

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kopi.....	8
2.2 <i>Coffee Shop</i>	8
2.3 Media Sosial	9
2.4 <i>Social Media Marketing</i>	10
2.5 Kepercayaan	14
2.6 Minat Beli.....	14
2.7 Penelitian Terdahulu	14
2.8 Pengembangan Hipotesis	16
2.9 Model Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Pelaksanaan Penelitian	19
3.2 Objek Penelitian	19
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.4 Pengumpulan Data	22

3.5	Variabel penelitian	22
3.6	Metode Pengumpulan Data	27
3.7	Pengolahan Data	28
3.8	<i>Structural Equation Modelling</i>	28
3.9	Diagram Penelitian	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Profil Perusahaan	35
4.2	Profil Responden Kuesioner Pendahuluan	53
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pendahuluan	57
4.4	Profil Responden Kuesioner Utama	58
4.5	Analisis Data	63
4.6	Analisis Jalur	75
4.7	Rekomendasi dan Saran	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		87