

PENGARUH *CAFE ATMOSPHERE* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI KOPI JANJI JIWA INDONESIA

KARYA AKHIR

**Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana**



**FAJAR HAZLIRAHMAN
NIM. B1021191088**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025**

PENGARUH *CAFE ATMOSPHERE* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI KOPI JANJI JIWA INDONESIA

KARYA AKHIR

**Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana**



**FAJAR HAZLIRAHMAN
NIM. B1021191088**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025**

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama : Fajar Hazlirahman
NIM : B1021191088
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Karya Akhir : Pengaruh *Cafe Atmosphere* dan *Food Quality* terhadap *Revisit Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi di Kopi Janji Jiwa Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.



Fajar Hazlirahman
NIM. B1021191088

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

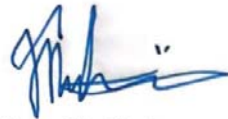
Nama : Fajar Hazlirahman
NIM : B1021191088
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi* : Pemasaran
Tanggal Ujian : 3 Juli 2025

Judul Karya Akhir*:

Pengaruh *Cafe Atmosphere* dan *Food Quality* terhadap *Revisit Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi di Kopi Janji Jiwa Indonesia

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 3 Juli 2025



Fajar Hazlirahman
NIM. B1021191088

LEMBAR YURIDIS

PENGARUH *CAFE ATMOSPHERE* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI KOPI JANJI JIWA INDONESIA



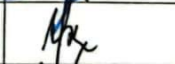
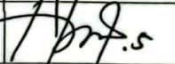
Penanggung Jawab Yuridis



Fajar Hazlirahman
B1021191088

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian : 3 Juli 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M. NIP. 196905152000032001	9/8-25	
Pembimbing 2	Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. NIP. 199205082019031006	25/8-25	
Penguji 1	Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si. NIP. 197305012003122001	29/7-25	
Penguji 2	Harry Setiawan, S.E., M.M. NIP. 198510112019031010	20/8-25	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir Program Riset Karya Akhir dan Komprehensif untuk memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak, 25 AUG 2025

Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006



UCAPAN TERIMA KASIH

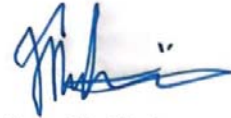
Alhamdulillah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul **“Pengaruh *Cafe Atmosphere* dan *Food Quality* terhadap *Revisit Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi di Kopi Janji Jiwa Indonesia”** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Karya akhir ini dihadiahkan spesial kepada Ayah, Ibu dan keluarga tercinta penulis.

Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura sekaligus Dosen Pembimbing Riset Karya Akhir yang telah memberikan bimbingan, masukan dan pengalaman berharga sebagai penulis artikel ilmiah hingga dapat terbit.
6. Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis mulai sejak pertama sebagai mahasiswa S1 manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, hingga berhasil menyelesaikan Riset Karya Akhir.
7. Bapak dan Ibu Dosen pengelola Riset Karya Akhir Program Studi Manajemen yang telah memberikan materi serta pengarahan selama program berlangsung.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran berharga bagi penulis selama menjalani perkuliahan sebagai mahasiswa S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
9. Staf Akademik, Tata Usaha dan Tenaga Kependidikan lainnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kemudahan akses administrasi selama kuliah dan penulisan karya akhir ini.
10. Orang tua tercinta, ayah Zulkifli dan ibu Dwi Hartatik atas doa, dukungan, dan pengorbanan tanpa batas yang menjadi sumber semangat penulis dalam menyelesaikan Pendidikan S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.

11. Rekan-rekan kerja Toko Kami yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir Pendidikan S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
12. Teman-teman seperjuangan, Maulid Tommy Saputra, Gandhy Muhammad Kautsar, Rafi Risya Putra, Suhardi, Rahmadani Putra, Irfan Syahyudi serta teman lainnya yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir bersama dan tumbuh lebih baik dari sebelumnya.
13. Serta semua pihak yang telah memberikan perhatian dan dukungannya yang tidak bisa penulis tuliskan satu per-satu.

