

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Profil Perusahaan.....	1
1.2    Latar Belakang .....	2
1.3    Rumusan Masalah .....	10
1.4    Pertanyaan Penelitian .....	11
1.5    Tujuan Penelitian.....	11
1.6    Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1    Aspek Teoritis .....	11
1.6.2    Aspek Praktis.....	12
1.7    Ruang Lingkup Penelitian .....	12
1.7.1    Lokasi dan Objek Penelitian.....	12
1.7.2    Waktu, dan Periode Penelitian .....	12
1.8    Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1    Teori Terkait Penelitian.....	15
2.1.1    Loyalitas Pelanggan .....	15
2.1.2    Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.3 <i>Atmosphere</i> .....	17
2.1.3.1    Hubungan Antara <i>Atmosphere</i> dan Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.4 <i>Employee Attitude</i> .....	18
2.1.4.1    Hubungan Antara <i>Employee Attitude</i> dan Kepuasan Pelanggan	19
2.1.5 <i>IT Service (Wi-Fi)</i> .....	19

2.1.5.1	Hubungan Antara IT Service dan Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.6	<i>Coffee Quality (Taste)</i> .....	20
2.1.6.1	Hubungan Antara Coffee Quality dan Kepuasan Pelanggan ....	20
2.1.7	Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas .....	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3	Kerangka Pemikiran .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	29
3.2	Operasional Variabel .....	30
3.3	Populasi dan Sampel .....	32
3.3.1	Populasi .....	32
3.3.2	Sampel .....	32
3.4	Pengumpulan Data .....	33
3.4.1	Sumber Data .....	33
3.4.2	Penyebaran Kuesioner .....	34
3.4.3	Skala Pengukuran .....	34
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
3.5.1	Uji Validitas .....	35
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.6	Teknik Analisis Data .....	38
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	38
3.6.2	Structural Equation Modeling .....	40
3.6.2.1	Measurement Model (Outer Model).....	42
3.6.2.2	Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) .....	43
3.6.2.3	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	44
3.6.2.4	Goodness of Fit .....	44
3.6.2.5	Q2 Predictive Relevance .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>47</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	47
4.1.1	<i>Screening Question</i> .....	47
4.1.2	Karakteristik Responden .....	48
4.1.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4.1.2.2	Responden Berdasarkan Usia .....	50

4.1.2.3	Responden Berdasarkan Status .....	51
4.1.2.4	Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Perbulan .....	52
4.1.2.5	Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Dalam Sepekan 53	
4.2	Hasil Penelitian.....	54
4.2.1	Hasil Penelitian Analisis Deskriptif .....	54
4.2.1.1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Atmosphere .....	54
4.2.1.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Employee Attitude	55
4.2.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel IT Service .....	56
4.2.1.4	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Coffee Quality .....	58
4.2.1.5	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Satisfaction .....	59
4.2.1.6	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalty .....	60
4.2.2	<i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	61
4.2.2.1	Pengujian Structural Equation Modelling dengan SmartPLS ...	61
4.2.2.2	Pengujian Validitas Konstruk.....	63
4.2.2.3	Pengujian Reliabilitas Konstruk.....	64
4.2.3	Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	67
4.2.4	Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	68
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>77</b>
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>