

DAFTAR ISI

COVER	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	11
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran.....	13
2. Kopi.....	14
3. Harga.....	14
4. Promosi.....	17
5. Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>).....	19
6. Citra Merek.....	21
7. Loyalitas Pelanggan	23
8. Penelitian Terdahulu	26
B. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Desain Penelitian.....	33
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	34
D. Skala Pengukuran Variabel.....	39

E. Populasi dan Sampel Penelitian	39
F. Metode Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
B. Statistik Deskriptif	49
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	54
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	55
a. Uji Validitas.....	55
b. Uji Reliabilitas	63
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
a. Nilai <i>R-Square</i> (R^2).....	65
b. <i>Effect Size</i>	66
c. Relevansi Prediksi (Q^2)	67
d. <i>Goodness of Fit Model</i>	68
e. Evaluasi Pengujian Hipotesa	68
D. Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84