

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Sikap Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	6
2.1.2 Keputusan Pembelian dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	7
2.1.3 Kepuasan Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	8
2.1.4 Loyalitas Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Teh Hitam	11
2.2.2 Perilaku Konsumen	14
2.2.3 Preferensi Konsumen	17
2.2.4 Sikap Konsumen	18
2.2.5 Keputusan Pembelian	19
2.2.5 Kepuasan Konsumen	21
2.2.6 Loyalitas Konsumen	23
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	26
III. METODE PENELITIAN	28
3.1 Metode Dasar	28
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	28
3.3 Metode Pengambilan Sampel	29
3.4 Jenis dan Sumber Data	30
3.5 Metode Pengumpulan Data	30
3.6 Pembatasan Masalah	31
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Indikator	31
3.8 Metode Analisis Data	34
3.8.1 Uji Instrumen Penelitian	34
3.8.2 Analisis SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>)	35
3.8.3 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen	38
3.8.4 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	39
3.8.5 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	40
3.8.6 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	42
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	44
4.1 Keadaan Alam Kabupaten Banyumas	44
4.2 Struktur Demografi Wilayah	44
4.3 Struktur Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia	45
4.4 Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.5 Struktur Penduduk Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi	45



V. KARAKTERISTIK KONSUMEN	47
5.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
5.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	47
5.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Rumah Tangga	48
5.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	49
5.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status Pernikahan	50
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
6.1 Distribusi Konsumen Berdasarkan Pola Konsumsi, Perilaku Pembelian, dan Keputusan Pembelian	51
6.1.1 Distribusi Konsumen Berdasarkan Pola Konsumsi	51
6.1.2 Distribusi Konsumen Berdasarkan Perilaku Pembelian	51
6.1.3 Distribusi Konsumen Berdasarkan Atribut Produk	53
6.2 Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Produk.....	55
6.2.1 Persepsi Konsumen Terhadap Aroma.....	55
6.2.2 Persepsi Konsumen Terhadap Rasa	56
6.2.3 Persepsi Konsumen Terhadap Warna Seduhan.....	57
6.2.4 Persepsi Konsumen Terhadap Merek	58
6.2.5 Persepsi Konsumen Terhadap Harga.....	59
6.3 Persepsi Konsumen Terhadap Tahap Pembelian dan Loyalitas	60
6.3.1 Persepsi Konsumen Terhadap Sikap Konsumen	60
6.3.2 Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
6.3.3 Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen	63
6.3.4 Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	64
6.4 SEM (<i>Structural Equation Model</i>)	65
6.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	65
6.4.2 Uji Normalitas.....	66
6.4.3 Uji Multikolineritas.....	66
6.4.4 Uji Multivariate Outliers	66
6.4.5 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit Test</i>).....	67
6.4.6 Evaluasi <i>Loading Factor</i>	68
6.4.7 Nilai dan Signifikansi Jalur.....	71
VII. KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
7.1 Kesimpulan	87
7.2 Saran	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Beberapa Negara Tujuan dengan Volume Ekspor Teh terbesar dari Indonesia.....	11
Tabel 2.2. Komponen Bioaktif dan Karakteristik Mutu Seduhan Teh.....	14
Tabel 3.1. Pembangunan Perumahan di Kabupaten Banyumas	28
Tabel 3.2. Jumlah Perumahan Kecamatan Sokaraja dan Kecamatan Purwokerto Selatan	29
Tabel 3.3. Jumlah Sampel pada Kecamatan Sokaraja dan Kecamatan Purwokerto Selatan	30
Tabel 3.4. Kategori Persepsi Konsumen terhadap Atribut Produk, Tahap Pembelian, dan Loyalitas	34
Tabel 3.5. Uji Kesesuaian Model	38
Tabel 3.6. Model Pengukuran Sikap Konsumen	39
Tabel 3.7. Model Pengukuran Keputusan Pembelian	40
Tabel 3.8. Model Pengukuran Kepuasan Konsumen	41
Tabel 3.9. Model Pengukuran Loyalitas Konsumen	42
Tabel 3.10. Penjelasan dari Diagram Jalur	43
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia.....	45
Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3. Pengeluaran Konsumsi Berdasarkan Kelompok Komoditas Makanan dan Bukan Makanan	46
Tabel 5.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 5.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	48
Tabel 5.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Rumah Tangga	49
Tabel 5.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
Tabel 5.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status Pernikahan.....	50
Tabel 6.1. Pola Konsumsi Teh di Kabupaten Banyumas.....	51
Tabel 6.2. Pembelian Teh Rumah Tangga Konsumen di Kabupaten Banyumas	52
Tabel 6.3. Perilaku Pembelian Teh Rumah Tangga Konsumen di Kabupaten Banyumas	53
Tabel 6.4. Atribut Produk Teh di Kabupaten Banyumas.....	54
Tabel 6.4. Persepsi Konsumen Terhadap Aroma Teh	56
Tabel 6.5. Persepsi Konsumen Terhadap Rasa Teh.....	57
Tabel 6.6. Persepsi Konsumen Terhadap Warna Seduhan	58
Tabel 6.7. Persepsi Konsumen Terhadap Merek	59
Tabel 6.8. Persepsi Konsumen Terhadap Harga	60
Tabel 6.9. Penilaian Sikap Konsumen Teh di Kabupaten Banyumas.....	61
Tabel 6.10. Penilaian Keputusan Pembelian Teh di Kabupaten Banyumas	63
Tabel 6.11. Penilaian Kepuasan Konsumen Teh di Kabupaten Banyumas.....	64
Tabel 6.12. Penilaian Loyalitas Konsumen Teh di Kabupaten Banyumas.....	65
Tabel 6.13. Hasil Pengujian Kesesuaian Model.....	67
Tabel 6.14. Nilai <i>Loading Factor</i> pada Konstruksi Eksogen.....	69
Tabel 6.15. Nilai <i>Loading Factor</i> pada Konstruksi Endogen	70
Tabel 6.16. Hasil Uji Hipotesis	72
Tabel 6.17. Hasil Analisis Pengaruh Langsung Aroma, Rasa, Warna Seduhan, Merek, dan Harga terhadap Sikap Konsumen	74
Tabel 6.18. Hasil Analisis Pengaruh Langsung Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 6.19. Hasil Analisis Pengaruh Tidak Langsung Aroma, Rasa, Warna Seduhan, Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Sikap Konsumen	77



Tabel 6.20. Hasil Analisis Pengaruh Langsung Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen	78
Tabel 6.21. Hasil Analisis Pengaruh Tidak Langsung Aroma, Rasa, Warna Seduhan, Merek, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen melalui Sikap Konsumen dan Keputusan Pembelian	80
Tabel 6.22. Hasil Analisis Pengaruh Tidak Langsung Sikap Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian.....	80
Tabel 6.23. Hasil Analisis Pengaruh Langsung Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	81
Tabel 6.24. Hasil Analisis Pengaruh Tidak Langsung Aroma, Rasa, Warna Seduhan, Merek, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian, dan Kepuasan Konsumen ...	83
Tabel 6.25. Hasil Analisis Pengaruh Tidak Langsung Sikap Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen melalui Keputusan Pembelian, dan Kepuasan Konsumen	84
Tabel 6.26. Hasil Analisis Pengaruh Tidak Langsung Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	85
Tabel 6.27. Hasil Uji Korelasi dan Kovarian	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Konsumsi Teh Nasional (Kementerian Petanian, 2019)	1
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen.....	39
Gambar 3.2. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian....	40
Gambar 3.3. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	41
Gambar 3.4. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	42
Gambar 6.1. Hasil Analisis Diagram Path	67