

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Pertanyaan Penelitian	8
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.5.1. Tujuan Penelitian	9
1.5.2. Manfaat Penelitian	9
1.5.2.1. Manfaat Akademis	9
1.5.2.2. Manfaat Praktis	10
1.6. Keaslian Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	15
2.1. Tinjauan Pustaka	15
2.2. Kerangka Teori.....	23
2.2.1. Motivasi Berkunjung.....	23
2.2.2. Persepsi terhadap Daya Tarik Wisata	25
2.2.3. Minat Berkunjung	26
2.2.4. Generasi Y dan Z	29

2.2.5.	Wisata Kopi.....	30
2.3.	Kerangka Penelitian	32
2.4.	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1.	Lokasi Penelitian.....	34
3.2.	Rancangan Penelitian	36
3.3.	Sumber data.....	36
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.	Definisi Operasional.....	39
3.5.1.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	39
3.5.2.	Skala Pengukuran.....	40
3.6.	Populasi dan Sampel	40
3.7.	Analisis Data	43
3.7.1.	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	43
3.7.1.1.	Uji Validitas	43
3.7.1.2.	Uji Reliabilitas	44
3.7.2.	Analisis Regresi	45
3.7.2.1.	Analisis Regresi Linier Sederhana	45
3.7.2.2.	Analisis Regresi Linier Berganda	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Karakteristik Demografi Responden.....	47
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi	48
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Penghasilan per Bulan	53

4.2.	Konsumsi Kopi dan Daya Tarik Wisata Kopi	54
4.2.1.	Konsumsi Kopi	54
4.2.2.	Daya Tarik Wisata Kopi.....	56
4.3.	Motivasi Berkunjung.....	59
4.4.1.	Motif Relaksasi	59
4.4.2.	Motif Sosial.....	61
4.4.3.	Motif Kesehatan	62
4.4.4.	Motif Pencarian Kebaruan (<i>Novelty</i>)	64
4.4.	Daya Tarik Wisata.....	66
4.5.1.	Kualitas Produk.....	66
4.5.2.	Kualitas Layanan.....	67
4.5.3.	Atmosfir	69
4.5.	Minat Berkunjung	70
4.6.1.	<i>Marketing</i>	70
4.6.2.	<i>Word of Mouth (WoM)</i>	72
4.6.3.	Pengalaman Pribadi (<i>Personal Experience</i>).....	73
4.6.	Uji Hipotesis	75
4.7.1.	Pengujian Hipotesis Pertama	75
4.7.2.	Pengujian Hipotesis Kedua	80
4.7.3.	Pengujian Hipotesis Ketiga.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		93
5.1.	Kesimpulan	93
5.2.	Rekomendasi.....	93
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis dan Sumber Data	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.1 Karakteristik Demografi Responden.....	47
Tabel 4.2 Nilai rata-rata motif relaksasi.....	59
Tabel 4.3 Nilai rata-rata motif sosial.....	61
Tabel 4.4 Nilai rata-rata motif Kesehatan	63
Tabel 4.5 Nilai rata-rata motif Pencarian Kebaruan (Novelty).....	64
Tabel 4.6 Nilai rata-rata kualitas produk.....	67
Tabel 4.7 Nilai rata-rata kualitas layanan	68
Tabel 4.8 Nilai rata-rata atmosfir	69
Tabel 4.9 Nilai rata-rata marketing	71
Tabel 4.10 Nilai rata-rata Word of Mouth (WoM)	72
Tabel 4.11 Nilai rata-rata pengalaman pribadi.....	74
Tabel 4.12 Pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y	76
Tabel 4.13 Pengaruh variabel X1 terhadap Y generasi Z	77
Tabel 4.14 Pengaruh variabel X1 terhadap Y generasi Y	79
Tabel 4.15 Pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y	80
Tabel 4.16 Pengaruh variabel X2 terhadap Y generasi Z	82
Tabel 4.17 Pengaruh variabel X2 terhadap Y generasi Y	84
Tabel 4.18 Pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y	85
Tabel 4.19 Pengaruh variabel X2 terhadap Y generasi Z	88
Tabel 4.20 Pengaruh variabel X2 terhadap Y generasi Y	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produksi Kopi Global.....	1
Gambar 1.2 Produksi Kopi Global berdasarkan negara.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	32
Gambar 3.1 Diagram Alir	38
Gambar 4.1 Pendidikan Terakhir Responden (Olahan Peneliti, 2024).....	50
Gambar 4.2 Perbandingan Pekerjaan/Profesi Responden.....	51
Gambar 4.3 Pendapatan Responden (Olahan peneliti, 2024)	53
Gambar 4.4 Konsumsi Kopi Responden (per minggu) (Olahan Peneliti, 2024) ..	55
Gambar 4.5 Preferensi Kedai Kopi Responden (Olahan Peneliti, 2024).....	57
Gambar 4.6 Korelasi Hubungan X1,X2 dan Y dalam nilai R.....	87
Gambar 4.7 Korelasi hubungan X1, X2 dan Y pada nilai R generasi Z.....	90
Gambar 4.8 Korelasi hubungan X1, X2 dan Y pada nilai R generasi Y.....	92