

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR	i
SURAT KETERANGAN UNGGAH MANDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Sejarah Kopi dan Kedai Kopi	10
2.2 Minuman Kopi	11
2.3 Kopi Literan.....	13
2.4 Perilaku Konsumen	13
2.5 Keputusan Pembelian Konsumen	16

2.6 Bauran Pemasaran.....	20
2.7 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	22
2.8 Metode Structural Equation Modelling	26
2.8.1 Variabel-Variabel dalam <i>Structural Equation Modelling</i>	27
2.8.2 Notasi dalam Structural Equation Modelling	28
2.8.3 Structural Equation Modelling dengan Pendekatan Partial Least Square (PLS).....	29
2.8.4 Tahapan Analisis Structural Equation Modelling PLS	30
2.8.5 Evaluasi Model dalam <i>Structural Equation Modelling</i> PLS	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	35
3.2 Objek Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.4 Variabel Penelitian.....	42
3.5 Data yang Diperlukan	50
3.6 Metode Pengumpulan Data	51
3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data	53
3.8 Diagram Alir Penelitian	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Profil <i>Coffee Shop</i> di Kabupaten Sleman	63
4.2 Studi Pendahuluan.....	69
4.2.1 Profil Responden	70
4.2.2 Karakteristik Pembelian Responden.....	74
4.2.3 Salient Beliefs.....	81
4.3 Profil Responden.....	88
4.4 Karakteristik Pembelian Responden	100
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	107

4.6 Analisis Data.....	110
4.6.1 Evaluasi Model Pengukuran	111
4.6.2 Evaluasi Model Struktural	117
4.6.3 Analisis Jalur	126
4.7 Rekomendasi Strategi Pemasaran	130
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	134
5.1 Kesimpulan.....	134
5.2 Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	142