

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iv
Approval Page By Final Deffense Committee.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.5.1 Manfaat Teoritis	14
1.5.2 Manfaat Praktis	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Kualitas Produk.....	17
2.1.2 Menu Variety	19
2.1.3 Health Oriented	20
2.1.4 Convenience.....	20
2.1.5 Harga.....	22
2.1.6 <i>Perceived Value</i>	25
2.1.7 Minat Beli.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	33
2.3.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap Minat Beli	33
2.3.2 Pengaruh <i>Menu Variety</i> Terhadap Minat Beli	33

2.3.3	Pengaruh <i>Health Oriented</i> Terhadap Minat Beli	34
2.3.4	Pengaruh <i>Convenience</i> Terhadap Minat Beli.....	34
2.3.5	Pengaruh <i>Reasonable Price</i> Terhadap Minat Beli.....	34
2.3.6	Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli	35
2.4	Model Penelitian	35
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Populasi dan Sampel	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Populasi dan Sampel	39
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabelnya	42
3.5	Metode Analisis Data.....	44
3.5.1	Uji Validitas	44
3.5.2	Uji Reliabilitas	45
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.1	Uji Normalitas.....	45
3.6.2	Uji Multikolinieritas.....	45
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.7	Teknik Analisis Data.....	46
3.7.1	Uji t Statistik	46
3.7.2	Uji F Statistik	46
3.7.3	Koefisien Determinasi.....	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Gambaran Umum.....	47
4.1.1	<i>Coffee Crowd</i>	47
4.1.2	Profil Responden.....	47
4.2	Analisis Data	49
4.2.1	Tanggapan Responden atas Validitas dan Reliabilitas.....	49
4.2.2	Uji Reliabilitas	53
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	53

4.2.4	Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Variabel Penelitian	54
4.2.4.1	Distribusi Jawaban Responden atas Variabel Kualitas Produk (X_1).....	54
4.2.4.2	Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Menu Variety</i> (X_2)	57
4.2.4.3	Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Health oriented</i> (X_3)	58
4.2.4.4	Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Convenience</i> (X_4).....	60
4.2.4.5	Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Reasonable Price</i> (X_5)	61
4.2.4.6	Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Perceived Value</i> (Z).....	62
4.2.4.7	Distribusi Jawaban Responden atas Variabel Minat Beli (Y)	64
4.2.5	Hasil Pengujian Kualitas Data	65
4.2.5.1	Uji Normalitas	65
4.2.5.2	Uji Multikolinieritas	66
4.2.5.3	Uji Heteroskedastisitas	67
4.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis	67
4.2.6.1	Analisis Determinasi (<i>R-Square</i>)	67
4.2.6.2	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji – Statistik t).....	68
4.3	Pembahasan	69
4.3.1	Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	69
4.3.2	Pengaruh <i>Menu Variety</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	70
4.3.3	Pengaruh <i>Health oriented</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	71
4.3.4	Pengaruh <i>Convenience</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	71
4.3.5	Pengaruh <i>Reasonable Price</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	72
4.3.6	Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli	73
BAB V	KESIMPULAN	75
5.1	Simpulan	75
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	76
5.1.1.1	Pengaruh <i>Food Quality</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	76
5.1.1.2	Pengaruh <i>Menu Variety</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	77
5.1.1.3	Pengaruh <i>Health oriented</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	77
5.1.1.4	Pengaruh <i>Convenience</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	78
5.1.1.5	Pengaruh <i>Reasonable Price</i> Terhadap <i>Perceived Value</i>	79
5.1.1.6	Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli	79
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian	80

