UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Preferensi Konsumen dan Keputusan Pembelian Kopi Robusta Temanggung
'Ulya Roudhotul Fasya, Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.; Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D.; Prof. Dr. Jamhari, S.P., M.P
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL x
INTISARI xii
ABSTRACT xiii
I. PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Manfaat Penelitian 4
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI 5
2.1 Tinjauan Pustaka 5
2.1.2 Atribut Produk 5
2.1.3 Sikap Konsumen 6
2.1.4 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian 7
2.2 Landasan Teori 8
2.2.1 Perilaku Konsumen 8
2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 11
2.2.3 Atribut Produk 13
2.2.4 Preferensi Konsumen 14
2.2.5 Sikap Konsumen 15
2.3 Kerangka Pemikiran 17
2.4 Hipotesis 18
III. METODE PENELITIAN 19
3.1 Metode Dasar Penelitian 19
3.2 Metode Pengambilan Sampel 19
3.2.1 Penentuan Lokasi 19
3.2.2 Sampel Responden 20
3.3 Teknik Pengumpulan Data 20
3.3.1 Observasi 20
3.3.2 Wawancara 21
3.3.3 Studi Pustaka 21
3.4 Jenis dan Sumber Data 21
3.4.1 Data Primer 21
3.4.2 Data Sekunder 21
3.5 Asumsi dan Pembatasan Masalah 22
3.6 Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel 22
3.6.1 Konseptualisasi 22
3.6.2 Pengukuran Variabel 24
3.7 Metode Analisis Data 27
3.7.1 Uji Validitas 27
3.7.2 Uji Reliabilitas 28

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Preferensi Konsumen dan Keputusan Pembelian Kopi Robusta Temanggung
'Ulya Roudhotul Fasya, Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.; Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D.; Prof. Dr. Jamhari, S.P., M.P
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.7.3 Atribut Produk yang Termasuk dalam Kategori Penting 29
3.7.4 Sikap Konsumen terhadap Produk Kopi Robusta Temanggung 32
3.7.4 Pengaruh Faktor Pribadi, Sosial, Budaya, dan Psikologis terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi Robusta Temanggung 34
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN 39
4.1 Keadaan Fisik Daerah 39
4.2 Keadaan Penduduk 40
4.2.1 Struktur Penduduk Berdasarkan Usia 40
4.2.2 Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin 41
4.2.3 Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan 42
4.2.4 Struktur Penduduk Berdasarkan Status Pekerjaan 42
V. KARAKTERISTIK KONSUMEN 44
5.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin 44
5.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia 45
5.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan 46
5.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan 46
5.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan 47
5.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Produk Kopi yang Dibeli 48
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN 50
6.1 Atribut Kopi Robusta Temanggung yang Masuk dalam Kategori Penting50
6.1.1 Uji Validitas Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Kepentingan 50
6.1.2 Uji Reliabilitas Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Kepentingan ...50
6.1.3 Uji *One Sample Wilcoxon* Atribut Kopi Robusta Temanggung 51
6.1.4 Uji Friedman Atribut Kopi Robusta Temanggung 54
6.2 Sikap Konsumen terhadap Atribut Kopi Robusta Temanggung 55
6.3 Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Kopi Robusta Temanggung 58
6.3.1 Uji Validitas 58
6.3.2 Uji Reliabilitas 60
6.3.3 Hasil Rata-Rata Skor Penilaian Konsumen Terhadap Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan, Psikologi 62
6.3.4 Uji Asumsi Klasik 63
6.3.5 Uji Regresi Linear Berganda 65
VII. KESIMPULAN DAN SARAN 71
a. Kesimpulan 71
b. Saran 71
DAFTAR PUSTAKA 72
LAMPIRAN 81