

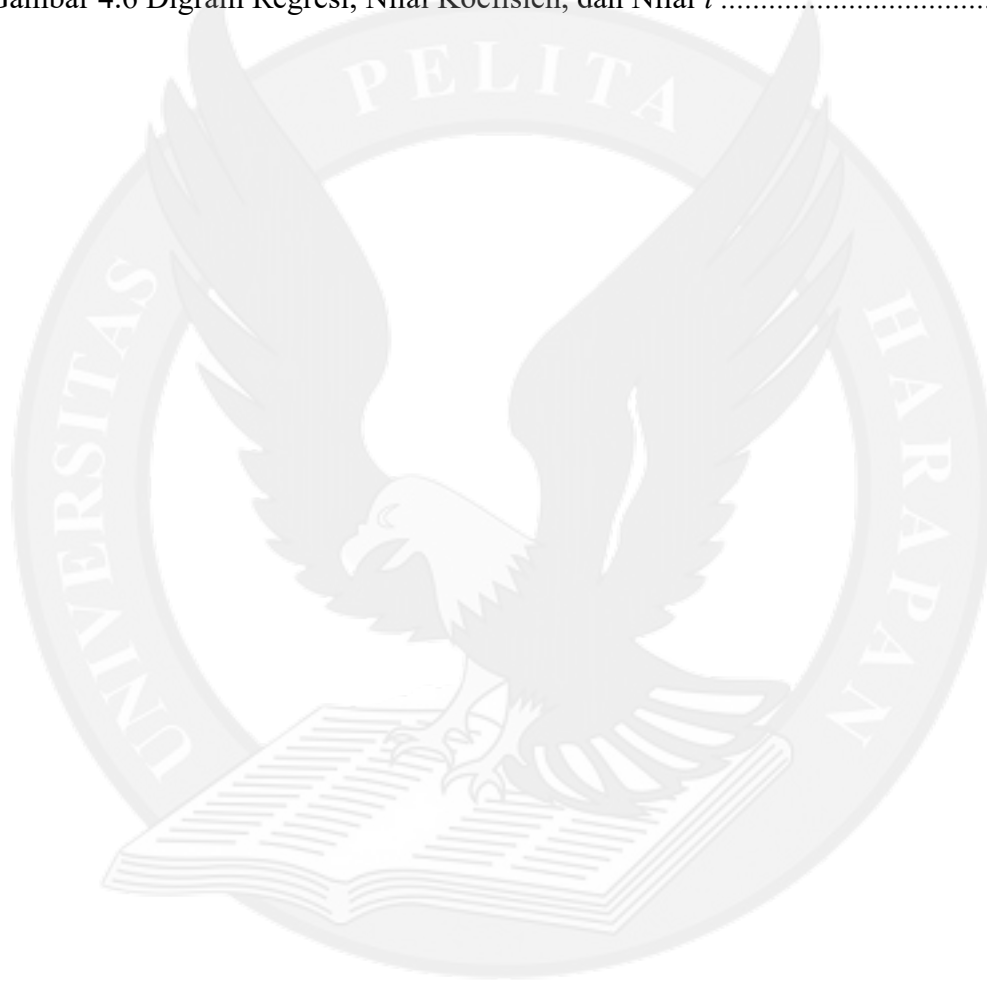
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Batasan Penelitian.	22
1.3 Rumusan Masalah.	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	23
1.5 Manfaat Penelitian.....	23
1.6 Sistematika Penulisan	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
2.1 Dasar Teori	26
2.1.1 Service quality	26
2.1.2 Store atmosphere	29
2.1.3 Price fairness	31
2.1.4 Satisfaction	34
2.1.5 Loyalty.....	38
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	40
2.3.1 Pengaruh Service quality terhadap Satisfaction	40
2.3.2 Pengaruh Store atmosphere terhadap Satisfaction.....	40
2.3.3 Pengaruh Price fairness terhadap Satisfaction.....	41
2.3.4 Pengaruh <i>satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i>	41
2.4 Kerangka Konseptual	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	43
3.1.1 Jenis Penelitian	43
3.1.2 Jenis Data.....	44
3.2 Populasi dan Sampel.....	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel	45
3.3 Metode Pengumpulan Data	47
3.4 Definisi operasional dan pengukuran variable	49
3.5 Metode Analisis.....	50
3.5.1 Pengolahan Data.....	50

