

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 CEO Kopi Kenangan.....	1
Gambar 1.2 Menu Kopi Kenangan.....	2
Gambar 1.3 Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia (ICO).....	4
Gambar 1.4 Indonesia Didominasi Gen Z dan Milenial.....	5
Gambar 1.5 Konsep Dine in dan Take Away.....	7
Gambar 1.6 Pertumbuhan Gerai Kopi Kenangan.....	7
Gambar 1.7 Perbandingan Top Brand Index.....	8
Gambar 1.8 Tampilan Aplikasi Kopi Kenangan.....	15
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Domisili.....	66
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	66
Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Informasi yang didapat.....	67
Gambar 4.8 Responden Berdasarkan berapa kali memesan kopi kenangan melalui aplikasi.....	68
Gambar 4.9 Garis Kontinum Kualitas produk.....	71
Gambar 4.10 Garis Kontinum <i>E-Service Quality</i> .....	74
Gambar 4.11 Garis Kontinum <i>Customer Satisfaction</i> .....	76
Gambar 4.12 Garis Kontinum <i>Repurchase Intention</i> .....	77
Gambar 4.13 Full Model Struktural (PLS Algorithm).....	79
Gambar 4.14 Inner Model.....	89
Gambar 4.15 Model akhir setelah pengujian.....	107