

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI .....	v
ABSTRACT .....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Minat beli ulang.....	8
2.1.2 Store atmosphere.....	12

2.1.3	<i>Shopping Life Style</i> .....	16
2.1.4	Kepuasan konsumen.....	21
2.2	Hubungan antar variabel.....	26
2.2.1	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.2.2	Pengaruh <i>Shopping Life Style</i> terhadap Kepuasan konsumen.....	26
2.2.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Ulang. .....	27
2.2.4	Pengaruh <i>Shopping Life Style</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	28
2.2.5	Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Minat Beli Ulang.....	29
2.3	Model empiric penelitian.....	31

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	32
3.3	Jenis Data dan Metode Pengumpulan data.....	34
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35

3.5 Defiisi operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.6 Metode Analisis Data .....	36
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	37
3.6.2 Analisis kuantitatif.....	38

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Obyek Penelitian.....	44
4.1.1 Uji instrument.....	46
4.1.2 Analisis deskriptif variabel.....	48
4.2 Uji asumsi klasik.....	52
4.3 Metode path analysis.....	55
4.3.1 Persamaan regresi.....	55
4.3.2 Pengujian hipotesis.....	57
4.3.3 Uji koefisien determinasi .....	59
4.3.4 Uji sobel test.....	60
4.4 Pembahasan.....	70
4.4.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	63
4.4.2 Pengaruh <i>Shopping Life Style</i> terhadap Kepuasan konsumen.....	64

4.4.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Ulang.	65
4.4.4	Pengaruh <i>Shopping Life Style</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	67
4.4.5	Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Minat Beli Ulang.....	69
4.4.6	Pengaruh langsung dan tidak langsung.....	70

## BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Implikasi manajerial.....	73
5.3	Keterbatasan dan agenda penelitian mendatang.....	74

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1.1 Data Pendapatan The Blue Lotus Coffee House .....	3
3.1 Definisi operasional variabel.....	36
4.1 Karakteristik responden.....	44
4.2 Uji Validitas Indikator Variabel Penelitian.....	46

4.3 Uji reliabilitas.....	47
4.4 Tanggapan Responden Tentang <i>Store Atmosphere</i> .....	48
4.5 Tanggapan Responden Tentang <i>Shopping Life Style</i> .....	49
4.6 Tanggapan Responden tentang Kepuasan konsumen.....	50
4.7 Tanggapan Responden Tentang Minat Beli Ulang.....	51
4.8 Uji multikolinieritas.....	54
4.9 Uji heteroskedastisitas.....	54
4.10 Rangkuman hasil persamaan regresi.....	55
4.11 Rangkuman koefisien determinasi .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Tingkat kepuasan konsumen.....	23
2.2 Model empirik.....	31
4.1 Uji normalitas P-Plot.....	
53	
4.2 Hasil Mediasi <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	
60	
4.3 Hasil Mediasi <i>Shopping life style</i> terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan konsumen.....	
62	