

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Perkembangan <i>Coffee Shop</i>	9
2.2 <i>Green Consumer</i>	10
2.3 <i>Green Marketing</i>	12
2.4 Preferensi Konsumen	16
2.5 <i>Conjoint</i>	17
2.6 Atribut dan Level Produk.....	20
2.7 Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	29
3.2 Objek Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.4 Atribut Penelitian	30
3.5 Data yang Diperlukan	36
3.6 Metode Pengumpulan Data	37
3.7 Metode Analisis Data.....	37
3.8 Diagram Alir Penelitian	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 <i>Coffee Shop</i> Lokal di Yogyakarta	43
4.2 Hasil Kuesioner Pendahuluan	45
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
4.2.2 <i>Attribute Importance</i>	47
4.2.3 Kuesioner Penelitian	53
4.2.4 Kombinasi Atribut Penelitian.....	56
4.3 Profil Responden.....	62
4.4 Preferensi Atribut Hasil Analisis <i>Conjoint</i>	65

4.4.1 Nilai Utilitas Keseluruhan.....	66
4.4.2 Nilai Korelasi Pearson's R, Kendall's tau, dan Kendall's tau for Holdout.....	72
4.5 Preferensi Kombinasi <i>Green Marketing Coffee Shop</i> Lokal di Yogyakarta	73
4.6 Rekomendasi Strategi Pemasaran	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	86