

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	9
1.4.3 Manfaat Praktis	10
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	10
1.5.1 Keputusan Pembelian.....	10
1.5.2 Teori Elaboration Likelihood Model (ELM)	14
1.6 Kerangka Pemikiran	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Keputusan Pembelian	19
2.2 Komunikasi Persuasif.....	24
2.3 <i>Membership</i>	29
2.4 Coffee Shop.....	33
2.5 Generasi Z	34
2.6 Penelitian Terdahulu.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian	41

3.2	Objek Penelitian	42
3.3	Subjek Penelitian	42
3.4	Sumber Data Penelitian	43
3.4.1	Data Primer	43
3.4.2	Data Sekunder	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1	Wawancara	44
3.5.2	Observasi	45
3.5.3	Dokumentasi	45
3.6	Teknik Analisis Data	46
3.7	Teknik Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1	Profil Informan	55
4.2.2	Keputusan Pembelian dan Komunikasi Persuasif Barista Semuda Kopi	58
4.2.3	Keputusan Mahasiswa dalam Menerima Penawaran <i>Membership</i>	63
4.2.4	Pengambilan Keputusan Konsumen Mahasiswa Dalam Memilih <i>Coffee Shop</i> Lokal Semuda Kopi	66
4.3	Pembahasan	79
4.3.1	Faktor Sosial Sebagai Latar Belakang Pengambilan Keputusan	81
4.3.2	Faktor Pribadi Sebagai Latar Belakang Pengambilan Keputusan	83
4.3.3	Faktor Psikologi Sebagai Latar Belakang Pengambilan Keputusan	85
4.3.4	Faktor Produk Sebagai Latar Belakang Pengambilan Keputusan	87
4.3.5	Rute Pengambilan Keputusan Konsumen Mahasiswa	91
BAB V PENUTUP		91
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran	99
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN		104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Proyeksi Nilai Omzet Tahunan Pasar Kopi Modern Di Negara Asia	1
Gambar 1. 2	Proses Keputusan Pembelian Sumber: Kotler & Armstrong (2010)	14
Gambar 1. 3	Kerangka Pemikiran Sumber: Olah Data Peneliti.....	17
Gambar 4. 4	Semuda Kopi Tampak Depan.....	50
Gambar 4. 5	Ruangan indoor Co-working Semuda Kopi.....	51
Gambar 4. 6	Ruangan indoor dekat meja kasir.....	52
Gambar 4. 7	Ruangan <i>outdoor sharing table</i> , bangku semen, dan meja semen..	53
Gambar 4. 8	Ruangan <i>outdoor</i> meja bundar.....	53