DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR.....iii

DAFTAR ISI.....vi

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR.....xiii

DAFTAR GRAFIK.....xiv

DAFTAR LAMPIRAN.....xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Identifikasi Masalah 12

1.3 Rumusan Masalah.....12

1.4 Tujuan Penelitian.....13

1.5 Manfaat Penelitian.....13

1.6 Lokasi dan Waktu Dalam Melakukan Penelitian 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran.....15

2.2 Bauran Pemasaran.....16

2.3 *Store Atmosphere* 19

2.3.1 Dimensi *Store Atmosphere*.....20
2.4 *Experiental Marketing* 24
2.4.1 Dimensi *Experiental Marketing*.....25
2.4.2 *Experiential Provider*.....27
2.4.3 *Model Experiential Marketing* 28
2.5 Minat Beli Ulang.....29
2.5.1 Mengukur Minat Beli Ulang 30
2.6 Penelitian Terdahulu 31
2.7 Hubungan Antar Variabel 36
2.7.1 Hubungan antara *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Ulang.....36
2.7.3 Hubungan antara *Experiental Marketing* terhadap Minat Beli Ulang ..36
2.8 Kerangka Pemikiran.....37
2.9 Hipotesis Penelitian.....38
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian.....39
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 39
3.1.2 Logo 40
3.1.3 Lokasi.....41
3.1.4 Waktu Operasional.....41
3.2 Metode Penelitian.....41
3.3 Operasional Variabel.....42

3.4 Jenis Data dan Sumber Data 45
3.5 Teknik Pengumpulan Data 46
3.6 Populasi dan Sampel 47
3.7 Skala Pengukuran 48
3.8 Pengujian Instrumen dan Hasil 49
3.8.1 Uji Validitas 49
3.8.2 Uji Reliabilitas 50
3.8.3 Uji Asumsi Klasik 51
3.9 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis 52
3.9.1 Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman 52
3.9.2 Koefisien Determinasi 54
3.9.3 Rancangan Analisis Linier Berganda 54
3.9.4 Uji Hipotesis 56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 58
4.1.1 Data Demografi Konsumen 58
4.2 Pengujian Data 63
4.2.1 Hasil Uji Validitas 63
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas 66
4.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden 67
4.3.1 Tanggapan Responden mengenai Variabel *Store Atmosphere* 69

4.3.1.1Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai *Store Atmosphere* Blue Doors Coffee 73

4.3.2 Tanggapan Responden mengenai Variabel *Experiental Marketing*.....74

4.3.2.1Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai *Experiental Marketing* Blue Doors Coffee.....79

4.3.3 Tanggapan Responden mengenai Variabel Minat Beli Ulang Konsumen Blue Doors Coffee.....80

4.3.3.1Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Ulang Konsumen Blue Doors Coffee 82

4.4 Uji Asumsi Klasik.....83

4.4.1 Uji Normalitas.....83

4.4.2 Uji Multikolinearitas 84

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....85

4.5 Analisis Pengaruh antar Variabel.....86

4.5.1 *Dinescape* terhadap Loyalitas Konsumen 86

4.5.2 *Food Quality* terhadap Loyalitas Konsumen 88

4.5.3 Analisis Koefisien Korelasi Secara Bersama-sama 88

4.6 Pengujian Hipotesis.....89

4.6.1 Pengujian Hipotesis Parsial (t-test*) Dinescape* terhadap Loyalitas Konsumen.....89

4.6.2 Pengujian Hipotesis Parsial (t-test*) Food Quality* terhadap Loyalitas Konsumen.....91

4.6.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 93

5.2 Saran.....95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN