

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI. ....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK. ....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO. ....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN LITERASI ARAB-LATIN. ....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR. ....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang. ....	1
B. Rumusan masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori .....	13
1. <i>Relationship Marketing</i> . ....	13
a. Konsep <i>Relationship Marketing</i> . ....	13
b. Program <i>Relationship Marketing</i> . ....	16
c. Tingkatan dalam <i>Relationship Marketing</i> . ....	18
d. Manfaat <i>Relationship Marketing</i> . ....	19
e. Indikator <i>Relationship Marketing</i> . ....	21
2. Suasana Kafe. ....	23
a. Pengertian Suasana Kafe. ....	23
b. Dampak Suasana Kafe. ....	25
c. Manfaat Suasana Kafe. ....	25
d. Indikator Suasana Kafe. ....	26
3. Kepuasan Pelanggan.....	26
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan. ....	26
b. Prinsip-Prinsip Kepuasan Pelanggan.....	29
c. Konsep Pengukuran Kepuasan Pelanggan. ....	30
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.315	
e. Strategi Kepuasan Pelanggan. ....	33
f. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	34

4.	Loyalitas Pelanggan.....	35
a.	Pengertian Loyalitas Pelanggan. ....	35
b.	Tahapan dan Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan. ....	38
c.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	40
d.	Ciri-Ciri Loyalitas dan Pengukuran Loyalitas Pelanggan.....	41
e.	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	42
B.	Penelitian Terdahulu .....	43
C.	Kerangka Pikir .....	45
	<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
A.	Jenis dan Pendekatan .....	50
B.	Setting Penelitian .....	50
C.	Populasi dan Sampel .....	50
D.	Desain dan Definisi Operasional Variabel .....	52
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	60
F.	Teknis Analisis Data .....	62
G.	Uji Validitas & Reabilitas Instrumen .....	68
	<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>74</b>
A.	Gambaran Objek Penelitian.....	74
B.	Hasil Analisis Deskriptif. ....	74
1.	Karakteristik Responden. ....	74
2.	Deskripsi Data.....	76
3.	Deskripsi Responden.....	78
C.	Hasil Analisis Kuantitatif .....	84
1.	Uji Normalitas.....	84
2.	GOF.....	87
3.	Analisis Jalur.....	89
4.	Uji Pengaruh Mediasi/ <i>Intervening</i> .....	91
D.	Hasil Pengujian Hipotesis. ....	92
1.	Uji Signifikansi t-test atau Critical Ratio (C.R.).....	92
2.	Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total.....	94
3.	Koefisien Determinasi <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> .....	96
E.	Pembahasan.....	96
	<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>106</b>
A.	Kesimpulan. ....	106
B.	Keterbatasan Penelitian. ....	106
C.	Saran. ....	107
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Research gap relationship marketing</i> terhadap loyalitas pelanggan. ....	5
Tabel 1.2 <i>Research gap</i> suasana kafe terhadap loyalitas pelanggan. ....	6
Tabel 1.3 <i>Research gap</i> kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. ....	7
Tabel 3.1 Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	53
Tabel 3.2 Variabel Suasana Kafe .....	55
Tabel 3.3 Variabel Kepuasan Pelanggan .....	57
Tabel 3.4 Variabel Loyalitas Pelanggan .....	59
Tabel 3.5 Skor Penilaian berdasarkan skala .....	61
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas. ....	69
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas. ....	72
Tabel 4.1 Karakteristik Responden. ....	75
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Penelitian. ....	77
Tabel 4.3 Tanggapan Responden tentang <i>Relationship Marketing</i> .....	78
Tabel 4.4 Tanggapan Responden tentang Suasana Kafe. ....	80
Tabel 4.5 Tanggapan Responden tentang Kepuasan Pelanggan. ....	82
Tabel 4.6 Tanggapan Responden tentang Loyalitas Pelanggan. ....	83
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas. ....	84
Tabel 4.8 Hasil GOF. ....	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Jalur. ....	90
Tabel 4.10 Penentuan Pengaruh Tidak Langsung .....	92
Tabel 4.11 Hasil Pengaruh Langsung. ....	94
Tabel 4.12 Hasil Pengaruh Tidak Langsung .....	95
Tabel 4.13 Hasil Pengaruh Total. ....	95
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinan Adjusted R <sup>2</sup> . ....	96

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Penjualan Boen Coffee and Garden ..... 8  
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian..... 49  
Gambar 4.1 Model GOF..... 88  
Gambar 4.2 Model Penelitian Analisis Jalur. .... 90

