

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>PERNYATAAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Persepsi	
1. Definisi Persepsi.....	8
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	9
B. <i>Store Atmosphere</i>	
1. Definisi <i>Store Atmosphere</i> .....	11

Dita Sestiana, 2014

*Hubungan Antara Persepsi Terhadap Store Atmosphere Dan Service Quality Dengan Loyalitas Konsumen Di Restoran Giggle Box Progo Bandung*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Definisi Persepsi terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	11
3. Faktor-Faktor <i>Store Atmosphere</i> .....	12
4. Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	13
C. <i>Service Quality</i>	
1. Definisi <i>Service Quality</i> .....	16
2. Definisi Persepsi terhadap <i>Service Quality</i> .....	17
3. Faktor-Faktor <i>Service Quality</i> .....	17
4. Dimensi <i>Service Quality</i> .....	20
D. Loyalitas Konsumen	
1. Definisi Loyalitas Konsumen.....	21
2. Dimensi Loyalitas Konsumen.....	21
3. Tahapan Loyalitas.....	22
4. Faktor-Faktor <i>Service Quality</i> .....	23
E. Kerangka Pemikiran.....	27
F. Hipotesis Penelitian.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan Subjek Penelitian	
1. Lokasi Penelitian.....	32
2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
B. Desain Penelitian.....	32
C. Metode Penelitian.....	33
D. Definisi Operasional	
1. Persepsi Terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	33
2. <i>Service Quality</i> .....	34
3. Loyalitas Konsumen.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Pengembangan Instrumen Penelitian	

1. Persepsi Terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	34
2. <i>Service Quality</i> .....	35
3. Loyalitas Konsumen.....	36
G. Uji Validitas dan Realibilitas	
1. Uji Validitas.....	37
2. Uji Realibilitas.....	40
H. Teknik Analisis Data	
1. Uji Prasyarat.....	42
2. Kategorisasi Data.....	42
3. Uji Signifikansi.....	43
4. Uji Korelasi.....	43
5. Uji Komparasi.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Karakteristik Responden	
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	48
B. Hasil Penelitian	
1. Gambaran Persepsi terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	49
2. Gambaran <i>Service Quality</i> .....	53
3. Gambaran Loyalitas Konsumen.....	61
4. Hubungan Antara Persepsi Terhadap <i>Store Atmosphere</i> dengan Loyalitas Konsumen.....	71
5. Hubungan antara <i>Service Quality</i> dengan Loyalitas Konsumen.....	72

C. Pembahasan Hasil Penelitian	
1. Hubungan Antara Persepsi Terhadap <i>Store Atmosphere</i> Dengan Loyalitas Konsumen.....	73
2. Hubungan Antara <i>Service Quality</i> Dengan LoyalitasKonsumen.....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu.....	25
3.1 Kisi –kisi Instrumen Persepsi Terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	35
3.2 Kisi-kisi Instrumen <i>Service Quality</i> .....	36
3.3 Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Konsumen.....	37
3.4 BobotSkorPilihan Jawaban.....	37
3.5 Uji <i>Corrected item-total correlation</i> Persepsi terhadap <i>store atmosphere</i> .....	39
3.6 Uji <i>Corrected item-total correlation service quality</i> .....	40
3.7 Uji <i>Corrected item-total correlation</i> Loyalitas Konsumen.....	40
3.8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach’s Alpha</i> .....	41
3.9 Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	42
3.10 Tingkatan Kategori Data.....	43
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	48
4.5 Statistik Deskriptif Persepsi Terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	49
4.6 Kategorisasi Persepsi Terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	50
4.7 Statistik Deskriptif Dimensi <i>Store Atmosphere</i> .....	50
4.8 Tingkat Dimensi-Dimensi <i>Store Atmosphere</i> .....	51
4.9 Hasil Uji <i>Kruskal-Wallis</i> Persepsi terhadap <i>Store Atmosphere</i>	

Dita Sestiana, 2014

*Hubungan Antara Persepsi Terhadap Store Atmosphere Dan Service Quality Dengan Loyalitas Konsumen Di Restoran Giggle Box Progo Bandung*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.10 Statistik Deskriptif <i>Service Quality</i> .....	54
4.11 Kategorisasi <i>Service Quality</i> .....	55
4.12 Statistik Deskriptif Dimensi <i>Service Quality</i> .....	55
4.13 Tingkat Dimensi-Dimensi <i>Service Quality</i> .....	56
4.14 Hasil Uji <i>Mann-Whitney</i> Persepsi Terhadap <i>Service Quality</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.15 Hasil Uji <i>Kruskal-Wallis</i> Persepsi Terhadap <i>Service Quality</i> Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.16 Statistik Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	61
4.17 Kategorisasi Loyalitas Konsumen.....	62
4.18 Statistik Deskriptif Dimensi Loyalitas Konsumen.....	63
4.19 Tingkat Dimensi-Dimensi Loyalitas Konsumen.....	64
4.20 Hasil Uji <i>Mann-Whitney</i> Loyalitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.21 Hasil Uji <i>Kruskal-Wallis</i> Loyalitas Konsumen Berdasarkan Usia.....	67
4.22 Hasil Uji <i>Kruskal-Wallis</i> Loyalitas Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	69
4.23 Hasil Uji <i>Kruskal-Wallis</i> Loyalitas Konsumen Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	70
4.24 Hubungan Antara Persepsi Terhadap <i>Store Atmosphere</i> dengan Loyalitas Konsumen.....	71
4.25 Hubungan Antara <i>Service Quality</i> dengan Loyalitas Konsumen.....	72

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir.....	30
----------------------------	----

## DAFTAR GRAFIK

4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.4 Persepsi terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	48
4.5 Dimensi-Dimensi <i>Store Atmosphere</i> .....	49
4.6 Persepsi terhadap <i>Store Atmosphere</i> berdasarkan pekerjaan.....	52
4.7 Persepsi terhadap <i>Service Quality</i> .....	54
4.8 Dimensi Persepsi terhadap <i>Service Quality</i> .....	56
4.9 Persepsi terhadap <i>Service Quality</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.10 Persepsi Terhadap <i>Service Quality</i> Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.11 Loyalitas Konsumen.....	62
4.12 Dimensi Loyalitas Konsumen.....	63
4.13 Loyalitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.14 Loyalitas Konsumen Berdasarkan Usia.....	67
4.15 Loyalitas Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	68

Dita Sestiana, 2014

*Hubungan Antara Persepsi Terhadap Store Atmosphere Dan Service Quality Dengan Loyalitas Konsumen Di Restoran Giggle Box Progo Bandung*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.16 Loyalitas Konsumen Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	70
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Data Konsumen Giggle Box Café & Resto Progo
  - a. Data Konsumen Giggle Box Café & Resto Progo
  - b. Kuesioner
  - c. Verbatim Wawancara Awal
2. Lampiran Data Mentah Uji Coba
  - a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Persepsi Terhadap *Store Atmosphere*
  - b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen *Service Quality*
  - c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Loyalitas Konsumen
3. Lampiran Hasil Uji Analisis Data
  - a. Kategorisasi Data
  - b. Uji Signifikansi
  - c. Uji Korelasi
  - d. Uji Prasyarat
  - e. Uji *Mann Whitney*
  - f. Uji *Kruskal Wallis*

Dita Sestiana, 2014

*Hubungan Antara Persepsi Terhadap Store Atmosphere Dan Service Quality Dengan Loyalitas Konsumen Di Restoran Giggle Box Progo Bandung*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu