

DAFTAR ISI

BAB I.....	3
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Batasan Masalah.....	17
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Praktis.....	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II.....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Intention to Repatronage.....	21
2.1.2 Customer Satisfaction.....	23
2.1.3 In-Shop Emotions.....	24
2.1.4 Presence Interaction With Other Customers.....	26
2.1.5 Merchandise Variety.....	27
2.1.6 Interaction With Staff.....	28
2.1.7 Internal Shop Environment.....	29
2.1.8 Merchandise Value.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	34
2.3.1 Pengaruh Merchandise Value terhadap Customer Satisfaction.....	34
2.3.2 Pengaruh Internal Shop Environment terhadap Customer Satisfaction.....	34
2.3.3 Pengaruh Interaction With Staff terhadap Customer Satisfaction.....	35
2.3.4 Pengaruh Merchandise Variety terhadap Customer Satisfaction.....	35
2.3.5 Pengaruh Presence Interaction With Other Customers terhadap Customer Satisfaction.....	36
2.3.6 Pengaruh In-Shop Emotions terhadap Customer Satisfaction.....	36
2.3.7 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Intention to Repatronage.....	37
2.4 Model Penelitian.....	38
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	39
BAB III.....	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel.....	42
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47

3.5 Metode Analisis Data.....	49
3.5.1 Uji Reliabilitas.....	61
BAB IV.....	62
4.1 Gambaran Umum.....	62
4.2 Analisis Data.....	66
4.2.1 Tanggapan Responden.....	66
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	78
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	92
4.2.2.6 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	100
4.2.4 Analisis Full Structural Equation Modeling.....	104
4.2.5 Uji Reliability.....	106
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	108
4.2.6.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2).....	109
4.2.6.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4).....	111
4.3 Pembahasan.....	113
BAB V.....	142
5.1 Simpulan.....	142
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	143
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	151
5.2 Implikasi.....	152
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	152
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	153
5.3 Rekomendasi.....	159
DAFTAR PUSTAKA.....	161

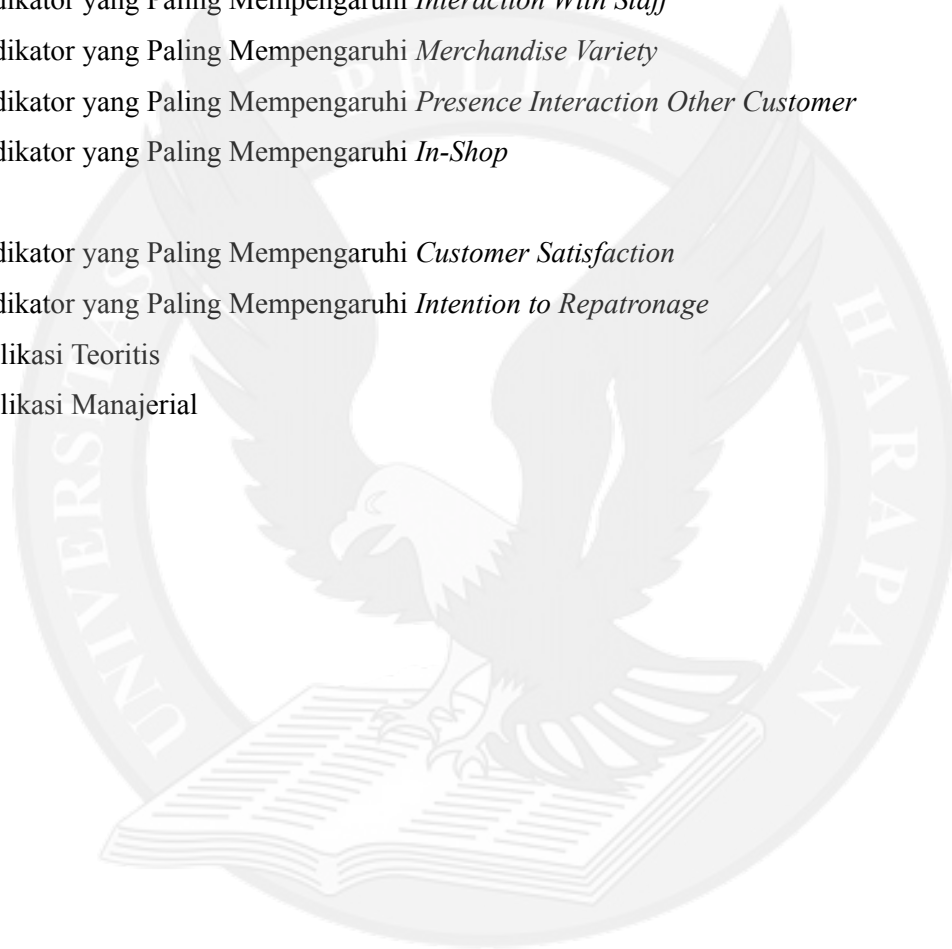
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Tahunan Indonesia	2
Gambar 1.2 Logo Zara	8
Gambar 1.3 Gerai Zara Pakuwon Mall Surabaya	8
Gambar 1.4 Interaksi Pengunjung Dengan Staff Toko	10
Gambar 1.5 Grafik perbandingan brand value antara Zara dan H&M	14
Gambar 2.1 Model Penelitian...	34
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis...	48
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	58
Gambar 4.2 Usia Responden	59
Gambar 4.3 <i>Merchandise Value, Internal Shop Environment, Interaction With Staff, Merchandise Variety, Presence Interaction With Other Customers, In-Shop Emotions, Customer Satisfaction, dan Intention to Repatronage</i>	87
Gambar 4.4 <i>Customer Satisfaction dan Intention to Repatronage</i>	89
Gambar 4.5 <i>Full Structural Equation Model</i>	90

