

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Penelitian Terdahulu.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Minat Beli.....	9
2.2 Bauran Pemasaran	10
2.3 Lingkungan Fisik.....	15
2.4 Keputusan Konsumen.....	18
2.5 Perilaku Konsumen	20
2.6 Kopi dan Kedai kopi.....	22
2.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Objek dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Data yang Diperlukan.....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	28



2.6	Pelaksanaan Penelitian.....	28
3.7	Diagram Alir Penelitian.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Gambaran Umum Kedai kopi.....	35
4.2	Deskripsi Responden.....	36
4.2.1	Jenis Kelamin.....	36
4.2.2	Usia	37
4.2.3	Domisili.....	38
4.2.4	Pendapatan.....	39
4.2.5	Frekuensi mengunjungi Kedai kopi.....	40
4.2.6	Cara konsumen menikmati minuman kopi yang dibeli	40
4.3	Uji Validitas	42
4.4	Uji Reliabilitas.....	43
4.5	Pembahasan Bauran pemasaran dan Lingkungan fisik	44
4.6	Uji Asumsi Klasik	50
4.6.1	Uji Normalitas.....	50
4.6.2	Uji Multikolinieritas.....	51
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.7	Uji Regresi Linier Berganda.....	53
4.7.1	Konstanta (A).....	55
4.7.2	Variabel Produk (X1).....	55
4.7.3	Variabel Harga (X2).....	55
4.7.5	Variabel Promosi (X3).....	56
4.7.6	Variabel Tempat (X4)	56
4.7.7	Variabel <i>Interior</i> (X5).....	56
4.7.8	Variabel <i>Ambiance</i> (X6)	56
4.8	Uji Statistik F (Simultan)	57
4.9	Uji Statistik t (Parsial)	58
4.9.1	Produk (X1).....	58
4.9.2	<i>Price</i> / Harga (X2).....	59
4.9.4	Promosi (X3).....	60
4.9.5	Variabel <i>Place</i> / Tempat (X4).....	61



4.9.6	Variabel <i>Interior</i> (X5)	61
4.9.7	Variabel <i>Ambiance</i> (X6)	62
4.10	Uji koefisien Determinasi (R^2)	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.3	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN.....		76

Tabel 1. 2 Tingkat Konsumsi kopi di DIY.....	3
Tabel 2. 1 Strategi marketing mix berdasarkan harga dan kualitas	13
Tabel 4. 1 Nilai R hitung.....	42
Tabel 4. 2 Nilai R hitung (lanjutan)	42
Tabel 4. 3 Reliabilitas	44
Tabel 4. 4 Rerata Tanggapan Responden.....	44
Tabel 4. 5 Uji Normalitas.....	51
Tabel 4. 6 Uji Multikolinieritas.....	52
Tabel 4. 7 Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4. 8 Uji Regresi	54
Tabel 4. 9 Uji Statistik F	57
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi	64

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Kedai Kopi.....	3
Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Kedai Kopi Leiden	4
Gambar 3. 1 Diagram alir penelitian.....	33
Gambar 3. 2 Diagram alir (lanjutan)	34
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin	37
Gambar 4. 2 Umur Responden.....	37
Gambar 4. 3 Domisili Responden	38
Gambar 4. 4 Pendapatan Responden.....	39
Gambar 4. 5 Frekuensi Mengunjungi	40
Gambar 4. 6 Cara Menikmati Produk	41

Lampiran 1. Tabel Konstruk	77
Lampiran 2. Kuesioner	82
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Variabel Independen (4P dan <i>interior, ambience</i>) ..	88
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Variabel Y (Minat Beli)	92
Lampiran 5. Validitas Variabel Independen	94
Lampiran 6. Validitas Variabel Y (Minat Beli)	99
Lampiran 7. <i>Scatter Plot</i> Diagram Uji Heteroskedastisitas	100
Lampiran 8 Uji Normalitas P- Plot	101