5.2	Implikasi.....	81
5.2.1	Implikasi Teoritis	81
5.2.2	Implikasi Manajerial	83
5.3	Rekomendasi	86

DAFTAR PUSTAKA

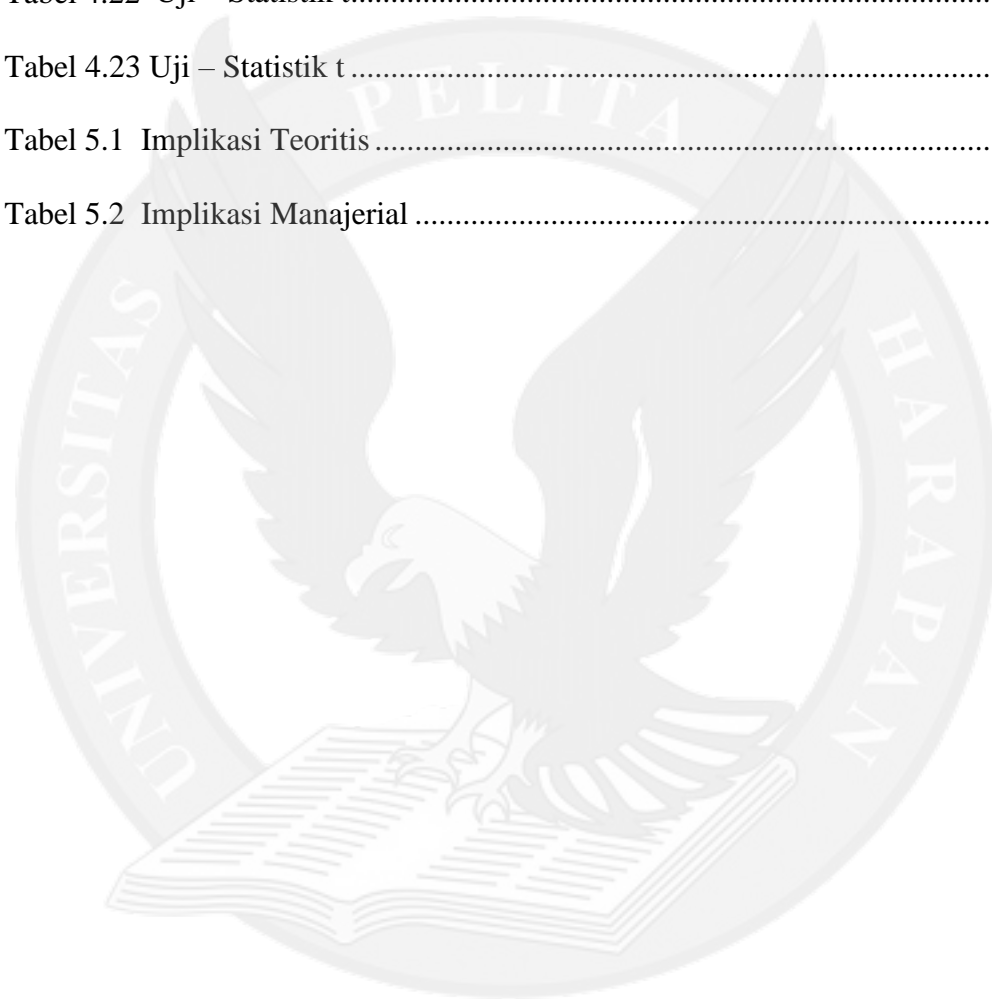
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

