UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kopi Arabika Temanggung
Amaral Safiar Ihsan, Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D. ; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGAJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
INTISARI xii
ABSTRACT xiii
I. PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Kegunaan Penelitian 5
II. TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1 Penelitian Terdahulu 5
2.1.1 *First Wave, Second Wave,* dan *Third Wave Coffee* 6
2.1.2 Gambaran Umum Kopi Arabika 6
2.1.3 Pascapanen, *Roasting*, dan Teknik Penyajian Kopi 7
2.1.4 Penelitian Preferensi Konsumen 8
2.1.5 Penelitian Keputusan Pembelian 9
2.2 Landasan Teori 11
2.2.1 Perilaku Konsumen 11
2.2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian 14
2.2.3 Sikap Konsumen 15
2.2.4 Model Sikap Multiatribut Fishbein 16
2.2.5 Preferensi Konsumen 16
2.2.6 Produk dan Atribut Produk 17
2.3 Kerangka Pemikiran 20
2.4 Hipotesis 20
III. METODE PENELITIAN 21
3.1 Metode Dasar Penelitian 21
3.2 Metode Pengambilan Data 21
3.2.1 Objek Penelitian 21
3.2.2 Sampel Penelitian 21
3.3 Jenis dan Sumber Data 22
3.4 Teknik Pengumpulan Data 23
3.4.1 Studi Pustaka 23
3.4.2 Observasi 23

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kopi Arabika Temanggung
Amaral Safiar Ihsan, Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D. ; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.4.3 Survei 23
3.5 Asumsi dan Pembatasan Masalah 23
3.6 Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel 24
3.6.1 Pengukuran Variabel 24
3.6.2 Definisi Atribut Produk 25
3.7 Metode Analisis Data 26
3.7.1 Uji Kelayakan Instrumen 26
3.7.2 Uji Validitas 27
3.7.3 Uji Reliabilitas 28
3.7.4 Skala Likert 28
3.7.5 Analisis Multiatribut Fishbein 29
3.7.5.1 *One Sample t-Test* 31
3.7.6 *Method of Successive Interval* (MSI) 32
3.7.7 Regresi Linier Berganda dan Uji Kesesuaian Model 33
3.7.7.1 *Backward Elimination Regression* 34
3.7.7.2 Uji F 35
3.7.7.3 Uji t 36
3.7.7.4 Koefisien Determinasi (R^2) 36
3.7.8 Uji Asumsi Klasik 36
3.7.8.1 Uji Normalitas 37
3.7.8.2 Uji Multikolinearitas 37
3.7.8.3 Uji Heteroskedastisitas 38
3.7.9 Analisis Koefisien Korelasi Pearson 38
IV. KEADAAN WILAYAH PENELITIAN 40
4.1 Letak Geografis Kabupaten Temanggung 40
4.2 Potensi Kopi Arabika Kabupaten Temanggung 41
4.3 Perkembangan Kopi Spesialti dan Persebaran Kedai Kopi di Indonesia 42
4.4 Konsumsi Kopi Bubuk di Jawa Tengah dan Yogyakarta 43
V. KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN 45
5.1 Identitas Konsumen Berdasarkan Gender, Tingkat Pendidikan, dan Usia 45
5.2 Identitas Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Rerata Penghasilan 46
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN 48
6.1 Preferensi Konsumen terhadap Kopi Arabika Temanggung 48
6.2 Sikap Konsumen terhadap Atribut-atribut Kopi Arabika Temanggung 50
6.2.1 Uji Validitas 51
6.2.2 Uji Reliabilitas 52
6.2.3 Tingkat Kepercayaan dan Kepentingan Konsumen 52
6.2.4 Nilai Sikap Konsumen (A_o) 56
6.2.5 Uji Normalitas dan Pengujian Hipotesis Sikap Konsumen 60
6.3 Proses Keputusan Pembelian 62
6.3.1 Pengenalan Masalah 62
6.3.2 Pencarian Informasi 63

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kopi Arabika Temanggung
Amaral Safiar Ihsan, Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D. ; Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

6.3.3 Evaluasi Alternatif 64
6.3.4 Keputusan Pembelian 65
6.3.5 Perilaku Purna Pembelian 66
6.4 Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kopi Arabika Temanggung 66
6.4.1 Uji Validitas 67
6.4.2 Uji Reliabilitas 68
6.4.3 Rerata Penilaian terhadap Indikator Variabel 68
6.4.4 Uji Asumsi Klasik 69
6.4.4.1 Uji Normalitas 70
6.4.4.2 Uji Multikolinearitas 72
6.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 72
6.4.5 *Backward Elimination Regression* dan Uji Kesesuaian Model 74
6.4.5.1 Koefisien Determinasi (*Adjusted* R^2) 75
6.4.5.2 Uji F (Simultan) 76
6.4.5.3 Uji t (Parsial) 77
6.4.6 Analisis Koefisien Korelasi 82
VII. PENUTUP 84
7.1 Kesimpulan 84
7.2 Saran 84
DAFTAR PUSTAKA 86
LAMPIRAN 92