

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Bagikopi.id.....	1
1.1.2 Profil Bagikopi Signature Dago .....	3
1.1.3 Visi Dan Misi Bagikopi Signature Dago.....	5
1.1.4 Logo Bagikopi Signature Dago.....	6
1.1.5 Lokasi Bagikopi Signature Dago .....	6
1.1.6 Struktur Organisasi Bagikopi Signature Dago.....	7
1.1.7 Produk Bagikopi Signature Dago.....	8
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	9
1.3 Perumusan Masalah.....	30
1.4 Tujuan Penelitian.....	30
1.5 Manfaat Penelitian.....	31
1.5.1 Manfaat Praktis .....	31
1.5.2 Manfaat Teoritis .....	32
1.6 Batasan Penelitian .....	33
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	35
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>37</b>
2.1 Teori – Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	37
2.1.1 Pemasaran.....	37

2.1.2	Manajemen Pemasaran.....	37
2.1.3	Bauran Pemasaran.....	39
2.1.4	<i>Servicescape</i> .....	43
2.1.5	Dimensi <i>Servicescape</i> .....	45
2.1.6	Konsumen.....	47
2.1.7	Perilaku Konsumen .....	47
2.1.8	<i>Customer experience</i> .....	48
2.1.9	Dimensi <i>Customer experience</i> .....	49
2.1.10	Hubungan <i>Servicescape</i> terhadap <i>Customer experience</i> .....	50
2.2	Penelitian Terdahulu .....	51
2.3	Kerangka Pemikiran.....	57
2.3.1	<i>Servicescape</i> sebagai variabel bebas (X) .....	58
2.3.2	<i>Customer experience</i> sebagai variabel terikat (Y) .....	58
2.4	Hipotesis Penelitian.....	58
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>61</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	61
3.2	Operasional Variabel.....	62
3.3	Skala Pengukuran.....	65
3.4	Tahapan Penelitian .....	66
3.5	Populasi dan Sampel .....	67
3.5.1	Populasi .....	67
3.5.2	Sampel.....	68
3.6	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	72
3.6.1	Pengumpulan Data .....	72
3.6.2	Sumber Data.....	72
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas.....	73
3.7.1	Uji Validitas .....	73
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	77
3.8	Teknik Analisis Data.....	78
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	81
3.9.1	Uji Normalitas .....	81

3.9.2	Uji Multikolinearitas .....	81
3.9.3	Uji Linearitas.....	82
3.9.4	Uji Homokedastisitas .....	82
3.10	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	83
3.11	Uji Hipotesis.....	84
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>87</b>
4.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	87
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 87	
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	88
4.1.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	89
4.1.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Perbulan .....	90
4.1.5	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan.....	91
4.2	Uji Validitas & Uji Reliabilitas .....	92
4.2.1	Uji Validitas .....	92
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	94
4.3	Teknik Analisis Data.....	95
4.3.1	Analisis Deskriptif <i>Servicescape</i> .....	95
4.3.2	Analisis Deskriptif <i>Customer experience</i> .....	99
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	102
4.4.1	Uji Normalitas .....	102
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	103
4.4.3	Uji Linearitas.....	105
4.4.4	Uji Homoskedastisitas.....	106
4.5	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	108
4.6	Uji T .....	109
4.7	Koefisien Determinasi.....	110
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>113</b>

5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	114
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	114
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>125</b>