

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	15
1.3. Pembatasan Masalah .....	17
1.4. Perumusan Masalah .....	17
1.5. Kegunaan Penelitian .....	18
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK</b> .....	<b>19</b>
2.1. Kajian Pustaka .....	19
2.1.1. <i>Repurchase Intention</i> .....	19
2.1.2. <i>Customer Satisfaction</i> .....	21
2.1.3. <i>Atmosphere</i> .....	24
2.1.4. <i>Food Quality</i> .....	35
2.2. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	39
2.3. Kerangka Teoretik.....	51
2.4. Perumusan Hipotesis .....	52
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>53</b>
3.1. Tujuan Penelitian .....	53
3.2. Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian .....	54
3.3. Metode Penelitian .....	54
3.4. Populasi & <i>Sampling</i> .....	56
3.4.1. Populasi .....	56
3.4.2. Sampel .....	57
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.6. Operasionalisasi Variabel .....	60
3.6.1. Variabel Dependen .....	61
3.6.2. Variabel Independen .....	62
3.6.3. Variabel Intervening .....	62
3.7. Skala Pengukuran .....	67
3.8. Teknik Analisis Data .....	68
3.8.1. Analisis Deskriptif .....	69
3.8.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	69
3.8.3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	70

3.8.4. Kesesuaian Model .....	71
3.8.5. Pengujian Hipotesis .....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
4.1. Deskripsi Data.....	75
4.2. Hasil Analisis Data .....	79
4.2.1. Analisis Deskriptif .....	79
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	88
4.2.3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	95
4.2.4. <i>Full Model SEM</i> .....	102
4.2.5. <i>Fit Model SEM</i> .....	104
4.3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	105
4.4. Uji Hipotesis .....	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>111</b>
5.1. Kesimpulan .....	111
5.2. Implikasi .....	115
5.3. Saran .....	117
5.3.1. Saran Teoritis .....	117
5.3.2. Saran Praktis .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>123</b>
1. Kuesioner Penelitian .....	124
2. <i>Output Validitas Product Moment Pearson Correlation</i> .....	130
3. <i>Output Reliabilitas</i> .....	135
4. <i>Output Goodness of Fit</i> .....	136
5. <i>Structural Equations</i> .....	140
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS.....</b>	<b>141</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>TABEL I.1</b> Indeks Konsumsi Komoditi-Komoditi.....	2
<b>TABEL I.2</b> Perbandingan Peringkat Restoran Steak di Jakarta 2017.....	7
<b>TABEL I.3</b> Variabel Penelitian.....	14
<b>TABEL II.1</b> <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	48
<b>TABEL III.1</b> Jumlah sampel yang digunakan dalam studi riset pemasaran .....	58
<b>TABEL III.2</b> Operasionalisasi Variabel .....	63
<b>TABEL III.3</b> Pengukuran Skala Likert .....	68
<b>TABEL III.4</b> <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	73
<b>TABEL IV.1</b> Jenis Kelamin dan Usia Responden .....	75
<b>TABEL IV.2</b> Domisili dan Pekerjaan Responden .....	76
<b>TABEL IV.3</b> Intensitas mengunjungi .....	77
<b>TABEL IV.4</b> Intensitas makan.....	78
<b>TABEL IV.5</b> Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Food Quality</i> .....	79
<b>TABEL IV.6</b> Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	81
<b>TABEL IV.7</b> Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ...	85
<b>TABEL IV.8</b> Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i> ....	86
<b>TABEL IV.9</b> <i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Food Quality</i> .....	89
<b>TABEL IV.10</b> Uji Validitas <i>Food Quality</i> .....	89
<b>TABEL IV.11</b> <i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	90
<b>TABEL IV.12</b> Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i> .....	91
<b>TABEL IV.13</b> <i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .	92
<b>TABEL IV.14</b> Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	93
<b>TABEL IV.15</b> <i>KMO and Bartlett's Test</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i> ..	94
<b>TABEL IV.16</b> Uji Validitas <i>Repurchase Intention</i> .....	94
<b>TABEL IV.17</b> <i>First Order Food Quality</i> .....	97
<b>TABEL IV.18</b> <i>First Order Store Atmosphere</i> .....	98
<b>TABEL IV.19</b> <i>First Order Customer Satisfaction</i> .....	98
<b>TABEL IV.20</b> <i>First Order Repurchase Intention</i> .....	101
<b>TABEL IV.21</b> <i>Goodness of fit Full Model SEM</i> .....	103
<b>TABEL IV.22</b> <i>Goodness of fit Fit Model SEM</i> .....	105
<b>TABEL IV.23</b> Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	106
<b>TABEL IV.24</b> Hasil Pengujian Hipotesis .....	107
<b>TABEL IV.1</b> Hasil Pengujian Hipotesis .....	111

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>GAMBAR I.1</b> Grafik Jumlah Usaha di Indonesia Menurut Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2014.....	2
<b>GAMBAR I.2</b> Holycow Steak House Camp Kelapa Gading Tampak Luar	6
<b>GAMBAR I.3</b> Holycow Steak House Camp Kelapa Gading Tampak Dalam .....	7
<b>GAMBAR II.1</b> Kerangka Teoretik Penelitian .....	51
<b>GAMBAR III.1</b> <i>Full Model SEM</i> .....	74
<b>GAMBAR IV.1</b> Model <i>Food Quality</i> .....	96
<b>GAMBAR IV.2</b> Model <i>Store Atmosphere</i> .....	97
<b>GAMBAR IV.3</b> Model <i>Customer Satisfaction</i> .....	99
<b>GAMBAR IV.4</b> Model <i>Repurchase Intention</i> .....	101
<b>GAMBAR IV.5</b> <i>Full Model SEM</i> .....	102
<b>GAMBAR IV.6</b> <i>Fit Model SEM</i> .....	104