

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	
1.1 Latarbelakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Pembatasan Masalah.....	14
1.4 Perumusan Masalah.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	16
2.1.2 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko)	21
2.1.3 <i>Consumer Satisfaction</i> (Kepuasan Konsumen)	28
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan)	32

2.2	Review Penelitian Terdahulu	38
2.3	Kerangka Teoritik	46
2.4	Model Penelitian.....	49
2.5	Hipotesis.....	49
BAB III		
3.1	Tujuan Penelitian.....	52
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	52
3.3	Metode Penelitian.....	53
3.4	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	
	3.4.1 Populasi	53
	3.4.2 Sampel.....	54
3.5	Metode Pengumpulan Data dan Variabel Operasional	
	3.5.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	56
	3.5.2 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	57
3.6	Skala Pengukuran	62
3.7	Metode Analisis	62
3.8	Uji Instrumen	
	3.8.1 Uji Validitas dengan <i>Exploratory Factor Analysis</i>	64
	3.8.2 Pengujian Hipotesis	65
3.9	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	70
3.10	<i>Pilot Study</i>	
	3.10.1 Variabel <i>Service Quality</i>	71
	3.10.2 Variabel <i>Store Atmosphere</i>	72
	3.10.3 Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	73
	3.10.4 Variabel <i>Customer Loyalty</i>	74

BAB IV

4.1	Deskriptif Analisis	
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mengunjungi Farmers Market Min 2 Kali Selama 6 Bulan Terakhir.....	76
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	77
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaan.....	78
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin dan Pengeluaran Belanja Per Bulan.....	79
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Lama Menjadi Pelanggan.....	80
4.2	Hasil Pengujian dan Pembahasan	
4.2.1	Analisis Deskriptif	81
4.2.2	<i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA)	89
4.2.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	94
4.2.4	<i>Full Model SEM</i>	101
4.2.5	<i>Fit Model SEM</i>	104
4.2.6	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	107
4.2.7	Pengujian Hipotesis	109

BAB V

5.1	Kesimpulan	112
5.2	Implikasi Manajerial	113
5.3	Saran	
5.3.1	Penelitian Selanjutnya	116
5.3.2	Perusahaan Ritel Farmers Market	116

DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	123
RIWAYAT HIDUP	142

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Global Retail Development Index Report 2016	1
1.2	Studi tentang Ritel dan <i>Grocery Shopping</i>	10
1.3	Perbandingan Jurnal tentang Ritel dan <i>Grocery Shopping</i>	12
1.4	Variabel Penelitian	13
2.1	Dimensi dan Atribut Kualitas Pelayanan dalam Bisnis Ritel	20
2.2	Dampak Kepuasan Pelanggan	29
2.3	Hubungan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	34
2.4	Penelitian yang Relevan	38
2.5	Hipotesis dan Sumber	51
3.1	Jumlah Sampel dan Karakteristik Responden	55
3.2	Operasionalisasi Variabel	59
3.3	Skala Likert	62
3.4	<i>Goodness of Fit Indices</i>	69
3.5	<i>Pilot Study Service Quality</i>	71
3.6	<i>Pilot Study Store Atmosphere</i>	72
3.7	<i>Pilot Study Consumer Satisfaction</i>	73
3.8	<i>Pilot Study Customer Loyalty</i>	74
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berbelanja	76
4.2	Jenis Kelamin * Usia <i>Crosstabulation</i>	77
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
4.5	Jenis Kelamin * Pekerjaan <i>Crosstabulation</i>	78
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4.7	Jenis Kelamin * Pengeluaran Perbulan <i>Crosstabulation</i>	79

4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja Per Bulan	79
4.9	Jenis Kelamin * Lama Berlangganan <i>Crosstabulation</i>	80
4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	80
4.11	Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	81
4.12	Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i>	84
4.13	Deskriptif Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	87
4.14	Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	88
4.15	KMO and Bartlett's Test <i>Service Quality</i>	89
4.16	Faktor Analisis <i>Service Quality</i>	90
4.17	KMO and Bartlett's Test <i>Store Atmosphere</i>	91
4.18	Faktor Analisis <i>Store Atmosphere</i>	91
4.19	KMO and Bartlett's Test <i>Consumer Satisfaction</i>	92
4.20	Faktor Analisis <i>Consumer Satisfaction</i>	93
4.21	KMO and Bartlett's Test <i>Customer Loyalty</i>	93
4.22	Faktor Analisis <i>Customer Loyalty</i>	94
4.23	<i>Second Order Service Quality</i>	95
4.24	<i>Second Order Store Atmosphere</i>	97
4.25	<i>Second Order Consumer Satisfaction</i>	98
4.26	<i>Second Order Customer Loyalty</i>	99
4.27	Kriteria <i>Goodness of Fit Full Model</i>	103
4.28	Kriteria <i>Goodness of Fit Model SEM</i>	104
4.29	Indikator pada <i>Fit Model</i>	106
4.30	Hasil Persamaan Model Struktural	107
4.31	Hasil Pengujian Hubungan Struktural dan Hipotesis	109
5.1	Pernyataan Indikator <i>Service Quality</i>	114
5.2	Pernyataan Indikator <i>Store Atmosphere</i>	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Indeks Riil Penjualan Eceran di Indonesia 2014-2016	2
1.2	Hasil Pra Survei <i>Service quality, Store atmosphere, Consumer Satisfaction, dan Customer Loyalty</i>	8
2.1	Kerangka Pemikiran	49
3.1	Konseptual Diagram <i>Full Model</i>	63
4.1	Model <i>Second Order Service Quality</i>	95
4.2	Model <i>Second Order Store Atmosphere</i>	96
4.3	Model <i>Second Order Consumer Satisfaction</i>	98
4.4	Model <i>Second Order Customer Loyalty</i>	99
4.5	<i>Full Model SEM</i>	101
4.6	<i>T- Values Full Model</i>	102
4.7	<i>Fit Model SEM Estimates</i>	104
4.8	<i>Fit Model SEM Estimates</i>	107

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuesioner	124
LAMPIRAN 2	Hasil Output <i>Exploratory Factor Analysis</i>	128
LAMPIRAN 3	Hasil Output <i>Goodness of Fit</i>	132
LAMPIRAN 4	Hasil Output <i>Full Model SEM</i>	136
LAMPIRAN 5	Hasil Output <i>Fit Model SEM</i>	137
LAMPIRAN 6	Hasil Output Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	138
LAMPIRAN 7	Output <i>Standardized Total Effects</i>	139
LAMPIRAN 8	Hasil Persamaan Struktural	140
LAMPIRAN 9	Output Fit Model Estimates & T-Values	141