

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kerangka Teori.....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	13
2.1.1.3 Proses Keputusan Pembelian	16
2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.1.2 Cita Rasa.....	19
2.1.2.1 Pengertian Cita Rasa	19
2.1.2.2 Faktor-Faktor Cita Rasa	21
2.1.2.3 Komponen Cita Rasa	22
2.1.2.4 Indikator Cita Rasa.....	23
2.1.3 Harga	24
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	24

2.1.3.2 Dimensi Harga	26
2.1.3.3 Penetapan Harga	27
2.1.3.4 Metode Penetapan Harga	29
2.1.3.5 Peran Harga.....	33
2.1.3.6 Indikator Harga	33
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	35
2.3 Kerangka Berpikir	39
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	41
3.3 Layout Angket dan Definisi Operasional	42
3.4 Sumber Data.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	46
3.6.1 Uji Validitas.....	46
3.6.2 Uji Reliabilitas	47
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	48
3.7.1.1 Uji Normalitas.....	48
3.7.1.2 Uji Multikolinieritas.....	49
3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas	49
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.8 Uji Hipotesis.....	51
3.8.1 Uji t (Parsial)	51
3.8.2 Uji f (Simultan).....	52
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54

4.1.1	Gambaran Umum Coffee Shop Sedotan Kopi.....	54
4.1.2	Visi Dan Misi Sedotan Kopi.....	55
4.1.3	Struktur Organisasi Sedotan Kopi	56
4.2	Pembahasan Penelitian	56
4.2.1	Identifikasi Responden	56
4.2.1.1	Karakteristik Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.1.2	Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia.....	57
4.3	Analisis Data Penelitian	58
4.3.1	Uji Validitas Dan Reabilitas	58
4.3.1.1	Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Cita Rasa (X1).....	58
4.3.1.2	Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Harga (X2)	60
4.3.1.3	Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	61
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	63
4.3.2.1	Uji Normalitas Data	63
4.3.2.2	Uji Multikolinieritas.....	66
4.3.2.3	Uji Heterokedastisitas	68
4.3.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	69
4.3.4	Uji Hipotesis	71
4.3.4.1	Uji F (Simultan)	71
4.3.4.2	Uji t (Parsial).....	72
4.3.4.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	73
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.4.1	Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian di Sedotan Kopi Kota Langsa .	75
4.4.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Sedotan Kopi Kota Langsa	76
4.4.3	Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Sedotan Kopi Kota Langsa	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		83