

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Teori Pendukung	18

2.2 Kerangka Teori.....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	46
3.2 Desain Penelitian.....	47
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.4 Pengembangan Instrumen	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Data.....	58
4.2 Hasil	70
4.3 Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Implikasi.....	88
5.3 Keterbatasan Penelitian	90
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	91

5.5 Saran Bagi Kopi Kenangan	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Periode 2014-2019... 5	5
Gambar 1.2 Top 10 Minuman Kekinian 7	7
Gambar 1.3 Persentase Pembelian Top 10 Minuman Kekinian 9	9
Gambar 1.4 Hasil Survei Awal Pelanggan Kopi Kenangan di Jakarta 11	11
Gambar 2.1 Kerangka Teori..... 44	44
Gambar 4.1 Model Penelitian Sebelum Modifikasi 74	74
Gambar 4.2 Hasil Uji Kelayakan Model..... 74	74
Gambar 4.3 Model Penelitian dengan SEM..... 78	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>World Supply/Demand Balance</i>	2
Tabel 1.2 Persentase Konsumsi Kopi Dunia (Dalam Ribuan Kantong 60 kg)	3
Tabel 1.3 Keluhan pada Pelanggan Kopi Kenangan.....	12
Tabel 3. 1 Indikator untuk mengukur <i>customer loyalty</i>	50
Tabel 3. 2 Indikator untuk mengukur <i>brand image</i>	51
Tabel 3. 3 Indikator untuk mengukur <i>brand trust</i>	52
Tabel 3. 4 Indikator untuk mengukur <i>customer satisfaction</i>	54
Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen.....	55
Tabel 3. 6 <i>Goodness of Fit Indices</i>	56
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	61
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	62
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi Kopi Kenangan selama Satu Bulan Terakhir	63
Tabel 4.7 Karakteristik Data <i>Customer Loyalty</i>	64
Tabel 4.8 Karakteristik Data <i>Brand Image</i>	66
Tabel 4.9 Karakteristik Data <i>Brand Trust</i>	68

Tabel 4.10 Karakteristik Data <i>Customer Satisfaction</i>	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Table 4.13 Hasil Uji Kelayakan Model.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis.....	76
Tabel 4.15 <i>Standardized Indirect Effects</i>	77
Tabel 4.16 <i>Standardized Indirect Effects – Two Tailed Significance (BC)</i>	77

