

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	<i>ii</i>
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
RIWAYAT HIDUP	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	19
C. Pembatasan Masalah.....	20
D. Perumusan Masalah	21
E. Kegunaan Penelitian.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	23
A. Kajian Pustaka	23
B. Hasil Penelitian yang Relevan	43

C. Kerangka Teoritik	52
D. Kerangka Pemikiran	55
E. Hipotesis Penelitian.....	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
A. Tujuan Penelitian	57
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	57
C. Metode Penelitian	58
D. Metode Penentuan Populasi dan Sampling	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	62
C. Teknik Analisis Data	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	93
A. Deskriptif Analisis	93
B. Hasil Pengujian dan Pembahasan	100
C. Pengujian Hipotesis	149
D. Analisis Pengaruh	152
E. Alternatif Model.....	154
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	156
A. Kesimpulan	157
B. Implikasi	157
C. Saran	159
DAFTAR PUSTAKA	161
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Usaha Ekonomi Kreatif	3
Tabel I.2	Persentase Perkembangan Perusahaan/Usaha Restoran/Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar Provinsi DKI Jakarta Menurut Jaringan Usaha.....	4
Tabel II.1	Matrix Variabel	51
Tabel II.2.	Daftar Jurnal Referensi	54
Tabel III.1	Variabel Operasional.....	63
Tabel III.2	Skala Likert	68
Tabel III.3	Nilai Loading Significant EFA Berdasarkan Jumlah Sampel	70
Tabel III.4	Goodness of Fit Indices.....	77
Tabel III.5	Jenis Kelamin Responden yang Mengunjungi Restoran Jepang di Jakarta	78
Tabel III.6	Usia Responden yang Mengunjungi Restoran Jepang di Jakarta.	79
Tabel III.7	Pekerjaan Responden yang Mengunjungi Restoran Jepang di Jakarta	79
Tabel III.8	Pendapatan Responden yang Mengunjungi Restoran Jepang di Jakarta	80
Tabel III.9	Domisili Responden yang Mengunjungi Restoran Jepang di Jakarta	80
Tabel III.10	Mengunjungi Restoran Jepang di Jakarta dalam Enam Bulan Terakhir.	81
Tabel III.11	KMO and Bartlett's Test Variabel Food Quality	81
Tabel III.12	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Food Quality.....	82
Tabel III.13	Perbaikan Pernyataan Variabel Kualitas Makanan	84

Tabel III.14	KMO and Bartlett's Test Variabel Service Quality.....	84
Tabel III.15	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Service Quality.....	84
Tabel III.16	Perbaikan Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan	
Tabel III.17	KMO and Bartlett's Test Variabel Physical Environment.....	86
Tabel III.18	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Physical Environment	87
Tabel III.19	Perbaikan Pernyataan Variabel Physical Environment.....	88
Tabel III.20	KMO and Bartlett's Test Variabel Brand Image.....	88
Tabel III.21	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Brand Image	89
Tabel III.22	Perbaikan Pernyataan Variabel Citra Merek.....	90
Tabel III.23	KMO and Bartlett's Test Variabel Kepuasan Pelanggan	90
Tabel III.24	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Kepuasan Pelanggan	91
Tabel III.25	Perbaikan Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen	92
Tabel IV.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	93
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	93
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	94
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	95
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	95
Tabel IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengunjungi restoran Jepang di Jakarta dalam Enam Bulan Terakhir	96
Tabel IV.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Kali Kunjungan ke Restoran Jepang.....	97
Tabel IV.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Metode Kunjungan ke Restoran Jepang di Jakarta	98
Tabel IV.9	Karakteristik Responden Restoran Jepang Jakarta	99

Tabel IV.10	Tabel Dekskriptif Variabel Kualitas Makanan	100
Tabel IV.11	Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	102
Tabel IV.12	Dekskriptif Variabel Physical Environment	105
Tabel IV.13	Dekskriptif Variabel Citra Merek	107
Tabel IV.14	Dekskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	109
Tabel IV.15	KMO and Bartlett's Test Variabel Kualitas Makanan	112
Tabel IV.16	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Kualitas Makanan..	113
Tabel IV.17	KMO and Bartlett's Test Variabel Kualitas Pelayanan	115
Tabel IV.18	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Kualitas Pelayanan	116
Tabel IV.19	KMO and Bartlett's Test Variabel Physical Environment	117
Tabel IV.20	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Physical Environment	118
Tabel IV.21	KMO and Bartlett's Test Variabel Citra Merek	119
Tabel IV.22	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Citra Merek	120
Tabel IV.23	KMO and Bartlett's Test Variabel Kepuasan Pelanggan	122
Tabel IV.24	Pernyataan dan Factor Loading Variabel Kepuasan Pelanggan	123
Tabel IV.25	Pernyataan indikator Kualitas Makanan Second Order Construct	137
Tabel IV.26	Pernyataan indikator Kualitas Pelayanan Second Order Construct	138
Tabel IV.27	Pernyataan indikator physical environment Second Order Construct	140
Tabel IV.28	Pernyataan indikator citra merek Second Order Construct	141

Tabel IV.29	Pernyataan indikator Kepuasan PelangganSecond Order Construct.....	143
Tabel IV.30	Pernyataan Indikator pada Fit Model.....	148
Tabel IV.31	Estimasi Parameter Regression Weight	149
Tabel IV.32	Estimasi Standardized Total Effects	152
Tabel IV.37	Uji Signifikan Alternatif Model 2	155
Tabel V.1	Pernyataan Indikator Kualitas Pelayanan.....	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Struktur PDB Triwulan tahun 2014.....	5
Gambar I.2	Sushi di kedua Restoran Jepang	13
Gambar I.3	Suasana di salah satu restoran Jepang di Jakarta	17
Gambar II.1	Model Penelitian.....	55
Gambar III.1	Ikon SEM.....	73
Gambar III.2	Full Model SEM AMOS	74
Gambar IV.1	First Order Construct Dimensi Higienitas	125
Gambar IV.2	First Order Construct Dimensi Cita Rasa	126
Gambar IV.3	First Order Construct Dimensi Variasi Menu.....	127
Gambar IV.4	First Order Construct Dimensi Assurance	128
Gambar IV.5	First Order Construct Dimensi Tangibles.....	129
Gambar IV.6	First Order Construct Dimensi Seating Comfort	130
Gambar IV.7	First Order Construct Dimensi Facility Aesthetic	131
Gambar IV.8	First Order Construct Dimensi Favorability of brand association	132
Gambar IV.9	First Order Construct Dimensi Strength of brand association	133
Gambar IV.10	First Order Construct Dimensi Faktor Emosional	134
Gambar IV.11	First Order Construct Dimensi service quality	135
Gambar IV.12	Second Order Construct Variabel Kualitas	
	Makanan	136
Gambar IV.13	Second Order Construct Variabel Kualitas	
	Pelayanan	137
Gambar IV.14	Second Order Construct Variabel Physical	
	Environment	139

Gambar IV.15	Second Order Construct Variabel Citra Merek	140
Gambar IV.16	Second Order Construct Variabel Kepuasan Pelanggan.....	142
Gambar IV.17	Full Model SEM	144
Gambar IV.18	Fit Model AMOS	145
Gambar IV.20	Alternatif Model 2	154

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	168
Lampiran 2	Hasil Faktor Analisis	175
Lampiran 3	Hasil Output <i>First Order Construct</i>	181
Lampiran 4	Hasil <i>Output Second Order Construct</i>	188
Lampiran 5	Hasil <i>Output Sem Fit Model</i>	192
Lampiran 6	Hasil Output SEM Alternatif Model	195