

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Peneliti Terdahulu	11
2.2 Definisi Variabel.....	12
2.2.1 <i>Store Atmosphere</i>	12
2.2.2 <i>Experiential Marketing</i>	20
2.2.3 Kepuasan Konsumen.....	24
2.2.4 Hubungan Antara <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	28
2.2.5 Hubungan Antara <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Konsumen....	29
2.3 Kerangka Konseptual.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Rancangan penelitian	32
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian	33
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33

3.3.1 Definisi Oprasonal	33
3.3.2 Skala Pengukuran.....	37
3.4 Penentuan Populasi dan Sampel	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel.....	38
3.5 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	39
3.5.1 Jenis Data.....	39
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6 Uji Instrumen	40
3.6.1 Uji Validitas	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Teknik Analisi Data	43
3.7.1 Analisi Deskriptif.....	43
3.7.2 Analisis Regresi Berganda	44
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.1 Uji Normalitas.....	45
3.8.2 Uji Multikolonieritas.....	46
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.8.4 Uji Autokorelasi.....	48
3.9 Uji Hipotesis	48
3.9.1 Uji Signifikan Persial (Uji t).....	48
3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN	50
4.1 Gambaran Umum, Lokasi dan Obyek Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran umum Emery Café & Bistro Jombang	50
4.1.2 Struktur Organisasi Pada Emery Café & Bistro Jombang	53
4.2 Analisis Data.....	54
4.2.1 Deskripsi Responden.....	54
4.2.2 Analisis Deskriptif	57
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.3.1 Uji Normalitas.....	60
4.3.2 Uji Multikolonieritas.....	62
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.3.4 Uji Autokorelasi.....	64

4.4 Regresi Berganda.....	65
4.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.6 Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	67
4.7 Pembahasan.....	68
4.7.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	68
4.7.2 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	70
BAB V	71
KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73