

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	<b>iv</b>
<b>NASKAH SOAL TUGAS AKHIR</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>viii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xv</b>
<b>INTISARI</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Asumsi dan Batasan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>6</b>
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	<b>10</b>
3.1 Preferensi	10
3.2 Minuman Kopi	10
3.3 Metode <i>Consumer Neuroscience</i>	11
3.4 <i>Electroencephalography</i> (EEG)	11
3.5 Aktivitas Otak	12
3.6 <i>Frontal alpha asymmetry</i> (FAA)	15
3.7 <i>Hedonic Scale</i>	16
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	<b>18</b>
4.1 Subjek Penelitian	18

4.2 Lokasi Penelitian	18
4.3 Alat dan Bahan yang Digunakan	18
4.4 Desain Eksperimen	20
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>30</b>
5.1 Penilaian terhadap Minuman <i>Ice Coffee</i>	30
5.2 Preferensi terhadap Minuman <i>Ice Coffee</i>	32
5.3 Aktivitas Gelombang Otak dari Subjek terhadap Minuman Kopi	33
5.4 Kemauan Membeli terhadap Minuman <i>Ice Coffee</i>	35
5.5 Hubungan antara Variabel Preferensi	36
5.6 Pembahasan	38
5.7 Implikasi Penelitian	43
5.8 Keterbatasan Penelitian	43
<b>BAB VI PENUTUP</b>	<b>45</b>
6.1 Kesimpulan	45
6.2 Saran	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>51</b>