

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Pokok Masalah .....	4
1.3. Tujuan, Ruang Lingkup, dan Manfaat Penelitian.....	5
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.3.3. Manfaat Penelitian.....	5
1.4. Kerangka Penulisan .....	6
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Landasan Teori .....	7
2.1.1. Teori <i>Branding</i> .....	7
2.1.2. <i>Brand Image</i> .....	9
2.1.2.1. Komponen-Komponen <i>Brand Image</i> .....	12
2.1.2.2. Faktor-Faktor Terbentuknya <i>Brand Image</i> .....	14
2.1.2.3. Langkah-Langkah Membangun <i>Brand Image</i> .....	15
2.1.3. <i>Brand Loyalty</i> .....	16
2.1.3.1. Karakteristik Loyalitas.....	18
2.1.3.2. Ciri-Ciri Konsumen Loyal .....	19
2.1.3.3. Kategori Loyalitas.....	19
2.1.3.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Loyalty</i> .....	20
2.1.3.5. Tahapan <i>Brand Loyalty</i> .....	24
2.1.3.6. Fungsi <i>Brand Loyalty</i> .....	24
2.1.3.7. Tingkatan <i>Loyalty</i> .....	25

2.1.4.	Teori <i>Consumer Behavior</i> .....	27
2.1.4.1.	Kategori Konsumen .....	28
2.1.4.2.	Pengambilan Keputusan Konsumen .....	29
2.1.4.3.	Faktor Pengaruh <i>Consumer Behavior</i> .....	30
2.1.5.	Teori Persaingan Usaha.....	32
2.1.5.1.	Pasar Persaingan Monopolistik.....	34
2.1.6.	Pengertian Startup .....	36
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	37
2.3.	Kerangka Pemikiran .....	38
2.4.	Hipotesis Penelitian .....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		40
3.1.	Jenis dan Periode Penelitian .....	40
3.2.	Sumber dan Pengumpulan Data .....	40
3.3.	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel .....	41
3.4.	Metode Analisis.....	41
3.5.	Hipotesis Statistik dan Pengujiannya .....	42
BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN TEMUAN .....		44
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian .....	44
4.2.	Karakteristik Responden.....	44
4.3.	Preferensi Responden .....	46
4.4.	Analisis Data.....	52
4.4.1.	Analisis Responden .....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		62
5.1.	Kesimpulan.....	62
5.2.	Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN .....		67

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1.</b> Ilustrasi “4 Waves of Indonesia Coffee Shop Industry” .....	2
<b>Gambar 4.1.</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
<b>Gambar 4.2.</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	45
<b>Gambar 4.3.</b> Profil Responden Berdasarkan Rentang Usia .....	46
<b>Gambar 4.4.</b> Preferensi Responden Berdasarkan <i>Brand</i> Kopi Terkenal 1-2 Tahun Terakhir .....	47
<b>Gambar 4.5.</b> Preferensi Responden Berdasarkan <i>Brand</i> Kopi Paling Sering Dikonsumsi .....	48
<b>Gambar 4.6.</b> Preferensi Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi Dalam Sebulan ...	49
<b>Gambar 4.7.</b> Preferensi Responden Berdasarkan Alasan Pemilihan <i>Brand</i> .....	50
<b>Gambar 4.8.</b> Preferensi Responden Berdasarkan Kriteria Penting Produk Kopi.....	51
<b>Gambar 4.9.</b> Preferensi Responden Berdasarkan Tujuan Mengonsumsi Produk Kopi ...	52

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1.</b> Jumlah Outlet Kedai Kopi di Indonesia Tahun 2019 .....	3
<b>Tabel 2.1.</b> Penelitian Terdahulu .....	37
<b>Tabel 4.1.</b> Korelasi <i>Brand</i> Kopi Terkenal 1-2 Tahun Terakhir Terhadap Jumlah Responden <i>Brand</i> yang Dikonsumsi .....	55
<b>Tabel 4.2.</b> Korelasi Frekuensi Konsumsi Produk <i>Brand</i> Kopi Per Bulan Terhadap Jumlah Responden <i>Brand</i> yang Dikonsumsi .....	56
<b>Tabel 4.3.</b> Asumsi Total Konsumsi Produk <i>Brand</i> Kopi Per Bulan Terhadap Jumlah Responden <i>Brand</i> yang Dikonsumsi .....	56
<b>Tabel 4.4.</b> Korelasi Alasan Pemilihan <i>Brand</i> dengan Jumlah Responden <i>Brand</i> yang Dikonsumsi .....	58
<b>Tabel 4.5.</b> Korelasi Kriteria Produk Kopi Paling Penting dengan Jumlah Responden <i>Brand</i> yang Dikonsumsi .....	60
<b>Tabel 4.6.</b> Korelasi Tujuan Mengonsumsi Produk Kopi Dengan Jumlah Responden <i>Brand</i> yang Dikonsumsi .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran A.</b> Data Kuesioner .....	67
---	----