BAB IV ANALISIS DATA PERUSAHAAN & PENELITIAN	57
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
4.2 Deskripsi Data	59
4.2.1 Karakteristik Responden	59
4.2.4 Analisis Pengaruh	74
4.2.5 Pengujian Hipotesis Penelitian	79
4.3 Pembahasan	80
4.3.1 Pembahasan Pengaruh <i>Service quality</i> Terhadap <i>Satisfaction</i>	80
BAB V	89
PENUTUP	89
5.1 Simpulan.....	89
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	89
5.1.2 Simpulan Berdasarkan Rumusan Masalah	90
5.2 Implikasi	90
5.2.1 Implikasi Teoritis	90
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	91
5.3 Rekomendasi	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1 Kedai Kopi Janji Jiwa	47
Gambar 4.2 Menu Kopi Sejuta Jiwa	48
Gambar 4.3 Diagram Pie Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	50
Gambar 4.4 Diagram Pie Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia ..	50
Gambar 4.5 Uji Normalitas dengan <i>Normal Probability Plot</i>	60
Gambar 4.6 Digram Regresi, Nilai Koefisien, dan Nilai t	69



DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Penjualan Kopi Janji Jiwa Barata Jaya Gubeng	16
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	48
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 3.3 <i>Rules of Thumb</i> mengenai Ukuran Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	60
Tabel 4.3 Klasifikasi Nilai Rata-Rata Jawaban Responden.....	61
Tabel 4.4 Tanggapan <i>Service quality</i> di Kedai Kopi Janji Jiwa.....	62
Tabel 4.5 Tanggapan <i>Store atmosphere</i> di Kedai Kopi Janji Jiwa.....	63
Tabel 4.6 Tanggapan <i>Price fairness</i> di Kedai Kopi Janji Jiwa	64
Tabel 4.7 Tingkat Kepuasan di Kedai Kopi Janji Jiwa	65
Tabel 4.8 Tingkat Loyalitas di Kedai Kopi Janji Jiwa	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	69
Tabel 4.11 Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test	70
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas Variabel Bebas Penelitian	71
Tabel 4.13 Uji Heterokedastisitas Menggunakan Uji Glejser.....	72
Tabel 4.14 Hubungan Linier <i>Service quality</i> dan <i>Satisfaction</i>	73
Tabel 4.15 Hubungan Linier <i>Store atmosphere</i> dan <i>Satisfaction</i>	73
Tabel 4.16 Hubungan Linier <i>Price fairness</i> dan <i>Satisfaction</i>	73
Tabel 4.17 Hubungan Linier <i>Satisfaction</i> dan <i>Loyalty</i>	74
Tabel 4.18 Hasil Statistik Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4.19 Hasil Statistik Regresi Linear Sederhana.....	77
Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis Penelitian	79
Tabel 4.21 Perbandingan Indikator Terbaik dan Indikator Terpenting <i>Service quality</i> di Kedai Kopi Janji Jiwa.....	81
Tabel 4.22 Perbandingan Indikator Terbaik dan Indikator Terpenting <i>Store atmosphere</i> di Kedai Kopi Janji Jiwa	83
Tabel 4.23 Perbandingan Indikator Terbaik dan Indikator Terpenting <i>Price fairness</i> di Kedai Kopi Janji Jiwa.....	84
Tabel 4.24 Perbandingan Indikator Terbaik dan Indikator Terpenting <i>Satisfaction</i> di Kedai Kopi Janji Jiwa	86
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	91
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	91