

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RINGKESAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	18
2.1 Tinjauan Pustaka	18
2.1.1 Administrasi.....	18
2.1.2 Administrasi Bisnis.....	19
2.2 Pemasaran (<i>Marketing</i>)	20
2.3 <i>Emotional Engagement</i>	21
2.3.1 Pengertian <i>Emotional Engagement</i>	21

2.3.2	Indikator <i>Emotional Engagement</i>	22
2.4	<i>Store Atmosphere</i>	23
2.4.1	Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	23
2.4.2	Indikator <i>Store Atmosphere</i>	25
2.5	<i>Coffe Shop (Café)</i>	25
2.6	<i>Customer Loyalty</i>	27
2.6.1	Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	27
2.6.2	Indikator <i>Customer Loyalty</i>	28
2.7	Penelitian Terdahulu	29
2.8	Kerangka Pemikiran	32
2.9	Hipotesis	33
BAB III	METODE DAN OBYEK PENELITIAN	36
3.1	Metode Penelitian	36
3.1.1	Paradigma Penelitian	36
3.1.2	Metode penelitian	37
3.2	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	38
3.2.1	Variabel Penelitian	38
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	39
3.3	Tekni Pengumpulan Data	40
3.3.1	Data primer	41
3.3.2	Data Sekunder	44
3.4	Teknik Analisis Data	45
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian	45
3.5.1	Uji Validitas Instrumen	45
3.5.2	Uji Reliabilitas Instrumen	46
3.6	Analisis Data	47
3.6.1	Analisis Data Dekripsitf	47
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.6.3	Analisis Koefisien Determinasi	50
3.7	Uji Asumsi Klasik	50
3.7.1	Uji Normalitas	50

3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	51
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	51
3.8 Uji Hipotesis.....	51
3.8.1 Uji Parsial T	52
3.8.2 Uji Simultan F	52
3.9 Koefisien Determinasi.....	53
3.9.1 Koefisien Determinasi (R^2) <i>Emotional Engagement</i> (X_1) terhadap <i>Customer Loyalty</i>	53
3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2) <i>Store Atmosphere</i> (X_2) terhadap <i>Customer Loyalty</i>	54
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2) <i>Emotional Engagement</i> (X_1) dan <i>Store Atmosphere</i> (X_2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Café Kopi Brontak.....	55
4.1.1 Profil Singkat Perusahaan.....	55
4.1.2 Visi dan Misi.....	56
4.1.3 Logo Café Kopi Brontak.....	57
4.1.4 Struktur Organisasi	57
4.1.5 Karakteristik Responden.....	59
4.2 Kondisi <i>Emotional Engagement</i> pada Café Kopi Brontak.....	61
4.2.1 Perhatian Merek.....	61
4.2.2 Daya Tarik Merek	64
4.2.3 Perasaan Positif.....	67
4.2.4 Ketertikatan Diri	69
4.2.5 Keinginan Interaksi.....	71
4.3 Kondisi <i>Store Atmosphere</i> pada Café Kopi Brontak	74
4.3.1 Estetika Desain	74
4.3.2 Kondisi <i>Ambient</i>	77
4.3.3 Kerapihan dan Kebersihan.....	81
4.3.4 Fungsionalitas Tata Letak	83
4.4 Kondisi <i>Customer Loyalty</i> pada Café Kopi Brontak.....	86

4.4.1. Pembelian Ulang Konsisten.....	86
4.4.2. Ketersediaan Merekomendasikan	89
4.4.3. Berbicara Positif	91
4.4.4. Resistensi Terhadap Pesaing	92
4.4.5. Prioritas Utama	95
4.5 Uji Instrumen Penelitian.....	97
4.6.1 Uji Validitas	97
4.6.2 Uji Reliabilitas	99
4.6 Uji Asumsi Klasik	100
4.6.1. Uji Normalitas.....	100
4.6.2. Uji Multikolinieritas.....	101
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	101
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	102
4.8 Uji Hipotesis.....	104
4.8.1 Uji Parsial T	104
4.8.2 Uji Simultan F.....	105
4.8.3 Koefisien Determinasi (R^2) <i>Emotional Engagement</i> (X_1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	107
4.8.4 Koefisien Determinasi (R^2) <i>Store Atmosphere</i> (X_2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	108
4.8.5 Koefisien Determinasi (R^2) <i>Emotional Engagement</i> (X_1) dan <i>Store Atmosphere</i> (X_2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	109
4.9 Pembahasan	110
4.10.1 Pengaruh <i>Emotional Engagement</i> (X_1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) pada Café Kopi Brontak	110
4.10.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X_2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) pada Café Kopi Brontak	112
4.10.3 Pengaruh <i>Emotional Engagement</i> (X_1) dan <i>Store Atmosphere</i> (X_2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) pada Café Kopi Brontak	113
4.10 Hambatan dan Upaya Café Kopi Brontak.....	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Kesimpulan.....	118

5.2	Saran.....	120
5.2.1	Saran untuk Café Kopi Brontak.....	121
5.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	121
	DAFTAR PUSTAKA.....	123
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	127