

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II KERANGKA TEORITIS	17
A. Landasan Teori	17
1. Inovasi Produk	17
2. Citra Merek	36

3.	Label Halal	48
4.	Kepuasan Pelanggan	54
5.	Keunggulan Bersaing	60
B.	Penelitian Terdahulu	67
C.	Kerangka Pemikiran	78
D.	Hipotesis	83
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		85
A.	Metode Penelitian	85
B.	Operasional Variabel	86
1.	Variabel Independen atau Variabel Bebas	86
2.	Variabel Dependen atau Variabel Terikat	90
3.	Variabel Intervening	92
C.	Populasi dan Sampel	95
1.	Populasi	95
2.	Sampel	95
D.	Teknik Pengumpulan Data	97
1.	Wawancara	97
2.	Kuisisioner (Angket)	98
E.	Instrumen Penelitian	98
F.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	102

1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	103
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	105
3. Uji Hipotesis	106
G. Tempat dan Jadwal Penelitian	107
1. Tempat Penelitian	107
2. Jadwal Penelitian	107
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	109
A. Profil Objek Penelitian	109
B. Karakteristik Responden	115
1. Jenis Kelamin	115
2. Usia	116
3. Profesi	117
C. Hasil Penelitian	118
1. Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	118
2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	127
3. Pengujian Hipotesis	131
D. Pembahasan	136
BAB V PENUTUP	168
DAFTAR PUSTAKA	173
LAMPIRAN - LAMPIRAN	189

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data <i>Coffee Shop</i> di Tasikmalaya	2
Tabel 2.1 Keuntungan Sertifikasi Halal Bagi Konsumen dan Produsen	51
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	67
Tabel 3.1 Operasional Variabel Inovasi Produk	87
Tabel 3.2 Operasional Variabel Citra Merek	88
Tabel 3.3 Operasional Variabel Label Halal	90
Tabel 3.4 Operasional Variabel Keunggulan Bersaing	91
Tabel 3.5 Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan	93
Tabel 3.6 Kisi-Kisi Instrumen	99
Tabel 3.7 <i>Skala Likert</i>	101
Tabel 3.8 Jadwal Penelitian	107
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	116
Tabel 4.2 Klasifikasi Usia Responden.....	116
Tabel 4.3 Klasifikasi Profesi Responden.....	117
Tabel 4.4 Hasil <i>Outer Loading</i> Model.....	119
Tabel 4.5 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> Tiap Konstruk.....	121
Tabel 4.6 Nilai <i>Cross Loading</i> Tiap Konstruk.....	122
Tabel 4.7 Nilai <i>Cross Loading</i> Setelah Modifikasi.....	124
Tabel 4.8 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	126
Tabel 4.9 Nilai <i>R-Square</i>	127

Tabel 4.10 <i>Nilai F Square</i>	129
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Direct Effect</i>	132
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Indirect Effect</i>	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2010-2021	2
Gambar 2.1 <i>Doblin's Ten Types Of Innovation</i>	24
Gambar 4.1 Logo Kopi Kenangan.....	109
Gambar 4.2 Perjalanan Tujuh Tahun Kopi Kenangan.....	111
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Kopi Kenangan.....	114
Gambar 4.4 <i>Headquarters</i> (Indonesia).....	115
Gambar 4.5 Outer Model Variabel Inovasi Produk, Citra Merek, Label Halal, Kepuasan Pelanggan, dan Keunggulan Bersaing.....	118
Gambar 4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	131