

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Perilaku Konsumen	11
2. <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	16
3. <i>Social Media Marketing</i>	19
4. Citra Merek	29
5. <i>Packaging design</i>	35
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Hubungan Antar Variabel	42
D. Kerangka Konseptual.....	45
E. Hipotesis Penelitian	46
BAB III	47
METODE PENELITIAN	47
A. Rancangan Penelitian.....	47
B. Objek dan Waktu Penelitian	48
C. Populasi.....	48
D. Sampel dan Teknik Sampling	48

E. Jenis Data Penelitian	51
F. Prosedur Pengambilan Data	51
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	52
H. Definisi Operasional Variabel.....	53
I. Uji Instrumen	56
J. Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Hasil Penelitian	65
B. Pembahasan.....	79
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Kategori Cafe Kopi 2018.....	4
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	41
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang Saku .	68
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel <i>Social Media Marketing</i>	70
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel Citra Merek	71
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel <i>Packaging Design</i>	72
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel <i>Purchase Intention</i>	73
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Konsumsi Kopi di Indonesia 200-2016	2
Gambar 2.1 Proses Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	93
LAMPIRAN II UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	99
LAMPIRAN III REKAPITULASI DATA 150 RESPONDEN.....	108
LAMPIRAN IV ANALISIS DESKRIPTIF.....	134
LAMPIRAN V HASIL REGRESI LINEAR BERGANDA.....	139