Pontianak, 3 Juli 2025



Fajar Hazlirahman
NIM. B1021191088

Pengaruh *Cafe Atmosphere* dan *Food Quality* terhadap *Revisit Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi di Kopi Janji Jiwa Indonesia

Fajar Hazlirahman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini berkontribusi mengkaji dampak *cafe atmosphere* dan *food quality* terhadap *revisit intention*, dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada Kopi Janji Jiwa. Metode kuantitatif digunakan pada penelitian ini dengan pendekatan purposive sampling dengan sampel sejumlah 273 responden, dengan menggunakan aplikasi olah data SmartPLS versi 4 dengan metode Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Hasil uji hipotesis pada penelitian ini menemukan suasana kafe dan kualitas makanan secara langsung berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas makanan dan kepuasan tersebut kemudian berpengaruh langsung terhadap niat kunjungan ulang. Sementara itu, suasana kafe tidak berdampak langsung terhadap *revisit intention*, akan berpengaruh secara tidak langsung melalui mediasi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas makanan dan atmosfer kafe berperan sentral membentuk kepuasan pelanggan, yang kemudian memengaruhi keinginan untuk kembali berkunjung. Meskipun pada uji hipotesis menyebutkan atmosfer kafe tidak berpengaruh langsung pada niat kunjungan ulang, efeknya menjadi berpengaruh signifikan ketika pelanggan merasa puas.

Kata kunci: *Cafe Atmosphere*, *Food Quality*, *Customer Satisfaction*, *Revisit Intention*.

Pengaruh *Cafe Atmosphere* dan *Food Quality* terhadap *Revisit Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi di Kopi Janji Jiwa Indonesia

Fajar Hazlirahman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

This study contributes to examining the influence of cafe atmosphere and food quality on revisit intention, with customer satisfaction as a mediating variable at Kopi Janji Jiwa. A quantitative method was employed using purposive sampling, involving 273 respondents. Data were analyzed using SmartPLS 4 with the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. The hypothesis testing revealed that both cafe atmosphere and food quality significantly affect customer satisfaction. Furthermore, food quality and satisfaction directly influence revisit intention. However, cafe atmosphere does not have a direct impact on revisit intention but shows an indirect effect through customer satisfaction. These findings emphasize that food quality and cafe atmosphere play a crucial role in shaping customer satisfaction, which in turn drives revisit intention. Although cafe atmosphere was not found to have a direct effect, its influence becomes significant when customers are satisfied.

Keywords: *Cafe Atmosphere, Food Quality, Customer Satisfaction, Revisit Intention.*

RINGKASAN KARYA AKHIR

Pengaruh *Cafe Atmosphere* dan *Food Quality* terhadap *Revisit Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi di Kopi Janji Jiwa Indonesia

1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan, dengan kedai kopi sebagai subsektor yang berkembang pesat, terutama di kalangan generasi muda yang memanfaatkannya sebagai gaya hidup, tempat kerja, dan sarana ekspresi. Menurut Statista (Nurhayati, 2024), pendapatan coffee & tea shop Indonesia pada 2024 diproyeksikan mencapai USD 1,2 miliar, sementara Euromonitor (Baskoro, 2020) mencatat lebih dari 3.000 kedai kopi baru dibuka setiap tahun. Persaingan ketat ini menuntut strategi mempertahankan pelanggan melalui peningkatan revisit intention, seperti yang ditunjukkan Janji Jiwa Jilid 200 yang berhasil menjaga penjualan stabil di kisaran Rp100–120 juta per bulan pada 2021 (Mambu et al., 2024).

Dua faktor utama yang memengaruhi revisit intention adalah cafe atmosphere dan food quality. Atmosfer kafe tidak hanya mencakup dekorasi visual, tetapi juga kenyamanan, pencahayaan, musik, dan tata letak yang membentuk pengalaman sensoris menyeluruh (Ali & Omar, 2014). Sementara itu, kualitas makanan dinilai dari rasa, penyajian, kesegaran, dan kebersihan, yang jika konsisten dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan (Darussalam, 2020; Ferdian et al., 2023). Kedua faktor ini memengaruhi customer satisfaction, yaitu kepuasan yang timbul ketika pengalaman memenuhi atau melebihi ekspektasi, tidak hanya dari rasa produk, tetapi juga pelayanan dan kenyamanan (Al Amrie et al., 2021; Kusumawati & Sri Rahayu, 2020).

