

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Landasan Teori .....	7
F. Penelitian Terdahulu .....	17
G. Kerangka Pemikiran .....	19
H. Hipotesis .....	20
I. Pembatasan Penelitian.....	20
J. Definisi Operasional .....	20
K. Metode Penelitian.....	23
L. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	29
<b>BAB II GAMBARAN UMUM KOPI KOLING .....</b>	<b>35</b>
A. Sejarah berdirinya Koling .....	35
B. Visi dan Misi Perusahaan .....	36
C. Susunan Organisasi Koling .....	38
D. Produk Kopi Koling.....	38
E. Lokasi Koling .....	39

<b>BAB III IDENTITAS KONSUMEN .....</b>	<b>40</b>
A. Identitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
B. Identitas Konsumen Berdasarkan Usia .....	41
C. Identitas Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	41
D. Identitas Konsumen Berdasarkan Pekerjaan .....	42
E. Identitas Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	43
<b>BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PENGUJIAN HIPOTESIS.</b>	<b>44</b>
.....	
A. Fakto--Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	
1. Harga .....	44
2. Rasa .....	45
3. Kemasan .....	47
4. Merek.....	48
5. Keputusan Pembelian .....	49
B. Pengujian Hipotesis .....	51
C. Uji $R^2$ <i>Adjusted</i> .....	51
D. Uji F.....	51
E. Uji t .....	52
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penjualan kopi di Koling .....	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. Variabel, Dimensi, dan Indikator .....	21
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Harga, Rasa, Kemasan, merek dan Keputusan Pembelian .....	26
Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga, Rasa, Kemasan, Merek dan Keputusan Pembelian .....	27
Tabel 6. Identitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 7. Identitas Konsumen Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 8. Identitas Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	37
Tabel 9. Identitas Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 10. Identitas Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	39
Tabel 11. Nilai Variabel Harga Pada Minuman Kopi di Koling .....	40
Tabel 12. Nilai Variabel Rasa Pada Minuman Kopi di Koling.....	42
Tabel 13. Nilai Variabel Kemasan Pada Minuman Kopi di Koling .....	43
Tabel 14. Nilai Variabel Merek Pada Minuman Kopi di Koling .....	44
Tabel 15. Nilai variabel Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Koling .....	46
Tabel 16. Hasil Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	47

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	8
Gambar 2. Kerangka Pemikiran .....	18
Gambar 3. Visi dan Misi Koling .....	33
Gambar 4. Susunan Organisasi Koling .....	34
Gambar 5. Menu Koling .....	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Identitas Konsumen Koling
- Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban 60 Konsumen (variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian) Sebelum Suksesif
- Lampiran 4. Rekapitulasi jawaban 60 Konsumen (variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian) Setelah Suksesif
- Lampiran 5. Rekapitulasi Jawaban 60 Konsumen (keputusan pembelian) sebelum dan sesudah suksesif
- Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Regresi