

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 Teori Keputusan Pembelian .....	12
2.1.3 Teori Loyalitas Konsumen .....	12
2.1.4 Teori Generasi .....	14
2.1.5 Teori <i>The Leisure Class</i> .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
3.1 Desain dan Jenis Penelitian .....	20
3.2 Responden Penelitian .....	22
3.3 Sumber Data .....	23
3.3.1 Data Primer .....	23
3.3.2 Data Sekunder .....	23

3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.4.1	Pemilihan Individu Sampel .....	24
3.4.2	Wawancara Mendalam .....	24
3.4.3	Observasi Langsung .....	25
3.4.4	Dokumentasi.....	25
3.5	Teknik Pengolahan dan Validasi Data .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>30</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	30
4.2	Gambaran Umum Responden .....	30
4.3	Hasil Pengolahan Data .....	34
4.3.1	Pengetahuan Responden Terhadap Starbucks.....	35
4.3.1.1	Konsistensi Rasa .....	36
4.3.1.2	Kualitas Produk.....	37
4.3.1.3	Pelayanan .....	38
4.3.1.4	Ambience .....	39
4.3.2	Pemenuhan Kebutuhan Konsumen .....	40
4.3.2.1	Fungsional Produk .....	40
4.3.2.2	Prestige.....	42
4.3.2.3	Keinginan Pribadi .....	42
4.3.2.4	Fasilitas .....	43
4.3.3	Faktor Pendukung Keputusan .....	44
4.3.3.1	Harga.....	44
4.3.3.2	Promo Starbucks .....	45
4.3.3.3	Faktor Lingkungan.....	47
4.3.3.4	Inovatif.....	48
4.3.3.5	Lokasi Starbucks .....	49
4.4	Pembahasan Penelitian .....	49
4.4.1	Faktor Keputusan Pembelian Produk Starbucks .....	50
4.4.2	Memahami Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Responden..	53
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>56</b>
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran.....	59
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	59
5.2.2	Implikasi Manajerial Starbucks.....	60

5.2.3	Keterbatasan Penelitian .....	60
5.2.4	Saran Penelitian yang Akan Datang.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>62</b>
<b>LAMPIRAN- LAMPIRAN .....</b>		<b>65</b>

