

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	11
1.5.1 Lokasi Penelitian	11
1.5.2 Jadwal Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Service Quality</i>	12
2.1.1.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	12
2.1.1.2 Indikator <i>Service Quality</i>	13
2.1.2 <i>Perceived Value</i>	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Perceived Value</i>	14
2.1.2.2 Indikator <i>Perceived Value</i>	15
2.1.3 <i>Perceived Risk</i>	16

2.1.3.1 Pengertian <i>Perceived Risk</i>	16
2.1.3.2 Indikator <i>Perceived Risk</i>	17
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.1.4.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.1.4.2 Manfaat <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.1.4.3 Faktor Pendorong <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.4.4 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	29
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.2.1 Jenis Penelitian	30
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	30
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data	33
3.2.3.2 Populasi Sasaran	33
3.2.3.3 Penentuan Sampel	34
3.2.3.4 Teknik Sampling	34
3.2.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.3 Model Penelitian	35
3.4 Teknik Analisis Data	36
3.4.1 Analisis Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	36
3.4.2 Pengembangan Model Berbasis Teori	36
3.4.3 Pengembangan Path Diagram	37
3.4.4 Konversi Path ke Dalam Persamaan	38
3.4.5 Matriks Input dan Persamaan Model	40
3.4.6 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	40
3.4.7 Uji Kelayakan Asumsi SEM	40
3.4.8 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-Fit</i>	42

3.4.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.4.10 Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis....	44
3.4.11 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	45
3.4.12 Pengujian Model Mediasi	45
3.4.13 Hipotesis Statistika.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden	47
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	49
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Keberadaan Kafe	51
4.2.1 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	52
4.1.2.1 Hasil Pengujian <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	52
4.1.2.2 Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM.....	58
4.1.2.3 Evaluasi Kinerja <i>Goodness of Fit</i>	64
4.1.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	67
4.1.2.5 Pengujian Hipotesis	71
4.1.2.6 Interpretasi dan Modifikasi Model	74
4.1.2.7 Pengujian Model Mediasi.....	75
4.2 Pembahasan	76
4.2.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Perceived Value</i> pada pelanggan Kafe VSC Roastery Tasikmalaya.....	76
4.2.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Perceived Risk</i> pada pelanggan Kafe VSC Roastery Tasikmalaya.....	78
4.2.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada pelanggan Kafe VSC Roastery Tasikmalaya	79
4.2.4 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada pelanggan Kafe VSC Roastery Tasikmalaya	80

4.2.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> berperan dalam memediasi hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	81
4.2.6 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> berperan dalam memediasi hubungan antara <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	92
RIWAYAT HIDUP.....	129

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Ulasan <i>Google Review</i> Pelanggan.....	6
2.1	Penelitian Terdahulu.....	22
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	31
3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian.....	37
3.3	Model Persamaan Struktural.....	39
3.4	Model Pengukuran.....	39
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-Fit-Index</i>).....	43
4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	54
4.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	57
4.3	Uji Normalitas.....	58
4.4	Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i>	60
4.5	Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	61
4.6	Uji <i>Full Model Goodness of Fit</i> SEM.....	65
4.7	Uji Validitas	67
4.8	Uji Signifikansi Koefisien	71
4.9	Hasil Uji <i>Parallel Indirect Effect</i> AMOS	75

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Ringkasan ulasan <i>Google Review</i>	7
3.1	Model Penelitian	36
3.2	<i>Path</i> Diagram Penelitian	38
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..	49
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Keberadaan Kafe.....	51
4.6	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel <i>Service Quality</i>	53
4.7	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	55
4.8	Hasil Uji Full Model SEM.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Jadwal Penelitian	92
2	Kuesioner Penelitian 2025	93
3	Data Hasil Kuesioner Penelitian	101
4	Evaluasi Atas Asumsi – Asumsi SEM	111
5	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	116
6	Uji Validitas dan Reliabilitas	119
7	<i>Estimate Regression Weight</i>	121
8	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	123
9	Pengujian Variabel Mediasi	124
10	Surat Izin Penelitian	125
11	Dokumentasi Pengambilan Data Kuesioner	126