

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1 Teori Keputusan Pembelian.....	7
2.1.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	7
2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.1.4 Karakteristik Konsumen	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Pemikiran	12
2.4 Hipotesis	14
BAB III. METODE PENELITIAN	15
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	15
3.2 Metode Penelitian	16
3.3 Teknik Penentuan Responden	16
3.4 Jenis dan Teknik pengumpulan Data.....	17
3.5 Definisi dan Operasional Variabel	17
3.5.1 Definisi	17
3.5.2 Operasional Variabel	18

3.6 Kerangka Analisis.....	19
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	19
3.6.2 Skala Pengukuran	19
3.6.3 Hubungan Koefisien Kokordansi Kendall W dan Koefisien Rank Spearman	20
BAB IV. KEADAAN UMUM WILAYAH PENELITIAN.....	23
4.1 Letak Geografis	23
4.2 Demografi.....	23
4.3 Sejarah Kedai Kopi Presdir	24
4.4 Visi dan Misi Perusahaan	25
4.5 Struktur Organisasi	25
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	26
5.1 Karakteristik Konsumen.....	26
5.1.1 Jenis Kelamin	26
5.1.2 Usia.....	27
5.1.3 Status Pernikahan	29
5.1.4 Tingkat Pendidikan.....	30
5.1.5 Pekerjaan	31
5.2 Preferensi Konsumen.....	32
5.2.1 Konsumen pernah datang atau berkunjung	32
5.2.2 Alasan datang atau berkunjung.....	33
5.2.3 Jenis kopi yang dipilih ketika berkunjung	34
5.2.4 Jumlah pembelian kopi.....	34
5.3 Hasil Analisis.....	36
5.3.1 Analisis Konkordansi Kendall W	36
5.3.2 Analisis Rank Spearman.....	37
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	40
6.1 Kesimpulan.....	40
6.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	45
RIWAYAT HIDUP	55

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
2	Tahap Pelaksanaan Penelitian.....	15
3	Rata-Rata Pengunjung Kopi Per Minggu.....	16
4	Indikator, Parameter Pengukuran dan Skala Ukur Keputusan Pembelian	18
5	Kategori Skor Skala Likert.....	20
6	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	21
7	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	22
8	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.....	23
9	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
10	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Usia	28
11	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status.....	29
12	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	30
13	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	31
14	Hubungan Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian	36
15	Hubungan Faktor Produk dengan Keputusan Pembelian	37
16	Hubungan Faktor Harga dengan Keputusan Pembelian	38
17	Hubungan Faktor Promosi dengan Keputusan Pembelian	38
18	Hubungan Faktor Tempat dengan Keputusan Pembelian	39

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
1	Konsumsi Kopi Nasional.....	2
2	Bagan Kerangka Pemikiran	14
3	Struktur Organisasi.....	25
4	Presentase Konsumen Pernah Datang atau Berkunjung.....	32
5	Presentase Alasan Konsumen Datang atau Berkunjung.....	33
6	Persentase Alasan Konsumen Memilih Jenis Kopi.....	34
7	Persentase Konsumen Melakukan Jumlah Pembelian Kopi.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

No	Uraian	Hal
1	Sketsa Wilayah Kecamatan Mangkubumi.....	45
2	Data Kuesioner	46
3	Karakteristik Konsumen	47
4	Persentase Karakteristik Konsumen dan Preferensi Konsumen.....	49
5	Uji Validitas	50
6	Uji Reliabilitas.....	53
7	Dokumentasi Kegiatan Penelitian	54