

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul</b> .....	i
<b>Halaman Sampul Judul</b> .....	ii
<b>Halaman Persetujuan</b> .....	iii
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	iv
<b>Halaman Motto</b> .....	v
<b>Halaman Persembahan</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	vii
<b>Daftar Isi</b> .....	ix
<b>Daftar Tabel</b> .....	xiii
<b>Daftar Gambar</b> .....	xv
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xvi
<b>Abstrak</b> .....	xvii

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	9
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	10
F. Penegasan Istilah .....	11
G. Sistematika Penulisan .....	12

### **BAB 2 KAJIAN PUSTAKA**

A. Pemasaran .....	14
1. Pengertian Pemasaran .....	14
2. Konsep Inti Pemasaran .....	14
B. Loyalitas Konsumen .....	16
1. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	16

2.	Tahapan Loyalitas Konsumen .....	18
3.	Indikator Loyalitas Konsumen.....	19
4.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen .....	19
C.	Kelompok Referensi .....	20
1.	Pengertian Kelompok Referensi .....	20
2.	Jenis-Jenis Kelompok Referensi .....	21
3.	Indikator Kelompok Referensi .....	22
D.	<i>Customer Experience</i> .....	23
1.	Pengertian <i>Customer Experience</i> .....	23
2.	Jenis-Jenis <i>Customer Experience</i> .....	23
3.	Indikator <i>Customer Experience</i> .....	24
E.	<i>Perceived Value</i> .....	25
1.	Pengertian <i>Perceived Value</i> .....	25
2.	Indikator <i>Perceived Value</i> .....	26
F.	<i>Customer Satisfaction</i> .....	27
1.	Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> .....	27
2.	Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i> .....	27
3.	Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	28
G.	Penelitian Terdahulu .....	28
H.	Kerangka Konseptual .....	30
I.	Hipotesis Penelitian .....	32

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	33
1.	Pendekatan Penelitian .....	33
2.	Jenis Penelitian .....	33
B.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian .....	33
1.	Populasi .....	34
2.	Sampling .....	34
3.	Sampel Penelitian .....	34
C.	Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	35

1.	Sumber Data .....	35
2.	Variabel .....	35
3.	Skala Pengukuran .....	35
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	36
1.	Teknik Pengumpulan Data .....	36
2.	Instrumen Penelitian .....	37
E.	Analisis Data.....	42
1.	Uji Validitas.....	42
2.	Uji Reliabilitas .....	42
3.	Uji Multikolinearitas.....	42
4.	Uji Regresi .....	43
a.	Analisis Regresi Ganda .....	43
b.	Kebaikan Model ( $R^2$ ) .....	43
c.	Uji Hipotesis .....	44
5.	Uji Asumsi Klasik .....	39

#### **BAB 4 HASIL PENELITIAN**

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
B.	Deskripsi Data Responden .....	47
C.	Deskripsi Variabel Penelitian .....	49
D.	Hasil Analisis Data .....	54
1.	Uji Instrumen Penelitian .....	54
a.	Uji Validitas .....	54
b.	Uji Reliabilitas .....	56
2.	Uji Multikolinearitas .....	57
3.	Uji Regresi .....	58
a.	Analisis Regresi Ganda .....	58
b.	Kebaikan Model ( $R^2$ ) .....	59
c.	Uji Hipotesis .....	60
4.	Uji Asumsi Klasik .....	63
a.	Uji Heterokedastisitas .....	63

b. Uji Normalitas .....	64
-------------------------	----

## **BAB V PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Loyalitas Konsumen di Kopi Ruang Temu Tulungagung.....	65
B. Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Konsumen di Kopi Ruang Temu Tulungagung.....	68
C. Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Konsumen di Kopi Ruang Temu Tulungagung.....	69
D. Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Konsumen di Kopi Ruang Temu Tulungagung.....	71
E. Pengaruh Kelompok Referensi, Customer Experience, Perceived Value dan Customer Satisfaction Secara Simultan Terhadap Loyalitas Konsumen di Kopi Ruang Temu Tulungagung.....	73

## **BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	75

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
1.1 Kedai Kopi di Sekitar Lokasi Usaha Kopi Ruang Temu .....	3
3.1 Skala Likert .....	32
3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Kelompok Referensi ( $X_1$ ) .....	34
3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel <i>Cusomer Experience</i> ( $X_2$ ) .....	35
3.4 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel <i>Perceived Value</i> ( $X_3$ ) .....	36
3.5 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel <i>Cusomer Satisfaction</i> ( $X_4$ ) .....	36
3.6 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....	37
4.1 Jenis Kelamin Responden .....	43
4.2 Usia Responden .....	44
4.3 Pekerjaan Responden .....	44
4.4 Hasil Kuesioner Kelompok Referensi .....	45
4.5 Hasil Kuesioner <i>Customer Experience</i> .....	46
4.6 Hasil Kuesioner <i>Perceived Value</i> .....	47
4.7 Hasil Kuesioner <i>Customer Satisfaction</i> .....	48
4.8 Hasil Kuesioner Loyalitas Konsumen .....	49
4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kelompok Referensi .....	50
4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Experience</i> .....	51
4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> .....	51
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	52
4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen .....	52

4.14 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
4.15 Hasil Uji Normalitas .....	54
4.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	55
4.17 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	56
4.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	57
4.19 Hasil Uji F .....	59
4.20 Hasil Uji t .....	60
4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
2.1 Piramida Loyalitas Konsumen .....	22
2.2 Kerangka Konseptual .....	26
4.1 Kopi Ruang Temu .....	42
4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Scatterplot.....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Uji Coba Validitas dan Reliabilitas pada 30 Responden

Lampiran 3 : Data Penelitian 100 Responden

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 : Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Lampiran 8 : Hasil Uji Coba Hipotesis

Lampiran 9 : R Tabel

Lampiran 10 : F Tabel

Lampiran 11 : t Tabel

Lampiran 12 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 13 : Kartu Kendali Bimbingan Skripsi

Lampiran 14 : Daftar Riwayat Hidup