

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Lingkup Tinjauan Pustaka.....	7
2.2. Urutan Komponen dalam Tinjauan Pustaka.....	8
2.2.1. Kopi Lokal.....	8
2.2.2. Roastery.....	9
2.2.3. Identitas Merek.....	11
2.2.3.1. Brand Awareness.....	13
2.2.3.2. Brand Personality.....	14
2.2.3.3. Brand Image.....	15
2.2.3.4. Brand Trust.....	16
2.2.4. Daya Tarik Konsumen.....	16
2.2.5. Structural Equation Modelling (SEM).....	17
2.3. Hipotesis.....	20
BAB III	
BAHAN DAN METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Bahan.....	22

3.2. Peralatan.....	22
3.3. Tahapan Penelitian.....	24
3.4. Rancangan Percobaan dan Analisis Data.....	27
3.4.1. Analisis Deskriptif.....	27
3.4.2. Analisis Kuantitatif.....	27

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....32

4.1. Profil Industri.....	32
4.2. Analisis Deskriptif Data Responden.....	35
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	37
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	38
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kopi.....	38
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Terakhir Kali Pembelian.....	38
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Konsumen.....	39
4.3. Analisis Kuantitatif Structural Equation Modelling (SEM) pada Seluruh Data Responden.....	39
4.3.1. Uji Asumsi Normalitas dan Outliers.....	40
4.3.1.1. Uji Asumsi Normalitas.....	40
4.3.1.2. Uji Asumsi Outliers.....	41
4.3.2. Evaluasi Model SEM.....	43
4.3.2.1. Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	44
4.3.2.2. Uji Goodness of Fit (GoF).....	46
4.3.2.3. Korelasi Antarvariabel Eksogen.....	47
4.3.2.4. Uji Hipotesis.....	49
4.4. Analisis Kuantitatif Structural Equation Modelling (SEM) pada Responden dengan Preferensi Jenis Kopi Arabika.....	58
4.4.1. Uji Asumsi Normalitas dan Outliers pada Responden Jenis Kopi Arabika.....	58
4.3.1.1. Uji Asumsi Normalitas pada Responden Jenis Kopi Arabika.....	58
4.3.1.2. Uji Asumsi Outliers pada Responden Jenis Kopi Arabika.....	59
4.4.2. Evaluasi Model SEM pada Responden Jenis Kopi Arabika.....	61
4.4.2.1. Confirmatory Factor Analysis pada Responden Jenis Kopi Arabika.....	62
4.4.2.2. Uji Goodness of Fit pada Responden Jenis Kopi Arabika.....	64
4.4.2.3. Korelasi Antarvariabel Eksogen pada Responden Jenis Kopi Arabika.....	65
4.3.2.4. Uji Hipotesis pada Responden Jenis Kopi Arabika.....	67
4.5. Analisis Kuantitatif Structural Equation Modelling (SEM) pada Responden dengan Preferensi Jenis Kopi Robusta.....	75
4.5.1. Uji Asumsi Normalitas dan Outliers pada Responden Jenis Kopi Robusta.....	75

4.5.1.1. Uji Asumsi Normalitas pada Responden Jenis Kopi Robusta.....	75
4.5.1.2. Uji Asumsi Outliers pada Responden Jenis Kopi Robusta.....	76
4.5.2. Evaluasi Model SEM pada Responden Jenis Kopi Robusta.....	78
4.5.2.1. Confirmatory Factor Analysis pada Responden Jenis Kopi Robusta.....	79
4.5.2.2. Uji Goodness of Fit (GoF) pada Responden Jenis Kopi Robusta.....	81
4.5.2.3. Korelasi Antarvariabel Eksogen pada Responden Jenis Kopi Robusta.....	82
4.5.2.4. Uji Hipotesis pada Responden Jenis Kopi Robusta.....	84
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	102