

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR RUMUS.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 <i>Customer Experience</i>	11
2.2.1 Definisi <i>Customer Experience</i>	11

	2.2.2	Indikator <i>Customer Experience</i>	12
2.3		Harga	13
	2.3.1	Definisi Harga	13
	2.3.2	Indikator Harga	14
2.4		<i>Store Atmosphere</i>	15
	2.4.1	Definisi <i>Store Atmosphere</i>	15
	2.4.2	Indikator <i>Store Atmosphere</i>	16
2.5		Minat Beli Ulang	17
	2.5.1	Definisi Minat Beli Ulang	17
	2.5.2	Indikator Minat Beli Ulang	17
2.6		Kerangka Pemikiran	19
2.7		Hubungan Antar Variabel	19
	2.7.1	Hubungan <i>Customer Experience</i> Dengan Minat Beli Ulang	19
	2.7.2	Hubungan Harga Dengan Minat Beli Ulang	20
	2.7.3	Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Dengan Minat Beli Ulang	21
2.8		Model Konseptual	22
2.9		Hipotesis Penelitian	22
BAB III		METODE PENELITIAN	24
3.1		Rancangan Penelitian	24
3.2		Waktu Dan Tempat Penelitian	25
3.3		Populasi Dan Sampel Penelitian	25

	3.3.1	Populasi Penelitian	25
	3.3.2	Sampel Penelitian	25
	3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	26
	3.4	Pengumpulan Data	26
	3.5	Definisi Operasional Variabel	27
	3.6	Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	28
	3.6.1	Uji Validitas	28
	3.6.2	Uji Reliabilitas	29
	3.7	Analisis Data	29
	3.8	Uji Asumsi Klasik	30
	3.9	Uji Kelayakan Model (Uji F)	31
	3.10	Uji Parsial (Uji t)	32
	3.11	Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)	32
BAB IV		HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
	4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	33
	4.2	Deskriptif Data Responden	36
	4.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	38
	4.4	Uji Validitas	42
	4.5	Uji Reliabilitas	44
	4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	45
	4.6.1	Persamaan Regresi	46
	4.7	Pengujian Hipotesis	47

4.7.1	Uji F	47
4.7.2	Uji t	47
4.7.3	Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R ²)	48
4.8	Uji Asumsi Klasik	48
4.8.1	Uji Normalitas	48
4.8.2	Uji Heteroskedastisitas	49
4.8.3	Uji Multikolinieritas	49
4.8.4	Uji Linieritas	50
4.9	Pembahasan	50
4.9.1	Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Minat Beli Ulang Di Mahkota Resto Samarinda	50
4.9.2	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Mahkota Resto Samarinda	52
4.9.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli Ulang Di Mahkota Resto Samarinda	53
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran	56
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	56
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	57

5.3	Implikasi Hasil Penelitian	58
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN	64