Pada 2022, Janji Jiwa menjadi jaringan restoran dengan gerai terbanyak di Indonesia, melampaui Kopi Kenangan, KFC, dan Pizza Hut (Nabilah, 2023). Meski strategi ekspansi ini berhasil, keberlanjutan bisnis tidak dapat hanya mengandalkan jumlah cabang, melainkan juga konsistensi kualitas dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menganalisis pengaruh cafe atmosphere dan food quality terhadap revisit intention melalui customer satisfaction, sehingga dapat memberikan kontribusi strategis bagi pelaku usaha kedai kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Permasalahan

- 1) Apakah *cafe atmosphere* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia?
- 2) Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia?
- 3) Apakah *cafe atmosphere* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia?

- 4) Apakah *food quality* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia?
- 5) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia?
- 6) Apakah *customer satisfaction* memediasi pengaruh *cafe atmosphere* terhadap *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia?
- 7) Apakah *customer satisfaction* memediasi pengaruh *food quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia?

3. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *cafe atmosphere* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *cafe atmosphere* terhadap *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *food quality* terhadap *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia.
- 5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *customer satisfaction* terhadap *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia.
- 6) Untuk menguji dan menganalisis peran *customer satisfaction* sebagai mediasi antara *cafe atmosphere* dan *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia.
- 7) Untuk menguji dan menganalisis peran *customer satisfaction* sebagai mediasi antara *food quality* dan *revisit intention* pada pelanggan Kopi Janji Jiwa Indonesia.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antar variabel melalui penyebaran kuesioner berbasis Skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Variabel *cafe atmosphere* diukur dengan 7 indikator dari Atsnawiyah & Rizan (2022), *food quality* dengan 4 indikator dari Uddin (2019), *customer satisfaction* dengan 2 indikator, dan *revisit intention* dengan 3 indikator, keduanya diadaptasi dari Lee & Christiarini (2021).

Responden adalah pelanggan Kopi Janji Jiwa di seluruh Indonesia yang memenuhi kriteria: (1) pernah berkunjung minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir, (2) berusia minimal 17 tahun, dan (3) mengetahui menu produk makanan dan minuman. Sebanyak 273 responden diperoleh melalui kuesioner daring Google Form yang disebarluaskan lewat Instagram, WhatsApp, TikTok, dan Facebook menggunakan teknik purposive sampling.

Data dianalisis dengan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 4.0. Pengujian dimulai dari measurement model untuk menilai validitas dan reliabilitas, meliputi: outer loading ($>0,708$), AVE ($>0,50$), Composite Reliability ($>0,70$), dan Cronbach's Alpha ($>0,70$). Validitas diskriminan diuji dengan Cross Loading dan Fornell-

Larcker. Tahap selanjutnya, structural model diuji melalui bootstrapping, dengan hipotesis signifikan jika t -statistic $\geq 1,96$ dan p -value $< 0,05$. Model fit dinilai melalui SRMR ($\leq 0,08$), NFI ($\geq 0,80$), serta nilai R^2 untuk mengukur kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat: $>0,75$ (substansial), $0,50-0,75$ (moderat), $0,25-0,50$ (lemah), $<0,25$ (sangat lemah) (Hair et al., 2021).

5. Hasil Penelitian

- 1) Berdasarkan uji hipotesis pertama (H1) memiliki indikasi yang menunjukkan bahwa *cafe atmosphere* (CA) berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* (CS) dengan nilai t -statistic 2,960 dan p -value 0,003 sehingga hipotesis ini diterima.
- 2) Pada hasil uji hipotesis kedua (H2) mengindikasikan *food quality* secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* dengan nilai t -statistic 4,107 dan p -value 0,000 sehingga hipotesis kedua diterima.
- 3) Berbeda dengan dua hasil dari uji hipotesis sebelumnya, pada hipotesis ketiga (H3) yang menguji pengaruh langsung *cafe atmosphere* terhadap *revisit intention* ditolak karena nilai t -statistic hanya sebesar 0,843 dengan p -value 0,399. Temuan ini mengindikasikan bahwa suasana kafe, meskipun penting, tidak serta merta mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung di kemudian hari. Namun, ketika *cafe atmosphere* dimediasi oleh *customer satisfaction*, pengaruhnya terhadap *revisit intention* menjadi signifikan pada hipotesis keenam (H6), dengan t -statistic 2,857 dan p -value 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa suasana kafe baru akan berdampak pada niat kunjungan ulang apabila menciptakan kepuasan yang kuat bagi pelanggan, yang kemudian membentuk ikatan emosional dan keinginan untuk kembali.
- 4) Pada uji hipotesis keempat (H4) hasilnya diterima dengan menunjukkan bahwa *food quality* memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap *revisit intention* (t -statistic 2,720; p -value 0,007).
- 5) Hubungan antara *customer satisfaction* (CS) dan *revisit intention* (RI) pada hipotesis kelima (H5) menunjukkan hasil yang sangat signifikan (t -statistic 9,252; p -value 0,000) yang mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor kuat terhadap niat berkunjung ulang dalam membangun loyalitas konsumen di kemudian hari.
- 6) Sejalan dengan hasil uji hipotesis enam (H6), pada uji mediasi di hipotesis tujuh (H7) menunjukkan *customer satisfaction* secara tidak langsung mempengaruhi *food quality* terhadap *revisit intention* pada (H7), dengan hasil yang signifikan (t -statistic 3,750; p -value 0,000).

