

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Teh.....	7
2.2 Kedai Teh .....	8
2.3 Perilaku Konsumen .....	8
2.4 Bauran pemasaran .....	10
2.4.1 <i>Product</i> .....	11
2.4.2 <i>Price</i> .....	13
2.4.3 <i>Place</i> .....	14
2.4.4 <i>Promotion</i> .....	14
2.5 Keputusan Pembelian .....	15
2.5.1 Pengenalan masalah .....	16
2.5.2 Pencarian informasi.....	16
2.5.3 Evaluasi alternatif.....	17
2.5.4 Keputusan pembelian .....	17
2.5.5 Perilaku pasca pembelian.....	17

2.6	SEM PLS .....	18
2.7	Penelitian Terdahulu.....	24
2.8	Kerangka Konseptual Penelitian .....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Objek Penelitian .....	27
3.2	Pelaksanaan Penelitian .....	27
3.3	Populasi dan Sampel .....	27
3.4	Data Yang Diperlukan.....	29
3.4.1	Data primer.....	29
3.4.2	Data sekunder.....	29
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	29
3.6	Variabel Penelitian .....	31
3.7	Tahapan Penelitian .....	33
3.8	Diagram Alir Penelitian.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		39
4.1	Profil Kedai .....	39
4.1.1	Es Teh Poci .....	39
4.1.2	Teh Desa.....	40
4.1.3	Es Teh S.O.L.O .....	42
4.2	Pengujian <i>Content Validity Ratio</i> (CVR) .....	43
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
4.4	Profil Responden .....	45
4.5	Data Hasil SEM.....	56
4.5.1	Evaluasi Model Pengukuran Atau <i>Outer Model</i> .....	56
4.5.2	Evaluasi model struktural atau <i>inner model</i> .....	60
4.6	Pembahasan Hipotesis .....	65
4.6.1	Pengaruh <i>Product</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.6.2	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.6.3	Pengaruh <i>Place</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	68
4.6.4	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.7	Rekomendasi Strategi Pemasaran Kedai Teh.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		72