

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II LANDASAN TEORI	 11
2.1. Tinjauan Teori	11
2.1.1. Perilaku Konsumen	11
2.1.2. Keputusan Pembelian	12
2.1.3. Kualitas Produk	22
2.1.4. Citra Merek.....	23
2.1.5. Minat Beli.....	26
2.1.6. Hasil Penelitian Terdahulu	29
2.1.7. Hubungan Antar Variabel.....	34
2.1.7.1. Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli.....	34
2.1.7.2. Hubungan Citra Merek dengan Minat Beli	34
2.1.7.3. Hubungan Kualitas Produk dgn Keputusan Pembelian	35
2.1.7.4. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	35
2.1.7.5. Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian...	36
2.1.8. Hipotesis	37

2.1.9. Model Penelitian	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1. Desain Riset.....	39
3.2. Jenis dan Sumber Data	39
3.2. 1.Jenis Data	39
3.2. 2.Sumber Data	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1.Populasi	41
3.3.2.Sampel	42
3.3.3 .Teknik Pengambilan Sampel	42
3.4. Unit Analisis	43
3.5. Definisi Operasional Variabel	45
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1.Uji Validitas.....	46
3.6.2.Uji Reliabilitas.....	47
3.6.3.Path Analysis	48
3.6.4.Koefisien Determinasi	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Hasil Penelitian.....	54
4.1.1. Karakteristik Responden	54
4.1.2. Hasil Penelitian.....	58
4.1.3. Analisis Jalur	62
4.1.3.1.Analisis Jalur Tahap I.....	62
4.1.3.2.Analisis Jalur Tahap II.....	65
4.1.3.3.Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II.....	69
4.1.4. Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung ..	70
4.2. Pembahasan.....	72
4.3. Temuan Penelitian.....	75
4.4. Keterbatasan Penelitian.....	76
BAB V KESIMPULAN, SARAN & IMPLIKASI.....	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	79
5.3. Implikasi Penelitian.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1.	Data Produksi Kopi di Indonesia	4
1.2.	Data Konsumsi Kopi di Indonesia	5
1.3.	Data Kinerja Merek Kopi di Indonesia <i>Best Brand Index</i>	6
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	30
3.1.	Skala Likert	40
3.2.	Operasional Variabel	45
3.3.	Kriteria Reliabilitas	48
4.1.	Uji Validitas.....	59
4.2.	Uji Reabilitas	62
4.3.	Hasil Uji Regresi Tahap I	63
4.4.	Hasil Koefisien Determinasi Tahap I	64
4.5.	Hasil Uji Regresi Tahap II.....	66
4.6.	Hasil Koefisien Determinasi Tahap II	67
4.7.	Hasil Perhitungan Pengaruh	71

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
2.1.	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	14
2.2.	Model Penelitian.....	38
3.1.	Hubungan Kausal Substruktur I	49
3.2.	Hubungan Kausal Substruktur II	50
3.3.	Jalur Hubungan Kausal.....	51
4.1.	Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.	Diagram Responden Berdasarkan Usia	55
4.3.	Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
4.4.	Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.5.	Diagram Responden Berdasarkan Intensitas Membeli & Meminum.....	58
4.6.	Tahap Pertama Analisis Jalur	65
4.7.	Tahap Kedua Analisis Jalur	69
4.8.	Tahap Ketiga Analisis Jalur.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Daftar Lampiran	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	86
2.	Data Karakteristik 30 Responden.....	91
3.	Data Karakteristik 110 Responden.....	92
4.	Tabulasi Pre-Test 30 Responden.....	93
5.	Uji Validitas.....	94
6.	Uji Reabilitas.....	104
7.	Tabulasi Data 110 Responden.....	105
8.	Hasil Uji Analisis Jalur Tahap I.....	108
9.	Hasil Uji Analisis Jalur Tahap II.....	109