

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
Gambar 1. 1 Chart Fluktuasi Pencarian Google Trends terhadap Kopi Kekinian. 2	
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Konsep Pemasaran	13
2. Kepuasan Pelanggan.....	14
3. Kualitas Produk	18
4. Harga	20
5. Suasana Toko	21
6. E-Service Quality	24
7. E – Promotion.....	30
B. Penelitian Terdahulu	35
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	36

C. Hubungan Antar Variabel	42
1. Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	42
2. Hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	43
3. Hubungan Suasana Toko terhadap Kepuasan Pembelian	44
4. Hubungan <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pembelian	44
5. Hubungan <i>E-Promotion</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	45
D. Kerangka Pemikiran	47
Gambar 2. 1 Kerangka Konsptual	47
E. Hipotesis	47
BAB III	50
A. Rancangan Penelitian	50
B. Objek Penelitian	50
C. Populasi	50
D. Sampel dan Teknik Sampling	50
1. Sampel	50
2. Teknik Sampling	51
3. Besaran Sampel	51
E. Klasifikasi Variabel Penelitian	53
1. Variabel Independen (X)	53
2. Variabel Dependen (Y)	53
F. Definisi Operasional Variabel	53
G. Jenis Data Penelitian	66
H. Prosedur Pengambilan Data	66
I. Skala Pengukuran Variabel	67
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran <i>Likert</i>	67
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel Skala <i>Likert</i>	68
J. Uji Instrumen	70
1. Uji Validitas	70
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	71
2. Uji Reliabilitas	72
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	73
K. Teknik Analisis Data	74

1. Analisis Deskriptif.....	74
2. Analisis Kuantitatif.....	74
BAB IV	78
A. Deskripsi Hasil Penelitian	78
1. Analisis Deskriptif.....	78
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia	79
Tabel 4.3 Penilaian Variabel Kualitas Produk	80
Tabel 4.4 Penilaian Variabel Harga.....	81
Tabel 4.5 Penilaian Variabel Suasana Toko.....	83
Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>E-Service Quality</i>	84
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>E-Promotion</i>	85
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan	87
2. Analisis Kuantitatif dan Pengujian Hipotesis.....	88
Tabel 4.9 Hasil analisis regresi linier berganda (R ² dan F ₂)	88
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (t).....	90
B. Pembahasan.....	96
1. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Suasana Toko, <i>E-Service Quality</i> , dan <i>E-Promotion</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	96
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	98
3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	99
4. Pengaruh Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan	100
5. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	101
6. Pengaruh <i>E-Promotion</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	102
BAB V.....	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN : 1.....	121
LAMPIRAN : 2.....	132
LAMPIRAN : 3.....	144
LAMPIRAN : 4.....	156

LAMPIRAN : 5.....	192
LAMPIRAN : 6.....	194
LAMPIRAN : 7.....	201
LAMPIRAN : 8.....	204