

DAFTAR ISI

HASIL PENELITIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
BIOGRAFI PENULIS	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	27
2.4. Hipotesis	29
III. METODE PENELITIAN	30
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	30

3.2. Populasi dan Sampel.....	30
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4. Pengumpulan Data.....	32
3.5. Analisis Data.....	33
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	33
3.5.2. Uji Instrumen.....	38
3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.6. Definisi Operasiona	42
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	45
4.1. Sejarah Perusahaan	45
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	45
4.2.1. Visi	45
4.2.2. Misi.....	46
4.3. Sumberdaya Perusahaan	46
4.3.1. Sumberdaya Manusia	47
4.3.2. Sumberdaya Lahan dan Bangunan	48
4.4. Struktur Organisasi	49
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	51
5.1. Identitas Responden.....	51
5.2. Deskripsi Produk.....	53
5.3. Promosi Yang Dilakukan Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”	54
5.4. Harga Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”	58
5.5. Kualitas Produk Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”	65
5.6. Kualitas Layanan Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”	70
5.7. Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”	76

5.8. Hasil uji instrumen	82
5.8.1. Uji Validitas	82
5.8.2. Uji Reliabilitas	85
5.8.3. Uji Normalitas.....	85
5.9. Pengaruh promosi,harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk.....	85
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
6.1. Kesimpulan.....	92
6.2. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Hal
1	Perkembangan Produksi Kopi di Sulawesi Selatan	2
2	Perkembangan Coffe Shop di Indonesia	4
3	Penelitian Terdahulu	25
4	Indikator pengukuran variabel di Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”	34
5	Interval Scor Variabel Promosi (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3), Kualitas Layanan (X4), Keputusan Pembelian (Y), Item Per Indikator ...	37
6	Tingkat Reliabel Chronbach’s Alpha.....	39
7	Sumberdaya Manusia Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” Di Kelurahan. Pandang, Kecamatan. Panakkukang, Kota Makassar	47
8	Sumberdaya Lahan Dan Bangunan Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	48
9	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	51
10	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Usia	52
11	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Pendidikan.....	52
12	Varian rasa dan harga minuman kopi “Titik Ngopi Café” di Kota Makassar	53
13	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Periklanan (X1.1) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”	55
14	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Promosi Penjualan (X1.2) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”	56
15	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Pemasaran Langsung (X1.3) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”	57

16	Rekapitulasi Variabel Promosi (X1) Pada Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	57
17	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Keterjangkauan Harga (X2.1) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	58
18	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Keterjangkauan Harga (X2.2) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”. Di Kota Makassar	59
19	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Keterjangkauan Harga (X2.3) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”. Di Kota Makassar	60
20	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Keterjangkauan Harga (X2.4) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”. Di Kota Makassar	60
21	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Kesesuaian Harga Dengan Manfaat (X2.5) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar ..	61
22	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Kesesuaian Harga Dengan Manfaat (X2.6) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar..	62
23	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Daya Saing Harga (X2.7) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”. Di Kota Makassar	63
24	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Daya Saing Harga (X2.8) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	63
25	Rekapitulasi Variabel harga (X2) Pada Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” di Kota Makassar	64
26	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Tampilan Produk (X3.1) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	65
27	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Tampilan Produk (X3.2 Dengan Indikator Kualitas Topping Pada Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	66
28	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Rasa (X3.3) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” di Kota Makassar	66
29	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Rasa (X3.4) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” di Kota Makassar	67
30	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Aroma (X3.5) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café”di Kota Makassar	68

31	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Aroma (X3.6) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” di Kota Makassar	68
32	Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk (X3) Pada kedai kopi “ Titik Ngopi Café” di Kota Makassar	69
33	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Ketepatan Waktu (X4.1) Pada Kedai Kopi “Titik Ngopi Café” di Kota Makassar	70
34	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Ketepatan Waktu (X4.2) Waktu Proses Pembuatan Produk Pada Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	70
35	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Kesopanan dan Keramahan (X4.3) Melayani dengan sopan Pada kedai kopi “ Titik Ngopi Café” di Kota Makassar	71
36	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Kesopanan Dan Keramahan (X4.4) Melayani Dengan Ramah Pada Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	72
37	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Tanggung Jawab (X4.5) Karyawan Yang Professional Dibidangnya Pada Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar.....	73
38	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Tanggung Jawab (X4.6) Konsumen Merasakan Aman Dalam Melakukan Transaksi Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar.....	73
39	Rekapitulasi Variabel Kualitas Layanan (X4) Pada Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar.....	74
40	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Pengenalan Masalah Kebutuhan (Y.1) Konsumen Membeli Produk Merupakan Bagian Dari Kebutuhan Di Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	75
41	Respon Konsumen Terhadap Sub Variabel Pencarian Informasi (Y.2) Mencari Informasi Dari Teman, Media Social Untuk Membeli Produk Di Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	76
42	Respon Konsumen Terhadap Indikator Evaluasi Alternatif (Y.3) Harga Produk Dapat Dijangkau Secara Umum Di Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar.....	77

43	Respon Konsumen Terhadap Indikator Keputusan Pembelian (Y.4) Konsumen Membeli Produk Karna Keinginan Sendiri Dan Banyak Yang Membeli Di Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar.....	78
44	Respon Konsumen Terhadap Indikator Evaluasi Pasca Pembelian (Y.5) Setelah Melakukan Pembelian Memberikan Informasi Tentang Produk Ke Teman Untuk Membeli Produk Pada Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café” Di Kota Makassar	79
45	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y) Pada Kedai Kopi “ Titik Ngopi Café ” Di Kota Makassar.....	80
46	Hasil Uji Validitas Indikator Untuk Variabel Promosi (X1)	81
47	Hasil Uji Validitas Indikator Untuk Variabel Harga (X2)	81
48	Hasil Uji Validitas Indikator Untuk Variabel Kualitas Produk (X3)	82
49	Hasil Uji Validitas Indikator Untuk Variabel Kualitas Layanan (X4)	82
50	Hasil Uji Validitas Indikator Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)....	82
51	Hasil Uji Reliabilitas	83
52	Hasil Uji Normalitas	84
53	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	85
54	Pengaruh Secara Simultan (Uji F).....	85
55	Pengaruh Secara Parsial (Uji- t).....	86
56	Model Regresi Linear Berganda Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	88