

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Niat Kunjung Ulang	13
2. <i>Social Media Marketing</i>	14
3. Kemudahan Akses	16
4. Kualitas Layanan	17
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Hubungan antar Variabel	24
D. Kerangka Pemikiran.....	27
E. Hipotesis	27

BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
A. Rancangan Penelitian.....	29
1. Objek Penelitian.....	30
2. Waktu Penelitian.....	30
B. Populasi.....	31
C. Sampel dan Teknik Sampling	31
1. Sampel.....	31
2. Teknik Sampling.....	31
3. Besaran Sampel.....	32
D. Jenis Data Penelitian	33
E. Prosedur Pengambilan Data	34
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	36
1. Variabel Independent (Variabel Bebas).....	36
2. Variabel Dependent (Variabel Terikat).....	37
G. Definisi Operasional	37
H. Uji Instrumen	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Realibilitas	42
I. Teknik Analisis Data.....	43
1. Analisis Deskriptif	43
2. Analisis Kuantitatif	44
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Analisis Deskriptif.....	49
1. Deskriptif Responden.....	50
2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	52
B. Hasil Analisis Kuantitatif.....	63
1. Analisis Regresi Linier Berganda	63
2. Uji F	64
3. Uji t	65
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	66

C. Pembahasan.....	67
1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> , Kemudahan Akses, dan Kualitas Layanan terhadap Niat Kunjung Ulang ke Torte Coffee <i>To Go</i>	67
2. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Niat Kunjung Ulang	70
3. Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Niat Kunjung Ulang	72
4. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Kunjung Ulang	74
BAB V	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. KESIMPULAN.....	77
B. SARAN	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produksi Perkebunan Kopi Indonesia Menurut Status Pengusahaan (000 ton), 2021-2023	1
Gambar 1. 2 Sensus Penduduk yang diolah oleh GoodStats, 2020	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Survey Awal	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terhadulu	20
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	31
Tabel 3. 2 Skala Likert	35
Tabel 3. 3 Skala Interval Jawaban Responden.....	35
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 5 Uji Validitas Pertama	39
Tabel 3. 6 Uji Validitas Kedua.....	41
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	52
Tabel 4. 4 Persepsi Responden Terhadap Variabel Social Media Marketing.....	53
Tabel 4. 5 Variabel Social Media Marketing Responden	54
Tabel 4. 6 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kemudahan Akses.....	55
Tabel 4. 7 Variabel Kemudahan Akses Responden	57
Tabel 4. 8 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan.....	58
Tabel 4. 9 Variabel Kualitas Layanan Responden	60
Tabel 4. 10 Persepsi Responden Terhadap Variabel Niat Kunjung.....	61
Tabel 4. 11 Variabel Niat Kunjung	62
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji F	64
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra-Survey Awal.....	83
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden.....	90
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Variabel Social Media Marketing.....	98
Lampiran 5 Hasil Kuesioner Variabel Kemudahan Akses	106
Lampiran 6 Data Variabel Kualitas Layanan.....	114
Lampiran 7 Data Variabel Niat Kunjung ulang	122
Lampiran 8 Uji Validitas 1.....	130
Lampiran 9 Uji Validitas 2.....	140
Lampiran 10 Uji Reliabilitas.....	149
Lampiran 11 Analisis Deskriptif.....	150
Lampiran 12 Interval Persepsi Responden.....	152
Lampiran 13 Hasil Analisis.....	154