

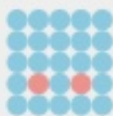
## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Pembatasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Proses Pengolahan Kopi.....	10
2.2. Konsumsi dan Perilaku Konsumen Kopi Indonesia.....	13
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	15
2.3.1. Perilaku Konsumen.....	15
2.3.2. Tinjauan Merek .....	20
2.3.3. Tinjauan Metode <i>Positioning</i> .....	21
2.3.4. Skala Pengukuran Atribut Pokok dan Skor Komposit.....	25
2.4. Kerangka Pemikiran Konseptual.....	26
III. METODE PENELITIAN .....	29
3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	29
3.2. Desain Penelitian .....	29
3.3. Instrumen Penelitian.....	29
3.4. Teknik Pengambilan Contoh.....	30
3.5. Deskripsi Peubah .....	31
3.6. Analisis Data .....	32
3.6.1. Tabulasi Silang $\chi^2$ .....	32
3.6.2. Reliabilitas .....	34
3.6.3. Regresi Linear .....	36
3.6.3.1. Pengujian Asumsi Kenormalan .....	39
3.6.3.2. Pengujian Asumsi Keacakan Galat.....	41
3.6.3.3. Pengujian Asumsi Kehomogenan Ragam.....	41
3.6.3.4. Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	43
3.6.4. Regresi Logistik .....	45
3.6.5. Biplot.....	47
3.7. Kaidah Pengukuran Skala Atribut.....	52
3.8. Pemodelan .....	53



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

**MB-IPB**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

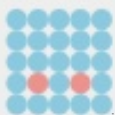


IV

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Deskripsi Tahapan Pengambilan Keputusan Konsumen .....	64
4.1.1. Deskripsi Pengetahuan Konsumen .....	65
4.1.2. Deskripsi Perilaku Konsumsi Konsumen .....	69
4.1.3. Deskripsi Pengenalan Kebutuhan Konsumen .....	73
4.1.4. Deskripsi Informasi yang Diterima oleh Konsumen .....	76
4.1.5. Deskripsi Pembelian Kopi oleh Konsumen.....	83
4.1.6. Deskripsi Evaluasi Alternatif dan Hasil dari Konsumen .....	86
4.1.7. Deskripsi Pengaruh Lingkungan dan Perbedaan Individu .....	93
4.2. <i>Perceptual Mapping</i> Konsumen Kopi.....	97
4.3. Analisis Reliabilitas.....	99
4.4. Pengujian Asumsi Regresi.....	102
4.5. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Kopi.....	102
4.6. Implementasi Pemasaran.....	108
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
5.1. Kesimpulan .....	114
5.3. Saran .....	118
DAFTAR PUSTAKA .....	120
LAMPIRAN.....	122
INDEKS.....	149

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hal Cipta Ilmiah IPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.