

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 KerangkaTeoritis	7
2.1.1 Desain Produk.....	7
2.1.1.1 Pengertian Desain Produk.....	7
2.1.1.2 Strategi Desain Produk	11
2.1.2 Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>).....	12
2.1.2.1 Pengertian Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>).....	12
2.1.2.2 Element Suasana Toko (<i>Store Atmosphere</i>)	12
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	13

2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	14
2.1.3.3 Manfaat Kepuasan Konsumen	15
2.1.3.4 Strategi Kepuasan Konsumen	16
2.1.3.5 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.4 Word of Mouth.....	19
2.1.4.1 Pengertian Word of Mouth	19
2.1.4.2 Element Word of Mouth	21
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Berpikir	27
2.4 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel	31
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	32
3.3.1 Variabel Penelitian.....	32
3.3.2 Defenisi Operasional	33
3.4 Jenis dan Sumber Data	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	35
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	35
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.1 Uji Normalitas	36
3.7.2 Uji Multikolinieritas.....	37
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1 Uji Hipotesis	39
3.8.2 Koefisien Determinasi R^2	40
3.8.3 Uji pengaruh Intervening.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42

4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.2 Produk.....	42
4.1.3 Struktur Organisasi Kafe	44
4.2 Deskripsi Responden.....	44
4.2.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.2 Profil Responden berdasarkan Usia	45
4.3 Analisis Deskripsi Hasil Penelitian	46
4.4 Uji Validitas dan Uji Realibilitas Angket	48
4.4.1 Variabel Desain Produk (X1)	48
4.4.2 Variabel Suasana Toko (X2)	49
4.4.3 Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	51
4.4.4 Variabel Word of Mouth (Y).....	52
4.5 Transformasi Data Ordinal menjadi Data Interval.....	54
4.6 Teknik Analisis Data	54
4.6.1 Uji Asumsi Klasik	54
4.6.1.1 Uji Normalitas.....	54
4.6.1.2 Uji Multikolineritas.....	55
4.6.1.3 Uji Heterokedesitas	57
4.7 Analisis Regresi Berganda.....	58
4.7.1 Analisis Regresi berganda (Model 1).....	58
4.7.2 Koefisien Determinan (R ²).....	60
4.7.3 Analisis Regresi Berganda (Model 2).....	61

4.7.4 Koefisien Determinan (R^2).....	62
4.8 Uji Hipotesis.....	63
4.8.1 Pengujian Hipotesis secara Parsial Menggunakan Uji t (Model 1).....	63
4.8.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial Menggunakan Uji t (Model 2).....	64
4.9 Uji Pengaruh Variabel Intervening	65
4.9.1 Pengaruh Total.....	67
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

THE
Character Building
 UNIVERSITY