

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Kopi.....	6
2.1.2 Pemasaran	7
2.1.3 Konsep Pemasaran	7
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.5 Proses Keputusan Pembelian	10
2.1.6 Hubungan Bauran Pemasaran dengan Proses Keputusan Pembelian	12
2.1.7 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kerangka Pemikiran.....	15
2.3 Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	18
3.2 Metode Penelitian.....	18
3.1 Jenis dan Metode Pengambilan Data	19
3.4 Teknik Penentuan Sampel.....	19
3.5 Definisi dan Operasional Variabel	20
3.6 Kerangka Analisis	22
3.6.1 Analisis Deskriptif	22
3.6.2 Skala Likert	22
3.6.3 Uji Validitas	28

3.6.4	Uji Reliabilitas	28
3.6.5	Analisis Konkordansi Kendall W (Simultan)	29
3.6.6	Analisis Korelasi Kendall Tau (Parsial).....	30
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN		32
4.1	Keadaan Geografis	32
4.2	Keadaan Demografi.....	32
4.3	Gambaran Umum Perusahaan.....	33
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		34
5.1.	Karakteristik Responden	34
5.2	Analisis Deskriptif.....	38
5.3	Hasil Uji Validitas	51
5.4	Hasil Uji Reliabilitas	51
5.5	Analisis Konkordansi Kendall W.....	51
5.6	Analisis Korelasi Kendall Tau	52
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		57
6.1	Kesimpulan.....	57
6.2	Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA		59
Lampiran		61
RIWAYAT HIDUP		82