

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Pembatasan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Kegunaan Penelitian	16
BAB II. KAJIAN TEORITIK	
2.1 Kajian Pustaka	17
2.2 Hasil Penelitian Relevan	56
2.3 Kerangka Teoritik	66
2.4 Model Penelitian	69
2.5 Hipotesis	70

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian.....	71
3.2 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	71
3.3 Metode Penelitian.....	72
3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	73
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukurannya	76
3.6 Skala Pengukuran.....	102
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	102
3.8 Teknik Analisis Data.....	103
3.9 <i>Pilot Study</i>	110

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Analisis	118
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan	122

BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	181
5.2 Implikasi Manajerial.....	182
5.3 Saran	184

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	Perkembangan restoran menengah&besar 2007-2010 Indonesia	2
I.2	Perkembangan restoran menengah&besar 2007-2012 menurut Provinsi	3
I.3	Studi tentang industri Cafe/Resto.....	6
I.4	Variabel Penelitian.....	8
II.1	Hasil penelitian yang relevan	65
II.2	Variabel bebas&terikat dari jurnal terdahulu.....	68
III.1	Kajian penelitian terdahulu.....	74
III.2	Operasional Variabel	77
III.3	Skala Likert	102
III.4	Goodness of fit indices	109
III.5	Pilot Study variabel Experiential Marketing	111
III.6	Pilot Study variabel Food Quality	112
III.7	Pilot Study variabel Service Quality	114
III.8	Pilot Study variabel Customer Satisfaction	115
III.9	Pilot Study variabel Repurchase Intention.....	116
IV.1	Karakteristik responden berdasarkan pernah/belum pernah ke cafe berkonsep vintage	119
IV.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	119
IV.3	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	120
IV.4	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	120
IV.5	Karakteristik responden berdasarkan profesi saat ini.....	125
IV.6	Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran perbulan	122
IV.7	Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan.....	122

IV.8	Deskriptif variabel <i>Experiential Marketing</i>	123
IV.9	Deskriptif variabel <i>Food Quality</i>	126
IV.10	Deskriptif variabel <i>Service Quality</i>	128
IV.11	Deskriptif variabel <i>Customer Satisfaction</i>	131
IV.12	Deskriptif variabel <i>Repurchase Intention</i>	132
IV.13	<i>KMO & Bartlett's test Experiential Marketing</i>	134
IV.14	Faktor Analisis <i>Experiential Marketing</i>	134
IV.15	<i>KMO & Bartlett's test Food Quality</i>	136
IV.16	Faktor Analisis <i>Food Quality</i>	136
IV.17	<i>KMO & Bartlett's test Service Quality</i>	137
IV.18	Faktor Analisis <i>Service Quality</i>	137
IV.19	<i>KMO & Bartlett's test Customer Satisfaction</i>	139
IV.20	Faktor Analisis <i>Customer Satisfaction</i>	139
IV.21	<i>KMO & Bartlett's test Repurchase Intention</i>	140
IV.22	Faktor Analisis <i>Repurchase Intention</i>	140
IV.23	Indikator Variabel <i>Experiential Marketing</i>	157
IV.24	Indikator Variabel <i>Food Quality</i>	159
IV.25	Indikator Variabel <i>Service Quality</i>	161
IV.26	Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	163
IV.27	Indikator Variabel <i>Repurchase Intention</i>	164
IV.28	Pernyataan indikator uji hubungan antar variabel EM terhadap CS.....	166
IV.29	Pernyataan indikator uji hubungan antar variabel FQ terhadap CS.....	168
IV.30	Pernyataan indikator uji hubungan antar variabel SQ terhadap CS.....	170
IV.31	Pernyataan indikator uji hubungan antar variabel CS terhadap RI.....	172
IV.32	Pernyataan indikator Fit Model.....	175

IV.33	Estimasi <i>parameter regression weights</i> fit model	177
IV.34	Estimasi <i>parameter regression weights</i> alternatif model	178
IV.35	Estimasi <i>parameter regression weights</i> fit model	178
IV.36	Estimasi <i>parameter regression weights alternatif</i> model	179
V.1	Variabel penelitian selanjutnya	186

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
II.1	Kerangka Pemikiran	70
IV.1	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Sense</i>	146
IV.2	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Feel</i>	147
IV.3	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Think</i>	148
IV.4	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Act</i>	149
IV.5	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Relate</i>	149
IV.6	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Sensory</i>	150
IV.7	<i>First Order Construct</i> dimensi Kualitas Rasa.....	151
IV.8	<i>First Order Construct</i> dimensi Porsi.....	152
IV.9	<i>First Order Construct</i> dimensi Menu ditawarkan.....	152
IV.10	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Reliability</i>	153
IV.11	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Responsiveness</i>	154
IV.12	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Empathy</i>	155
IV.13	<i>First Order Construct</i> dimensi <i>Assurance</i>	156
IV.14	<i>First Order Construct</i> dimensi Kualitas Produk.....	157
IV.15	<i>First Order Construct</i> dimensi Harga.....	157
IV.16	<i>First Order Construct</i> dimensi Kualitas Pelayanan.....	158
IV.17	<i>First Order Construct</i> dimensi Minat Referensial.....	159
IV.18	<i>First Order Construct</i> dimensi Minat Transaksional.....	160
IV.19	<i>Second Order Construct</i> <i>Experiential Marketing</i>	161
IV.20	<i>Second Order Construct</i> <i>Food Quality</i>	162
IV.21	<i>Second Order Construct</i> <i>Service Quality</i>	164
IV.22	<i>Second Order Construct</i> <i>Customer Satisfaction</i>	166

IV.23	<i>Second Order Construct Repurchase Intention</i>	168
IV.24	Uji hubungan antar variabel EM terhadap CS.....	169
IV.25	Uji hubungan antar variabel FQ terhadap CS.....	171
IV.26	Uji hubungan antar variabel SQ terhadap CS.....	173
IV.27	Uji hubungan antar variabel CS terhadap RI.....	175
IV.28	Full Model SEM.....	177
IV.29	Fit Model.....	178
IV.30	Alternatif Model.....	180

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	PENGOLAHAN DATA AMOS SEM 20
LAMPIRAN 3	LANGKAH-LANGKAH FAKTOR ANALISIS SPSS 21
LAMPIRAN 4	HASIL FAKTOR ANALISIS
LAMPIRAN 5	HASIL OUTPUT SEM <i>First order construct</i> <i>Second order construct</i>
LAMPIRAN 6	FULL MODEL
LAMPIRAN 7	FIT MODEL <i>Regression Weights</i> <i>Standardized Total Effects</i>
LAMPIRAN 8	ALTERNATIF MODEL <i>Regression Weights</i> <i>Standardized Total Effects</i>