

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Keragaman Produk	9
1. Pengertian Keragaman Produk.....	9
2. Indikator Keragaman Produk	11
3. Keragaman Produk Perspektif Islam	11
B. Suasana Cafe	13
1. Pengertian Suasana Cafe.....	13
2. Indikator Suasana Cafe	15
3. Suasana Café Perspektif Islam	16
C. <i>Word Of Mouth</i>	17
1. Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	17
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi <i>Word Of Mouth</i>	19
3. Indikator <i>Word Of Mouth</i>	20
4. <i>Word Of Mouth</i> Perspektif Islam	20

D. Minat Beli Ulang	21
1. Pengertian Minat Beli Ulang.....	21
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	22
3. Indikator Minat Beli Ulang	23
4. Minat Beli Ulang Perspektif Islam.....	23
E. Penelitian Terdahulu.....	25
F. Kerangka Pemikiran	27
G. Hipotesis.....	29
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	32
B. Populasi dan Sampel.....	33
C. Identifikasi Variabel	34
D. Variabel Operasional	34
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Teknik Analisis Data	38
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	44
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	45
3. Analisis Data.....	47
a. Uji Instrumen Penelitian	47
1. Uji Validitas Instrumen.....	47
2. Uji Reliabilitas	49
b. Statistik Deskriptif	49
1. Keragaman Produk (X1).....	50
2. Suasana Cafe (X2)	51
3. <i>Word Of Mouth</i> (X3)	52
4. Minat Beli Ulang (Y).....	52
c. Uji Asumsi Klasik.....	53
1. Uji Normalitas	53
2. Uji Multikolonieritas	54
3. Uji Heterokedastisitas	55
d. Uji Hipotesis	56
1. Analisis Regresi Berganda.....	56
2. Uji t Parsial	57
3. Uji F.....	59
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	60

B. Pembahasan	61
1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli Ulang	61
2. Pengaruh Suasana Cafe terhadap Minat Beli Ulang.....	63
3. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	65
4. Pengaruh Keragaman Produk, Suasana Cafe dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	67
 BAB V : PENUTUP	
A. Simpulan	70
B. Saran.....	70
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Penjualan VJO Cafe Kudus Tahun 2021.....	4
3.1 Variabel Operasional.....	34
4.1 Profil Responden.....	46
4.2 Hasil Pengujian Validitas	48
4.3 Hasil Uji Reliabilitas	49
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	54
4.6 Hasil Regresi Berganda.....	56
4.7 Hasil Uji t.....	57
4.8 Hasil Uji Statistik F.....	59
4.9 Hasil Koefisien Determinasi	60



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
4.1 Struktur Organisasi VJO Cafe Kudus.....	44
4.2 Profil Responden.....	46
4.3 Hasil Uji Normalitas	53
4.4 Hasil Uji Normalitas	54
4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55

