

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Kopi.....</b>	<b>9</b>

<b>2.2 Coffee Shop</b> .....	10
<b>2.3 Pemasaran</b> .....	10
<b>2.3.1 Perilaku Konsumen</b> .....	12
<b>2.3.2 Preferensi Konsumen</b> .....	15
<b>2.3.3 Kepuasan Konsumen</b> .....	18
<b>2.4 Conjoint Analysis</b> .....	18
<b>2.4.1 Pengertian Conjoint Analysis</b> .....	19
<b>2.4.2 Metodologi Conjoint Analysis</b> .....	20
<b>2.4.3 Penerapan Conjoint Analysis</b> .....	23
<b>2.4.4 Asumsi Dalam Conjoint Analysis</b> .....	26
<b>2.4.5 Perancangan Stimuli</b> .....	27
<b>2.5 Utilitas</b> .....	29
<b>2.6 Atribut Produk</b> .....	30
<b>2.7 Penelitian Terdahulu</b> .....	30
 <b>BAB III</b>	
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
<b>3.1 Objek Penelitian</b> .....	33
<b>3.2 Pelaksanaan Penelitian</b> .....	34
<b>3.3 Data yang Diperlukan</b> .....	35
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data</b> .....	35
<b>3.4 Populasi dan Sampel Penelitian</b> .....	38
<b>3.5 Rancangan Model Penelitian</b> .....	40
<b>3.6 Tahapan Penelitian</b> .....	43
 <b>BAB IV</b>	
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>54</b>

<b>4.1 Profil <i>Coffee Shop</i> di Kabupaten Sleman</b> .....	54
<b>4.1.1 Sampel <i>Coffee Shop</i></b> .....	57
<b>4.1.2 Profil Sampel <i>Coffee Shop</i></b> .....	60
<b>4.2 Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Klasifikasi Minuman Kopi</b> .....	67
<b>4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas</b> .....	67
<b>4.2.2 Tingkat Kesukaan Relatif Konsumen</b> .....	68
<b>4.3 Atribut Minuman Kopi <i>Flavoured Iced Coffee</i></b> .....	70
<b>4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas</b> .....	71
<b>4.2.2 Nilai Kepentingan Relatif</b> .....	72
<b>4.4 Profil Konsumen Kopi di Kabupaten Sleman</b> .....	74
<b>4.4.1 Validitas Kuesioner Penelitian</b> .....	75
<b>4.4.2 Profil Responden</b> .....	77
<b>4.4.3 Perilaku Konsumen</b> .....	82
<b>4.5. <i>Conjoint Analysis</i></b> .....	89
<b>4.5.1 Nilai Utilitas Keseluruhan Responden</b> .....	89
<b>4.5.4 Nilai Kepentingan Relatif Atribut</b> .....	92
<b>4.5.5 Uji Signifikansi dan Ketepatan Prediksi</b> .....	93
<b>4.6. Interpretasi Hasil</b> .....	95
 <b>BAB V</b>	
 <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>98</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	98
<b>5.2 Saran</b> .....	99
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>100</b>
 <b>LAMPIRAN</b> .....	<b>103</b>