

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
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
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
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
BAB III METODE PENELITIAN	20
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
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		30
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
BAB V PENUTUP		56
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
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN- LAMPIRAN		65