6. Kesimpulan dan Saran

1) Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa *cafe atmosphere* dan *food quality* berperan penting dalam membentuk *customer satisfaction*, yang kemudian memengaruhi *revisit intention* pelanggan Janji Jiwa Indonesia. Suasana kafe yang nyaman dan estetis serta kualitas makanan yang tinggi menjadi elemen

utama pembentuk pengalaman positif dan loyalitas pelanggan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *cafe atmosphere* tidak berpengaruh langsung signifikan terhadap *revisit intention*, namun menjadi signifikan melalui *customer satisfaction*. Hal ini dipengaruhi perbedaan preferensi pelanggan dan keseragaman desain interior di berbagai cabang. Sebaliknya, *food quality* terbukti memengaruhi *revisit intention* secara langsung melalui konsistensi rasa dan kualitas produk. Dalam persaingan industri kopi yang ketat, Janji Jiwa perlu menjaga kualitas makanan secara konsisten sekaligus mengoptimalkan atmosfer kafe untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong kunjungan ulang dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

2) **Saran**

Penelitian ini memberikan strategi dalam persaingan industri kopi yang semakin ketat, Janji Jiwa dan pelaku usaha sejenis disarankan untuk menjaga konsistensi kualitas makanan sekaligus secara berkala mengevaluasi serta meningkatkan atmosfer kafe agar mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang menyeluruh. Upaya ini mencakup penyajian produk dengan cita rasa dan mutu yang stabil, penataan ruang yang mendukung interaksi sosial, desain interior yang selaras dengan identitas merek, serta peningkatan kompetensi staf untuk memberikan pelayanan yang ramah dan profesional. Mengingat bahwa atmosfer kafe tidak selalu berpengaruh langsung terhadap *revisit intention* tanpa kepuasan pelanggan, perusahaan perlu mengintegrasikan kualitas makanan, pelayanan, dan suasana dalam satu kesatuan strategi pengalaman pelanggan untuk memperkuat loyalitas dan mempertahankan daya saing jangka panjang.

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR	iii
LEMBAR YURIDIS	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
RINGKASAN KARYA AKHIR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ISI KARYA AKHIR	201
1. Pendahuluan.....	201
2. Kajian Teori.....	203
3. Metode Penelitian	205
4. Hasil dan Pembahasan.....	207
5. Kesimpulan.....	215
LAMPIRAN I.....	xvii
LAMPIRAN II.....	xxix
LAMPIRAN III.....	xxxix
LAMPIRAN IV	xxxiii
LAMPIRAN V.....	xxxix
LAMPIRAN VI	xlvi
LAMPIRAN VII.....	liv

DAFTAR ISI

	Halaman
Tabel 1. Karakteristik Responden	207
Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	210
Tabel 3. Discriminant Validity Test – Cross Loading.....	211
Tabel 4. Discriminant Validity Test - Fornell-Larcker criterion	212
Tabel 5. Model Fit Analysis dan Evaluasi R-square.....	213
Tabel 6. Hypothesis Test	214

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Konseptual	205
Gambar 2. Model Output.....	213

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN I SK Dekan.....	xvii
LAMPIRAN II <i>Letter of Acceptance</i>	xxix
LAMPIRAN III Dokumen Informasi Artikel.....	xxxix
LAMPIRAN IV Tabel Operasionalisasi.....	xxxiii
LAMPIRAN V Kuesioner	xxxix
LAMPIRAN VI Data	xlvi
LAMPIRAN VII Output Olahan Data	liv