

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Kajian Pustaka	8
1.5.1 Kajian Teori.....	8
1.5.2 Kajian Empirik.....	18
1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	31
1.7 Kerangka Pemikiran.....	31
1.8 Hipotesis.....	32
1.9 Model Hipotesis.....	33
1.10 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	33
1.10.1 Definisi Konsep.....	33
1.10.2 Definisi Operasional.....	34
1.11 Metode Penelitian.....	37
1.11.1 Jenis Penelitian.....	37

1.11.2 Objek Penelitian.....	38
1.11.3 Sumber Data.....	38
1.11.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
1.11.5 Skala Pengukuran.....	39
1.11.6 Populasi.....	39
1.11.7 Sampel.....	40
1.11.8 Teknik Sampling.....	41
1.11.9 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
1.11.10 Teknik Analisis Data.....	43
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	48
2.1 Sejarah Starbucks Coffee.....	48
2.1.1 Starbucks.....	48
2.2 Identitas Brand Starbucks Coffee.....	49
2.2.1 Logo.....	49
2.2.2 Tagline.....	49
2.3 Produk dan Fasilitas Starbucks Coffee.....	49
2.3.1 Produk Starbucks Coffee.....	49
2.3.2 Fasilitas Starbucks Coffee.....	49
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	50
3.1 Hasil Uji Instrumen	50
3.1.1 Hasil Uji Validitas	50
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	52
3.2 Analisis Data	53
3.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	53
3.2.2 Analisis Statistik Inferensial.....	72
3.3 Pembahasan	78
3.3.1 Pengaruh Gerakan Boikot (X1) terhadap Minat Beli (Y).....	78
3.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Minat Beli (Y).....	79
3.3.3. Pengaruh Gerakan Boikot (X1) dan <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Minat Beli (Y).....	80
BAB IV PENUTUP	81

4.1 Kesimpulan	81
4.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	87