

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kerangka Teoritis	12
2.1.1 Kepuasan Konsumen	12
2.1.2 Cita Rasa	18
2.1.3 Harga	22
2.1.4 Store Atmosphere	27
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Berpikir	33
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	34
3.3 Definisi Operasional	35
3.4 Jenis dan Sumber Data	36
3.4.1 Jenis Data	36
3.4.2 Sumber Data	37

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Uji Instrumen Penelitian	39
3.6.1	Uji Validitas	39
3.6.2	Uji Reabilitas.....	40
3.7	Teknis Analisis Data	41
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.2	Uji Normalitas.....	41
3.7.3	Uji Multikolinieritas.....	42
3.7.4	Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.8	Teknis Analisis Data	43
3.8.1	Analisis Deskriptif	43
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.9	Uji Hipotesis	44
3.9.1	Uji T (Parsial).....	44
3.9.2	Uji F (Simultan)	45
3.9.3	Uji Koefisien Determinan (R^2).....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Umum Makecents Coffee And Space	48
4.2	Pembahasan Penelitian	48
4.2.1	Identifikasi Responden	48
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.3	Uji Validitas dan Realibilitas	50
4.3.1	Variabel Cita Rasa (X1).....	50
4.3.2	Variabel Harga (X2).....	51
4.3.3	Variabel Store Atmosphere (X3)	52
4.3.4	Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	53
4.4	Uji Asumsi Klasik	54
4.4.1	Uji Normalitas.....	54
4.5	Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
4.5.1	Variabel Cita Rasa.....	58
4.5.2	Variabel Harga	59
4.5.3	Variabel Store Atmosphere.....	60

4.5.4	Variabel Kepuasan Konsumen.....	61
4.6	Analisis Data	61
4.6.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.7	Uji Hipotesis.....	63
4.7.1	Uji T	63
4.7.2	Uji F (Simultan)	65
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2).....	65
4.8	Hasil Pembahasan.....	66
4.8.1	Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen.....	66
4.8.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	67
4.8.3	Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen	69
4.8.4	Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen	70
BAB V	PENUTUP.....	70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran	71
DAFTAR	PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

