

## DAFTAR ISI

<b>BAB 1</b> .....	1.
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1.
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	9.
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	10.
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	11.
<b>1.5 Tinjauan Pustaka</b> .....	11.
<b>1.5.1 Tinjauan Teoritik</b> .....	11.
<b>1.5.2 Tinjauan Empirik</b> .....	26.
<b>1.6 Hubungan Antar Variabel</b> .....	51.
<b>1.7 Kerangka Pemikiran</b> .....	54.
<b>1.8 Hipotesis</b> .....	55.
<b>1.10 Definisi Konsep dan Operasiona</b> .....	57.
<b>1.10.1 Definisi Konsep</b> .....	57.
<b>1.10.2 Definisi Operasional</b> .....	57.
<b>1.11 Metode Penelitian</b> .....	59.
<b>1.11.1 Jenis Penelitian</b> .....	59.
<b>1.11.2 Objek Penelitian</b> .....	60.
<b>1.11.3 Populasi dan Sampel</b> .....	60.
<b>1.11.4 Sumber Data</b> .....	62.
<b>1.11.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	62.
<b>1.11.6 Skala Pengukuran</b> .....	63.
<b>1.11.7 Uji Validitas dan Uji Realibilitas</b> .....	63.
<b>1.11.8 Teknik Analisis Data</b> .....	65.
<b>BAB II</b> .....	70.
<b>2.1 Sejarah Umum Perusahaan</b> .....	70.
<b>2.2 Starbucks di Indonesia</b> .....	71.
<b>2.3 Visi dan Misi Starbucks Indonesia</b> .....	72.
<b>2.4 Struktur Organisasi Starbucks Indonesia</b> .....	73.
<b>2.5 Logo Starbucks</b> .....	74.
<b>BAB III</b> .....	82.

<b>3.1 Hasil Uji Instrumen .....</b>	<b>82.</b>
<b>3.1.1 Uji Validitas .....</b>	<b>83.</b>
<b>3.1.2 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>85.</b>
<b>3.2 Analisis Data.....</b>	<b>86.</b>
<b>3.2.1 Analisis deskriptif Variabel Penelitian.....</b>	<b>86.</b>
<b>3.2.2 Analisis Statistik Inferensial .....</b>	<b>129.</b>
<b>3.3 Pembahasan.....</b>	<b>144.</b>
<b>3.3.1 Pengaruh Atmosfer Toko (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) .....</b>	<b>144.</b>
<b>3.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z)..</b>	<b>146.</b>
<b>3.3.3 Pengaruh Atmosfer Toko (X1) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y) .....</b>	<b>147.</b>
<b>3.3.4 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y)</b>	<b>148.</b>
<b>3.3.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y)</b> .....	<b>150.</b>
<b>3.3.6 Pengaruh Atmosfer Toko (X1) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y)</b> <b>melalui Kepuasan Konsumen (Z) .....</b>	<b>151.</b>
<b>3.3.7 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap Niat Pembelian Ulang (Y)</b> <b>melalui Kepuasan Konsumen (Z) .....</b>	<b>151.</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>153.</b>
<b>4.1 Kesimpulan.....</b>	<b>153.</b>
<b>4.2 Saran .....</b>	<b>154.</b>