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 3.3 Keterangan Indikator Konstruk	46
Tabel 3.4 Keterangan Hubungan Konstruk	48
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen.	49
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2 Usia Responden	58
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	60
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Merchandise Value dan Variety</i>	61
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Internal Shop Environment dan In-Shop Emotions</i>	62
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Interaction With Staff</i>	63
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Presence Interaction Other Customer</i>	65
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	66
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Intention to Repatronage</i>	67
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Value dan Merchandise Variety</i>	68
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Internal Shop Environment dan In-Shop Emotions</i>	71
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Interaction With Staff</i>	74
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Presence Interaction Other Customer</i>	76
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	77
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Intention to Repatronage</i>	79
Tabel 4.16 <i>Goodness of Fit Index</i>	82
Tabel 4.17 Evaluasi Normalitas Data	83
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif <i>Z-Score</i>	84
Tabel 4.19 <i>Mahalanobis Distance</i>	85
Tabel 4.20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Merchandise Value, Internal Shop Environment, Interaction With Staff, Merchandise Variety, Presence Interaction With Other Customers, In-Shop Emotions, Customer Satisfaction, dan Intention to Repatronage</i>	89

Tabel 4.21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Intention to Repatronage</i>	90
Tabel 4.22 Index Pengujian Kelayakan	92
Tabel 4.23 <i>Regression Weight Full Structural Equation Model</i>	92
Tabel 4.24 Uji Reliability	94
Tabel 4.25 Hasil Uji Hipotesis	95
Tabel 4.26 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Merchandise Value</i>	107
Tabel 4.27 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Internal Shop Environment</i>	111
Tabel 4.28 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Interaction With Staff</i>	112
Tabel 4.29 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Merchandise Variety</i>	115
Tabel 4.30 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Presence Interaction Other Customer</i>	117
Tabel 4.31 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>In-Shop Emotions</i>	120
Tabel 4.32 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	122
Tabel 4.33 Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Intention to Repatronage</i>	123
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	135
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	139



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER.....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK	C-1
LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN <i>STRUCTURAL EQUATION MODELING</i>	D-1
LAMPIRAN E: HASIL TURNITIN HALAMAN TERAKHIR	E-1

