

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Rumusan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	7
2.1. Keputusan Pembelian .....	15
2.2. Minat Beli .....	12
2.3. Citra Merek .....	13
2.4. Kualitas Produk .....	18
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu .....	21
2.6. Hubungan Antar Variabel .....	26
2.7. Hipotesis .....	28
2.8. Model Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	24
3.1. Desain Riset .....	24
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	30
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
3.4. Unit Analisis Data .....	32
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	34
3.6. Teknik Analisis Data .....	34
3.6.1. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas .....	37
3.6.2. Analisis Jalur (Analysis Path) .....	36
3.6.3. Uji F .....	43
3.6.4. Uji t .....	43
3.6.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44

<b>BAB IV HASIL</b> .....	46
4.1. Karakteristik Responden .....	46
4.1.2. Uji Validitas .....	48
4.1.3. Uji Reliabilitas .....	50
4.2. Analisis Deskriptif Penelitian .....	50
4.3. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	53
4.3.1. Analisis Jalur Tahap I.....	54
4.3.2. Analisis Jalur Tahap II.....	56
4.3.3. Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II.....	58
4.3.4. Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel.....	58
4.4. Uji F.....	59
4.5. Uji t.....	60
4.6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
<b>BAB V PEMBAHASAN</b> .....	63
5.1. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
5.2. Temuan Penelitian .....	67
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	68
<b>BAB VI PENUTUP</b> .....	69
6.1. Kesimpulan .....	69
6.2. Saran .....	71
6.3. Implikasi Hasil Penelitian.....	71
<b>DAFTAR REFERENSI</b> .....	73
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	75

## DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1.	Top Brand Award Indonesia .....	3
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1.	Skala Likert .....	27
Tabel 3.2.	Operasional Variabel .....	31
Tabel 3.2.	Kriteria Realibilitas .....	36
Tabel 4.1.	Uji Validitas .....	48
Tabel 4.2.	Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.3.	Skala Pengukuran Angka Indeks .....	51
Tabel 4.4.	Angka Indeks .....	51
Tabel 4.5.	Hasil Uji Regresi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	54
Tabel 4.6.	Nilai Koefisien Determinasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	55
Tabel 4.7.	Hasil Uji Regresi Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian .....	56
Tabel 4.8.	Nilai Koefisien Determinasi Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.9.	Hasil Perhitungan Pengaruh.....	59
Tabel 4.10.	Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.11.	Hasil Uji t.....	60
Tabel 4.12.	Hasil Nilai Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	61

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
Gambar 1.1.	Konsumsi Kopi Indonesia .....	2
Gambar 1.2.	Pra Survei Citra Merek.....	3
Gambar 1.3.	Pra Survei Kualitas Produk .....	4
Gambar 2.2.	Model Penelitian .....	26
Gambar 3.1.	Hubungan Kausal Substruktural I .....	37
Gambar 3.2.	Hubungan Kausal Substruktural II.....	38
Gambar 3.3	Diagram Jalur Hubungan Kausal: X1, X2, dan Z Terhadap Y .....	38
Gambar 4.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. ....	45
Gambar 4.2.	Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 4.3.	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Gambar 4.4.	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Gambar 4.5.	Responden Berdasarkan Lamanya Mengonsumsi Kopi.....	47
Gambar 4.6.	Responden Berdasarkan Rata-Rata Minum Kopi .....	47
Gambar 4.7	Tahap Pertama Analisis Jalur.....	55
Gambar 4.8	Tahap Kedua Analisis Jalur.....	57
Gambar 4.9	Tahap Ketiga Analisis Jalur .....	58