

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen.....	13
2.1.1 Fungsi Manajemen	14
2.1.2 Tingkatan dalam Manajemen.....	14
2.1.3 Keterampilan Manajemen	15

2.2 Ekonomi Kreatif.....	16
2.2.1 Subsektor Ekonomi Kreatif.....	18
2.3 <i>Social Exchange Theory</i>	21
2.4 <i>Servicescape Theory</i>	22
2.5 <i>Expectation-Confirmation Theory</i>	23
2.6 <i>Relationship Marketing</i>	25
2.6.1 Dimensi Kompetensi.....	27
2.6.2 Dimensi Komitmen	28
2.6.3 Dimensi <i>Trust</i>	28
2.6.4 Dimensi <i>Conflict Handling</i>	29
2.7 Suasana Kafe	29
2.7.1 Dimensi Suasana Umum	31
2.7.2 Dimensi Desain Fisik	31
2.7.3 Dimensi Faktor Sosial.....	32
2.8 Kepuasan Pengunjung.....	32
2.8.1 Dimensi <i>Attributes related to product</i>	34
2.8.2 Dimensi <i>Attributes related to purchase</i>	35
2.8.3 Dimensi <i>Attributes related to service</i>	35
2.9 Loyalitas Pelanggan	36
2.9.1 Dimensi Sikap	38
2.9.2 Dimensi Perilaku.....	38
2.10 Penelitian Terdahulu	39

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	53
3.2 Model Konseptual Penelitian	53
3.3 Variabel Penelitian	55
3.4 Hubungan antar Variabel dan Hipotesis	55
3.4.1 Hubungan antar variabel <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	55
3.4.2 Hubungan antar variabel Suasana Kafe terhadap Loyalitas Pelanggan ..	56

3.4.3 Hubungan antar variabel Kepuasan Pengunjung terhadap Loyalitas Pelanggan	56
3.4.4 Hubungan antar variabel <i>Relationship Marketing</i> , Suasana Kafe, dan Kepuasan Pengunjung secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	57
3.6 Unit Analisis	66
3.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian	66
3.6.2 Unit Penelitian.....	67
3.6.3 Sumber Data.....	67
3.6.4 Metode Pengumpulan Data.....	67
3.6.5 Populasi dan Sampel	68
3.7 Pre-Test	69
3.7.1 Uji Validitas (<i>Pre-Test</i>).....	69
3.7.2 Uji Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>).....	70
3.8 Main Test	70
3.8.1 Uji Validitas	70
3.8.2 Uji Reliabilitas	71
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	72
3.9.1 Uji Normalitas.....	73
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas.....	73
3.9.3 Uji Multikolinearitas	74
3.10 Uji Hipotesis	75
3.10.1 Uji t	75
3.10.2 Uji F	77
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi.....	78
3.10.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	78
3.11 Analisis <i>Mean</i>	79
3.12 Pembahasan.....	79
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Tomoro Coffee.....	81
4.2 Pre-Test	82

4.2.1 Hasil <i>Pre-Test</i> Uji Validitas Variabel <i>Relationship Marketing</i>	82
4.2.2 Hasil <i>Pre-Test</i> Uji Validitas Variabel Suasana Kafe	83
4.2.3 Hasil <i>Pre-Test</i> Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung	84
4.2.4 Hasil <i>Pre-Test</i> Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	84
4.2.5 Hasil <i>Pre-Test</i> Uji Reliabilitas	85
4.3 Deskripsi Responden.....	86
4.3.1 Jenis Kelamin	86
4.3.2 Umur	87
4.3.3 Pekerjaan	88
4.4 Main Test	89
4.4.1 Hasil <i>Main Test</i> Uji Validitas Variabel <i>Relationship Marketing</i>	89
4.4.2 Hasil <i>Main Test</i> Uji Validitas Variabel Suasana Kafe	90
4.4.3 Hasil <i>Main Test</i> Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung	91
4.4.4 Hasil <i>Main Test</i> Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	92
4.4.5 Hasil <i>Main Test</i> Uji Reliabilitas.....	92
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	93
4.5.1 Uji Normalitas.....	93
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	94
4.5.3 Uji Multikolinearitas	95
4.6 Uji Hipotesis	95
4.6.1 Uji t	95
4.6.2 Uji F	97
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	99
4.6.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	99
4.7 Analisis <i>Mean</i>	101
4.7.1 Analisis mean Variabel <i>Relationship Marketing</i>	101
4.7.2 Analisis <i>mean</i> Variabel Suasana Kafe	102
4.7.3 Analisis <i>mean</i> Variabel Kepuasan Pengunjung	103
4.7.4 Analisis <i>mean</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	104
4.8 Pembahasan.....	104

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	106
5.2 Implikasi Manajerial	106
5.2.1 Variabel <i>Relationship Marketing</i>	106
5.2.2 Variabel Suasana Kafe	107
5.2.3 Variabel Kepuasan Pengunjung	107
5.2.4 Variabel Loyalitas Pelanggan	108
5.3 Keterbatasan Penelitian	109
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	109

DAFTAR PUSTAKA	111
RIWAYAT HIDUP PENULIS	116
LAMPIRAN	

