DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10
A. Landasan Teori 10
1. *Stimulus–Organism–Response (SOR) Theory* 10
2. *Customer Engagement* 11
3. *Store Atmoshphere* 14
4. *Perceived Value* 17
5. *Repurchase Intention* 21
B. Penelitian Terdahulu 24
C. Hubungan Antar variable dan Hipotesis 27
D. Kerangka Pemikiran 41
BAB III METODE PENELITIAN 42
A. Rancangan Penelitian 42
B. Objek dan Waktu Penelitian 43
C. Populasi, ... 44
D. Sampel, dan Teknik Sampling 45

E. Jenis Data Penelitian 47
F. Prosedur Pengambilan Data 48
G. Klasifikasi Variabel Penelitian 49
H. Definisi Operasional Variabel 50
I. Skala Pengukuran Variabel 51
J. Teknik Analisis Data 52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59
A. Tingkat Pengembalian Kuesioner 59
B. Hasil Analisis Deskriptif 60
C. Hasil Analisis Kuantitatif 68
D. Pembahasan 79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 90
A. Kesimpulan 90
B. Keterbatasan Penelitian 92
C. Saran 92
DAFTAR PUSTAKA 97
LAMPIRAN