	60
Tabel 4.4 Tabel Statistik Deskriptif.....	62
Tabel 4.5 Uji Validitas Konvergen Aktual.....	65
Tabel 4.6 Uji Validitas Konvergen AVE Aktual.....	66
Tabel 4.7 Uji Validitas Diskriminan Aktual.....	67
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas – Aktual.....	68
Tabel 4.9 Uji Normalitas 1 – Kolmogorov Smirnov.....	72
Tabel 4.10 Uji Normalitas 2 – Kolmogorov Smirnov.....	74
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas 1.....	75
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas 2.....	76

Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi .....	79
Tabel 4.14 Model Fit .....	82
Tabel 4.15 Hasil Analisa Hipotesis.....	83
Tabel 4.16 Perbandingan Penelitian Sebelum dan Sekarang.....	90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Kopi 2010-2021.....	2
Gambar 1.2 Kopi Nako Alam Sutera.....	4
Gambar 1.3 Produksi Kopi Indonesia Menurut Provinsi.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian yang Dilakukan Sebelumnya.....	24
Gambar 2.2 Model Penelitian yang Diusulkan Peneliti.....	25
Gambar 3.1 Rumus Pearson Correlation (Sugiyono, 2016) .....	53
Gambar 3.2 Rumus Cronbach Alpha (Sugiyono, 2016).....	56
Gambar 4.1 Model Struktural CFA .....	64
Gambar 4.2 Uji Normalitas 1 – P-Plot.....	70
Gambar 4.3 Uji Normalitas 1 – Histogram.....	71
Gambar 4.4 Uji Normalitas 2 – P-Plot.....	72
Gambar 4.5 Uji Normalitas 2 – Histogram.....	73
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas 1 – Scatterplot .....	77
Gambar 4.7 Uji Heteroskedastisitas 2 - Scatterplot.....	78
Gambar 4.8 Rumus Koefisien Determinasi (Ghozali, 2016).....	79
Gambar 4.9 Uji Model Struktural Akhir.....	81



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I: KUESIONER .....	128
LAMPIRAN II: TES PENDAHULUAN .....	131
LAMPIRAN III: UJI AKTUAL .....	133