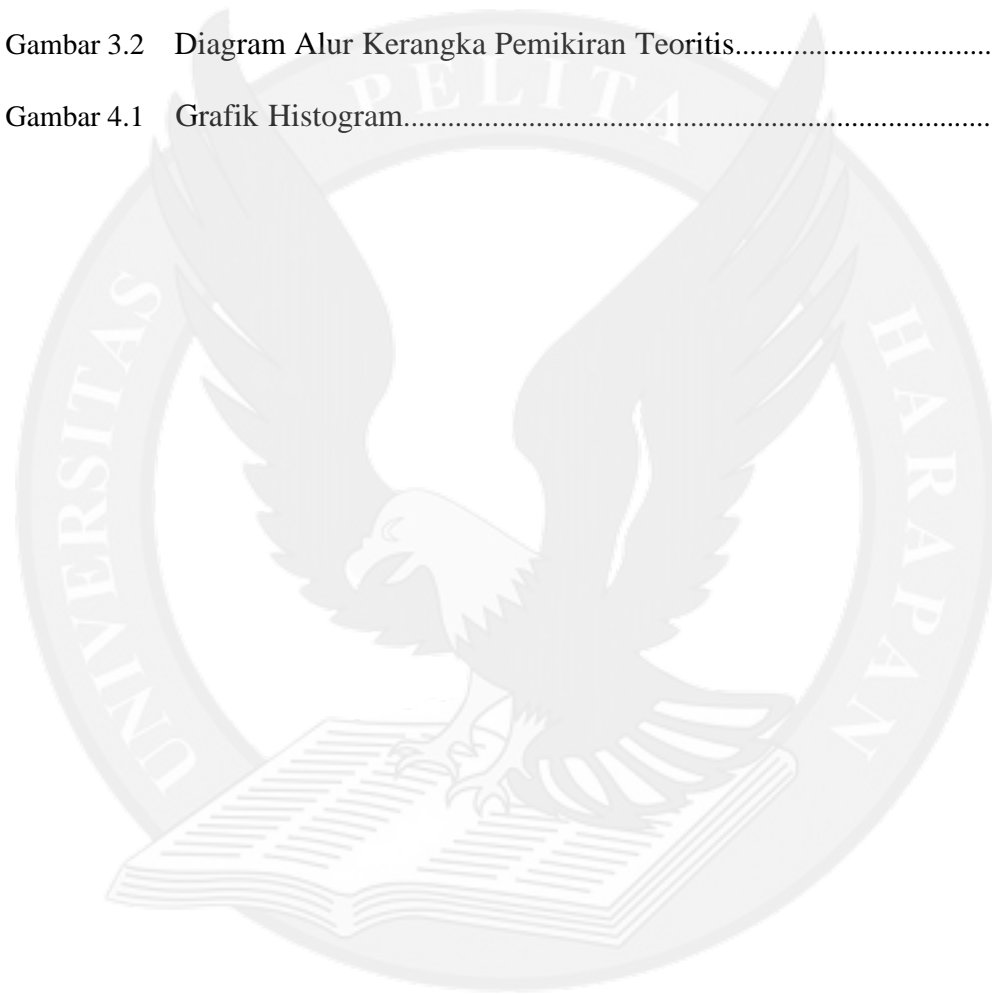
Tabel 1.1 Daftar Harga Menu Makanan dan Minuman di Coffee Crowd Tahun 2023.....	8
Tabel 1.2 Kualitas Produk Coffee Crowd Maret hingga April 2023	10
Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabelnya	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X1)	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Menu Variety</i> (X2).....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Health oriented</i> (X3)	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Convenience</i> (X4).....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Reasonable Price</i> (X5).....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Perceived Value</i> (Z).....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Beli (Y).....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel	53
Tabel 4.11 Statistik deskriptif	53
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden atas Variabel Kualitas Produk(X2). 55	
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Menu Variety</i> (X2)	57
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Health oriented</i> (X3) 58	
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Convenience</i> (X4)	60
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Reasonable Price</i> (X5).....	61

Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden atas Variabel <i>Perceived Value</i> (Z)..	63
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden atas Variabel Minat Beli (Y).....	64
Tabel 4.19 Uji Multikolinieritas.....	66
Tabel 4.20 Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.21 Uji Determinasi	67
Tabel 4.22 Uji – Statistik t.....	68
Tabel 4.23 Uji – Statistik t	69
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	81
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Makanan dan Minuman Coffee Crowd	5
Gambar 1.2	Ruangan Coffee Crowd	7
Gambar 2.1	Hasil penelitian terdahulu.....	33
Gambar 3.1	Model Penelitian.....	36
Gambar 3.2	Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
Gambar 4.1	Grafik Histogram.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner	95
Lampiran 2	Tabulasi Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Produk (X1).....	98
Lampiran 3	Tabulasi Validitas Dan Reliabilitas <i>Menu Variety</i> (X2).....	99
Lampiran 4	Tabulasi Validitas Dan Reliabilitas <i>Health Oriented</i> (X3).....	100
Lampiran 5	Tabulasi Validitas Dan Reliabilitas <i>Convenience</i> (X4)	101
Lampiran 6	Tabulasi Validitas Dan Reliabilitas <i>Reasonable Price</i> (X5).....	102
Lampiran 7	Tabulasi Validitas Dan Reliabilitas <i>Perceived Value</i> (Z)	103
Lampiran 8	Tabulasi Validitas Dan Reliabilitas <i>Repurchase Intention</i> (Y)	104
Lampiran 9	Hasil Output Validitas Dan Reliabilitas	105
Lampiran 10	Tabulasi Nilai Responden Kualitas Produk (X1)	109
Lampiran 11	Tabulasi Nilai Responden <i>Menu Variety</i> (X2)	111
Lampiran 12	Tabulasi Nilai Responden <i>Health Oriented</i> (X3).....	113
Lampiran 13	Tabulasi Nilai Responden <i>Convenience</i> (X4).....	115
Lampiran 14	Tabulasi Nilai Responden <i>Reasonable Price</i> (X5)	117
Lampiran 15	Tabulasi Validitas Dan Reliabilitas <i>Perceived Value</i> (Z)	119
Lampiran 16	Tabulasi Nilai Responden <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	121
Lampiran 17	Jawaban Responden.....	123
Lampiran 18	Hasil Output Eviews 13	129