

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR RUMUS .....	xiv
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Asumsi dan Batasan Penelitian .....	9
1.3.1. Asumsi Penelitian .....	9
1.3.2. Batasan Penelitian.....	10
1.4. Tujuan Penelitian .....	11
1.5. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	13
2. 1. Foto Produk.....	20
2. 2. Strategi Harga.....	21
2. 3. Desain Visual .....	23
2. 4. Minat Pembelian.....	25
2. 5. <i>Kansei Science</i> .....	26
2. 6. <i>Semantic Differential</i> .....	28
2. 7. <i>Eye Tracking</i> .....	29
2. 8. Uji Statistik.....	36
2.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
2.8.2 <i>Principal Component Analysis (PCA)</i> .....	40
2.8.3 <i>Repeated Measures Analysis of Variance (RM ANOVA)</i> .....	42

2.8.4	Uji <i>Mauchly's Sphericity</i> .....	43
2.8.5	Uji <i>Post Hoc</i> .....	44
2.8.6	Uji Regresi Logistik .....	45
BAB III METODE PENELITIAN .....		46
3.1.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	46
3.2.	Objek Penelitian .....	46
3.3.	Subjek Penelitian .....	47
3.4.	Alat dan Bahan Penelitian .....	49
3.5.	Pengumpulan Data .....	53
3.5.1.	Jenis Data .....	53
3.5.2.	Metode Pengumpulan Data .....	54
3.6.	Tahapan Penelitian .....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		71
4.1.	Penentuan Objek Pengumpulan Kata-Kata <i>Kansei</i> dan Perancangan Sampel Foto Katalog Produk Kopi .....	71
4.2.	Pengumpulan Kata-Kata <i>Kansei</i> .....	73
4.2.1.	Pengumpulan Kata-Kata <i>Kansei</i> dengan Metode Studi Literatur .	74
4.2.2.	Pengumpulan Kata-Kata <i>Kansei</i> dengan Kuesioner <i>Eye Tracking</i>	76
4.3.	Reduksi Kata-Kata <i>Kansei</i> .....	77
4.4.	Pengolahan Data <i>Eye Tracking</i> .....	82
4.4.1.	Minat Pembelian .....	83
4.4.2.	Perhatian Visual .....	89
4.4.3.	Uji Regresi Logistik .....	102
4.5.	Pengolahan Data <i>Semantic Differential</i> .....	107
4.5.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	109
4.5.2.	Analisis Faktor .....	111
4.5.3.	Interpretasi Faktor .....	117
BAB V KESIMPULAN DAN .....		124
5.1.	Kesimpulan .....	124
5.2.	Saran .....	125
DAFTAR PUSTAKA .....		127

LAMPIRAN 1 Foto Katalog Produk Kopi yang Diperoleh pada Kedai Daring.	137
LAMPIRAN 2 Objek Stimulus Foto Katalog Produk Kopi Lokal yang Digunakan Dalam Penelitian.....	139
LAMPIRAN 3 Kata <i>Kansei</i> Hasil Studi Literatur.....	140
LAMPIRAN 4 Kata <i>Kansei</i> Hasil Kuesioner <i>Eye Tracking</i> .....	142
LAMPIRAN 5 Hasil Penilaian Ahli .....	146
LAMPIRAN 6 Visualisasi <i>Heat Maps</i> pada Tiap Stimulus Foto Katalog Produk Kopi Lokal yang Digunakan Dalam Penelitian.....	147
LAMPIRAN 7 Data <i>Eye Tracking</i> untuk Strategi Harga .....	148
LAMPIRAN 8 Data <i>Eye Tracking</i> untuk Desain Visual .....	156
LAMPIRAN 9 Data Tingkat Minat Pembelian.....	164
LAMPIRAN 10 Profil Responden Studi <i>Eye Tracking</i> .....	167
LAMPIRAN 11 Uji RM ANOVA dan <i>Post-Hoc</i> pada Minat Pembelian .....	168
LAMPIRAN 12 Uji RM ANOVA dan <i>Post-Hoc</i> Pada Strategi Harga .....	174
LAMPIRAN 13 Uji RM ANOVA dan <i>Post-Hoc</i> Pada Desain Visual.....	177
LAMPIRAN 14 Uji Kelayakan Asumsi Model dan Hasil Regresi Logistik .....	181
LAMPIRAN 15 Profil Responden Kuesioner <i>Semantic Differential</i> .....	184
LAMPIRAN 16 Desain Kuesioner <i>Semantic Differential</i> .....	185
LAMPIRAN 17 Lisensi RealEye .....	188
LAMPIRAN 18 Dokumen <i>Ethical Clearance</i> .....	189