

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Pemasaran.....	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2.2 Bauran Pemasaran .....	11
2.3 Produk .....	13
2.4 Kualitas Produk.....	13
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk .....	13
2.4.2 Indikator Kualitas Produk.....	13
2.5 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.6 Pengalaman Pelanggan.....	17
2.6.1 Pengertian Pengalaman Pelanggan.....	17
2.6.2 Dimensi Pengalaman Pelanggan .....	17
2.6.3 Indikator Pengalaman Pelanggan .....	19

2.6.4 Bentuk Pengalaman Pelanggan .....	20
2.6.5 Servicescape .....	21
2.7 Hubungan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.8 Keputusan Pembelian.....	22
2.9 Bisnis Kopi.....	23
2.9.1 Barista.....	25
2.9.2 Pelayan (Waiter) .....	26
2.10 Generasi Milenial .....	26
2.11 Generasi Z .....	26
2.12 Perbedaan Keputusan Pembelian Antara Generasi Milenial dan Generasi Z .....	27
2.13 Hipotesis.....	28
2.14 Model Konseptual Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	30
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	34
3.3.1 Populasi .....	34
3.3.2 Sampel Penelitian .....	34
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.4 Metode Analisis Data .....	35
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
3.5 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.5.1 Uji Normalitas .....	37
3.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	37
3.5.3 Uji Multikolinieritas .....	37
3.5.4 Uji Autokorelasi.....	38
3.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3.7 Uji Hipotesis.....	39
3.7.1 Uji T.....	39
3.7.2 Uji F.....	39
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi .....	40
3.7.4 Uji Beda (Komparatif).....	40

3.8 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.9 Lokasi Penelitian .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Analisis Eksplanatif.....	43
4.2 Profil Responden .....	43
4.2.1 Pernyataan Saringan .....	44
4.2.2 Jenis Kelamin .....	45
4.2.3 Usia.....	45
4.2.4 Pekerjaan .....	46
4.2.5 Penghasilan.....	47
4.2.6 Frekuensi Mengonsumsi Kopi Dalam Seminggu.....	47
4.2.7 Sudah Berapa Lama Menjadi Pengonsumsi Kopi .....	49
4.2.8 Frekuensi Mengonsumsi Kopi di Kafe Dalam Seminggu .....	50
4.3 Uji Validitas.....	51
4.4 Uji Reliabilitas.....	53
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	54
4.5.1 Uji Normalitas .....	54
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	55
4.5.3 Uji Multikolinearitas.....	56
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	57
4.6 Analisis Eksplanatif Variabel Penelitian .....	58
4.7 Variabel Kualitas Produk (X1) .....	58
4.7.1 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk.....	58
4.7.2 Uji T (Parsial) Variabel Kualitas Produk (X1).....	74
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lokal Pada Generasi Milenial di Kota Bandung (Hipotesis 1).....	76
4.7.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lokal Pada Generasi Z di Kota Bandung (Hipotesis 2).....	76
4.8 Variabel Pengalaman Pelanggan (X2).....	77
4.8.1 Distribusi Jawaban Konsumen Mengenai Pengalaman Pelanggan .....	77
4.8.2 Uji T (Parsial) Variabel Pengalaman Pelanggan (X2) .....	88
4.8.3 Pengaruh pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian kopi lokal pada generasi milenial di Kota Bandung (Hipotesis 3).....	89

4.8.4 Pengaruh pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian kopi lokal pada generasi z di Kota Bandung (Hipotesis 4).....	90
4.9 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	90
4.9.1 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	90
4.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
4.11 Uji F (Simultan).....	101
4.11.1 Pengaruh kualitas produk dan pengalaman pelanggan secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian kopi lokal pada generasi milenial di Kota Bandung (Hipotesis 5) ...	102
4.11.2 Pengaruh kualitas produk dan pengalaman pelanggan secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian kopi lokal pada generasi z di Kota Bandung (Hipotesis 6) .....	103
4.12 Uji Koefisien Determinasi.....	103
4.13 Uji Beda (Komparatif) .....	104
4.13.1 Perbedaan keputusan pembelian antara generasi milenial dan generasi z pada toko kopi lokal di Kota Bandung (Hipotesis 7).....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	110
LAMPIRAN.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	124