Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Kopi Kenangan terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa S1
Perguruan TInggi di Kabupaten Sleman
Latifa Khalisa Azzahra, Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.; Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D.; Agus Dwi Nugroho, S.P., M
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGAJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xiii
INTISARI xiv
ABSTRACT xv
I. PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 4
1.3. Tujuan 5
1.4. Kegunaan Penelitian 5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI 6
2.1. Tinjauan Pustaka 6
2.1.1. Industri Kopi Modern di Indonesia 6
2.1.2. Penelitian Terdahulu tentang Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian 7
2.1.3. Penelitian Terdahulu tentang Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian 9
2.1.4. Penelitian Terdahulu tentang Persepsi Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian 12
2.2. Landasan Teori 15
2.2.1. Perilaku Konsumen 15
2.2.2. Keputusan Pembelian 16
2.2.2. Harga 18
2.2.3. Kualitas 19
2.3. Kerangka Pemikiran 20
2.4. Hipotesis 21
III. METODE PENELITIAN 22
3.1. Metode Dasar 22
3.2. Metode Pengambilan Sampel 22
3.2.1. Penentuan Lokasi 22
3.2.2. Populasi dan Sampel 23
3.3. Jenis Data 25
3.3.1. Data Primer 25
3.3.2. Data Sekunder 25
3.4. Metode Pengumpulan Data 25
3.4.1. Teknik Angket/Kuesioner 25
3.4.2. Studi Pustaka 26
3.5. Asumsi Pembatasan Masalah 26
3.6. Definisi dan Pengukuran Variabel 27
3.7. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data 30
3.8. Uji Instrumen Data 36

Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Kopi Kenangan terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa S1
Perguruan TInggi di Kabupaten Sleman
Latifa Khalisa Azzahra, Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.; Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D.; Agus Dwi Nugroho, S.P., M
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.8.1. Uji Validitas 36
3.8.2. Uji Reliabilitas 37
3.9. *Method of Successive Interval* (MSI) 38
3.10. Metode Analisis 38
3.10.1. Uji Asumsi Klasik 38
3.10.2. *Backward Elimination Regression* 40
3.10.3. Uji Hipotesis 41
IV. GAMBARAN UMUM PENELITIAN 44
4.1. Profil Kabupaten Sleman 44
4.2. Jumlah Penduduk di Kabupaten Sleman 44
4.3. Struktur Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Sleman 45
4.4. Perguruan Tinggi di Kabupaten Sleman 46
4.5. Profil Perusahaan Kopi Kenangan 47
4.6. Gerai Kopi Kenangan di Kabupaten Sleman 50
V. KARAKTERISTIK KONSUMEN KOPI KENANGAN 53
5.1. Karakteristik Sosiodemografi 53
5.1.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Demografi Utama 53
5.1.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Latar Belakang Akademik 55
5.1.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Daerah Asal dan Kondisi Tempat Tinggal 56
5.2. Profil Finansial Konsumen 58
5.2.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Sumber Pendapatan 58
5.2.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Profil Pengeluaran per Bulan 60
5.3. Karakteristik Perilaku Konsumen 63
5.3.1. Karakteristik konsumen Berdasarkan Pola Konsumsi Kopi 63
5.3.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Riwayat Konsumsi Kopi Kenangan 65
5.3.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pola Pembelian Kopi Kenangan 66
5.3.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Preferensi Pembelian 68
5.3.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Informasi Penawaran 70
5.3.6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tipe Perilaku Pembelian 72
5.4. Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi Kenangan 73
5.4.1. Faktor Budaya 73
5.4.2. Faktor Sosial 75
5.4.3. Faktor Pribadi 77
5.4.4. Faktor Psikologis 79
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN 83
6.1. Uji Instrumen Data 83
6.1.1. Hasil Uji Validitas 83
6.1.2. Hasil Uji Reliabilitas 86
6.2. Uji Asumsi Klasik 87
6.2.1. Hasil Uji Normalitas 87
6.2.2. Hasil Uji Multikolinearitas 88

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Kopi Kenangan terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa S1
Perguruan TInggi di Kabupaten Sleman**
Latifa Khalisa Azzahra, Asih Kusumaningsih, S.P., M.Sc.; Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D.; Agus Dwi Nugroho, S.P., M
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

6.2.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas 89
6.2.4. Rerata Penilaian terhadap Indikator Variabel 89
6.3. Uji Hipotesis 96
6.3.1. Hasil *Backward Elimination Regression* 96
6.3.2. Peran Faktor Demografi, Finansial, dan Frekuensi Minum Kopi terhadap Keputusan Pembelian 97
6.3.3. Uji t (Parsial) 100
6.3.4. Uji F (Simultan) 104
6.3.5. Koefisien Determinasi (R^2) 106
VII. PENUTUP 108
7.1. Kesimpulan 108
7.2. Saran 108
DAFTAR PUSTAKA 111
LAMPIRAN 119