

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQSAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	15
B. Penelitian Terdahulu.....	44
C. Kerangka Berfikir.....	49
D. Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	58
B. Setting Penelitian.....	58
C. Sumber Data	59
D. Populasi dan Sampel.....	59
E. Identifikasi Variabel	61
F. Desain dan Definisi Oprasional Variabel	63
G. Teknik Pengumpulan Data	66
H. Teknik Analisis Data	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	76
1. Sejarah Singkat Berdirinya Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal.....	76
2. Jumlah Cabang Waroeng Spesial Sambal di Indonesia.....	77
3. Visi dan Misi Perusahaan	78
4. Gambaran Umum Responden.....	78

5. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	81
6. Analisis Data	89
B. Pembahasan	102
1. Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty	102
2. Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Customer.....	104
3. Pengaruh Taste Terhadap Customer Loyalty	106
4. Pengaruh Taste Terhadap Kepuasan Customer	108
5. Pengaruh Kepuasan Customer Terhadap Customer Loyalty.....	110
6. Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Loyalty Melalui Kepuasan Customer	112
7. Pengaruh Taste Terhadap Customer Loyalty Melalui Kepuasan Customer	113
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data <i>Customer</i> Waroeng Spesial Sambal Pati	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3.1	Variabel Operasional Penelitian.....	63
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	67
Tabel 3.3	Interpretasi Reliabilitas berdasarkan <i>Cronbach's Alpha</i>	71
Tabel 4.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 4.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	80
Tabel 4.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Responden	80
Tabel 4.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengetahuan Responden	81
Tabel 4.6	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kunjungan Responden	81
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Customer Experience</i>	82
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Taste</i>	83
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	85
Tabel 4.10	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Customer Loyalty</i>	87
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	91
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> Berdasarkan Nilai <i>Cross Loading</i>	92
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> Berdasarkan <i>Fornell-Larcker</i>	94
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> Berdasarkan <i>HTMT</i>	95
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	95
Tabel 4.16	Hasil Nilai <i>R-Square</i>	96
Tabel 4.17	Hasil Nilai Effect Size (<i>F-Square</i>)	97
Tabel 4.18	Hasil <i>Path Coefficients</i>	98
Tabel 4.19	Hasil <i>Model Fit</i>	99
Tabel 4.20	Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	100

Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (<i>Inderect Effect</i>)	101
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis	116



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	49
Gambar 4.1	Perancangan Model Struktural	89
Gambar 4.2	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	90
Gambar 4.3	Hasil <i>Bootstrapping</i>	99

