

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Tugas Akhir	5
1.4 Kontribusi Terhadap Tugas Akhir	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Brand Awareness	7
2.1.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	7
2.1.2 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	8
2.1.3 Dimensi <i>Brand Awareness</i>	10
2.2 <i>Customer Experience</i>	11
2.2.1 Terminologi dan Konseptualisasi Pengalaman Pelanggan	11
2.2.2 Kategori Pengalaman pelanggan	11
2.2.3 Dimensi Pengalaman pelanggan	12
2.3 Loyalitas Pelanggan	12
2.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	12
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	13
2.3.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan	13
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Kerangka Penelitian	17
2.6 Hipotesis Penelitian	17
BAB 3. METODE TUGAS AKHIR	19
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	19
3.2 Variabel Penelitian	19
3.3 Definisi Operasional	21
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	27

3.5 Sumber Data	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Alat Ukur Data	29
3.8 Teknik Metode Analisis	29
3.8.1. Metode Asosiatif Kausal	29
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.9.1. Uji Validitas	29
3.9.2. Uji Reliabilitas	30
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.10.1. Uji Normalitas.....	30
3.10.2. Uji Multikolinearitas	30
3.10.3. Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.11 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
3.11.1. Koefisien Determinasi	31
3.12.1. Uji t (parsial).....	32
3.12.2. Uji F (Uji Simultan).....	32
BAB 4 DESAIN DAN PEMBUATAN	33
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	33
4.1.1 Sejarah	33
4.1.2 Logo Perusahaan.....	33
BAB 5 PENGUJIAN DAN ANALISA.....	34
5.1 Deskripsi Data Penelitian.....	34
5.2 Gambaran Umum Responden	34
5.2.1 Usia.....	34
5.2.2 Jenis Kelamin.....	35
5.2.3 Pekerjaan.....	35
5.2.4 Frekuensi Kunjungan	35
5.2.5 Rata-rata Pengeluaran Kunjungan	36
5.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	36
5.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
5.4.1 Uji Validitas.....	44
5.4.2 Uji Reliabilitas.....	46
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	46
5.5.1 Uji Normalitas.....	46

5.5.2 Uji Multikolinearitas	47
5.5.3 Uji Heteroskedastisitas	48
5.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
5.6.1 Uji Persamaan Regresi.....	49
5.6.2 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	50
5.7 Uji Hipotesis.....	51
5.7.1 Uji t (Uji Parsial).....	51
5.7.2 Uji F (Uji Simultan).....	53
5.8 Pembahasan	54
BAB 6 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	57
6.1 Kesimpulan	57
6.2 Rekomendasi	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasionalisasi	21
Tabel 3. 2 Data Jumlah Pengunjung	27
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	29
Tabel 5. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 5. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 5. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 5. 4 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	35
Tabel 5. 5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Kunjungan Rata - Rata	36
Tabel 5. 6 Rentang Skala Kategorisasi Data Penelitian	37
Tabel 5. 7 Hasil Kuesioner Variabel Brand Awareness (X1)	37
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Mengenai Pengalaman pelanggan (X2).....	40
Tabel 5. 9 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas pelanggan (Y).....	42
Tabel 5. 10 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 5. 11 Hasil Uji Realibilitas	46
Tabel 5. 12 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 5. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 5. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glesjer.....	48
Tabel 5. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	49
Tabel 5. 16 Hasil Uji Koefisien Determinan (Adjusted R2)	50
Tabel 5. 17 Skala Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 5. 18 Hasil Uji t	52
Tabel 5. 19 Uji F (Uji Simultan)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	10
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	17
Gambar 3. 1 Lokasi Cafe Minbar	19
Gambar 4. 1 Logo Cafe Minbar Medan	33
Gambar 5. 1 Nilai Mean Variabel <i>Brand Awareness</i>	39
Gambar 5. 2 Nilai Mean Variabel Pengalaman pelanggan.....	41
Gambar 5. 3 Nilai Mean Variabel Loyalitas pelanggan.....	43