

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Kebaruan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Kedai Kopi	8
2.1.2. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Bauran Pemasaran	13
2.2.2. Kepuasan Konsumen	15
2.2.3. Loyalitas Konsumen	16
2.3. Kerangka Pemikiran	17
2.4. Hipotesis	19
III. METODE PENELITIAN	21

3.1. Metode Dasar	21
3.2. Lokasi Penelitian	21
3.3. Jenis dan Sumber Data	21
3.4. Populasi dan Sampel	22
3.5. Metode Pengumpulan Data	22
3.6. Asumsi dan Batasan Masalah	22
3.7. Definisi Operasional Variabel	23
3.8. Instrumen dan Skala Penelitian	24
3.9. Metode dan Analisis Data	28
3.9.1. Analisis Deskriptif	28
3.9.2. Analisis Pengaruh Indikator dan Variabel	28
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	35
4.1. Keadaan Geografis Kabupaten Sleman	35
4.2. Struktur Penduduk Kabupaten Sleman	35
4.3. Kepadatan Penduduk	36
4.4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.5. Rata - Rata Pengeluaran Per kapita Sebulan Kelompok Makanan di Kabupaten Sleman	37
V. KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN	39
5.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	39
5.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	39
5.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi	40
5.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
5.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Uang Saku dan Frekuensi Pembelian Kopi	41
5.6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Aplikasi Pembelian	42
5.7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Kedai Kopi	43
5.8. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Varian Kopi	44

5.9. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Harga Beli Kopi <i>Online</i>	44
5.10. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jarak Kedai Kopi	45
5.11. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Waktu Penerimaan Kopi	45
5.12. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Aktivitas Saat Membeli Kopi	46
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	47
6.1. Analisis Deskriptif	47
6.1.1. Variabel Produk	47
6.1.2. Variabel Harga	49
6.1.3. Variabel Tempat	50
6.1.4. Variabel Promosi	51
6.1.5. Variabel Orang	52
6.1.6. Variabel Bukti Fisik	53
6.1.7. Variabel Proses	55
6.1.8. Variabel Kepuasan Konsumen	56
6.1.9. Variabel Loyalitas Konsumen	57
6.2. Pengujian Outer Model (Validitas dan Reliabilitas)	58
6.2.1. Validitas Konvergen	59
6.2.2. Validitas Diskriminan	60
6.2.3. Uji Reliabilitas	65
6.3. Pengujian Inner Model (Model Struktural)	66
6.3.1. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	66
6.3.2. Nilai <i>F²</i>	67
6.4. Analisis Pengaruh Indikator dan Variabel	68
6.4.1. Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Kepuasan Konsumen .	69
6.4.2. Pengaruh Bauran Pemasaran 7P dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	75
6.4.3. Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Loyalitas Konsumen melalui Mediasi Kepuasan Konsumen	80

VII. KESIMPULAN DAN SARAN	86
7.1. Kesimpulan	86
7.2. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	93