

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Lokasi Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Masalah.....	3
1.3 Perumasan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Kegunaan Penelitian.....	19
1.5.1 Aspek Teoritis.....	19
1.5.2 Aspek Praktis.....	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTKA.....	21
2.1 Minat Beli Ulang.....	21
2.1.2 Dimensi Minat Beli Ulang.....	22
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	22
2.2 Kualitas Produk.....	23
2.2.1 Konsep Kualitas Produk.....	25
2.3 Promosi Penjualan.....	26
2.3.1 Dimensi Promosi Penjualan.....	28
2.4 Kualitas Pelayanan.....	29

2.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	29
2.5 Exsperiental Marketing	31
2.5.1 Dimensi Experiental Marketing.....	31
2.6 Penelitian Terdahulu	32
2.7 Kerangka Pemikiran	42
2.7.1 Promosi penjualan	42
2.7.2 Experiental Markting	42
2.7.3 Kualitas Produk	43
2.7.4 Kualitas Pelayanan	43
2.7.5 Minat Beli Ulang	44
2.8 Hipotesis Penelitian.....	45
2.9 Ruang Lingkup Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	46
3.3 Tahapan Penelitian	54
3.4 Populasi dan Sampel	54
3.4.1 Populasi	54
3.4.2 Sampel	54
3.5 Pengumpulan Data	55
3.5.1 Data Primer	56
3.5.2 Data Sekunder.....	56
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	57
3.6.1 Uji Validitas.....	57
3.6.2 Uji Reliabilitas	60
3.7 Teknik Analisis Data.....	63
3.7.1 Analisis Deskriptif	63
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	66
3.8 Pengujian Hipotesis.....	66
3.8.1 Uji Parsial (Uji T)	67
3.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	67

3.8.3 Koefisien Determinasi (R ²)	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Pengumpulan Data	69
4.2 Karakteristik Responden	69
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	71
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	71
4.3 Hasil Penelitian	72
4.3.1 Analisis Deskriptif	73
4.3.2 Metode Analisis Data	88
4.3.3 Pengajuan Hipotesis	90
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	92
4.4.1 Hasil Penelitian Deskriptif	93
4.4.2 Pengaruh Antara Promosi penjualan terhadap Minat Beli Ulang	95
4.4.3 Pengaruh Antara Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang	96
4.4.4 Pengaruh Antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	96
4.4.5 Pengaruh Antara Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang	96
4.4.6 Pengaruh Antara Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99
5.2.1 Saran Bagi Café Eskalasi Space	99
5.2.1 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104