

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	3
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	5
ABSTRAK	7
ABSTRACT.....	9
KATA PENGANTAR	12
DAFTAR ISI.....	13
DAFTAR GAMBAR	14
DAFTAR TABEL	15
BAB 1 PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang	18
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.5 Batasan Penelitian	23
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Motif Belanja Konsumen	24
2.2 Keputusan Pembelian.....	25
2.2.1 Utilitarian Motives	30
2.2.2 Hedonic Motives	33
2.3 Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1 Hubungan Motivasi Belanja Hedonis dengan Keputusan Konsumen Berbelanja	35
2.3.2 Hubungan Motivasi Belanja Utilitarian dengan Keputusan Konsumen Berbelanja	Ke
2.3.3 Hubungan Motivasi Belanja Utilitarian dan Hedonik dengan	Ke
2.4 Coffee Shop.....	36
2.5 Penelitian Terdahulu	38
2.6 Kerangka Berpikir	41
2.7 Hipotesis.....	41
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Pendekatan Penelitian	43
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.2.2 Populasi	43
3.2.3 Sampel	43
3.3 Data Penelitian	44
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	44
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	46

3.5 Variabel Penelitian	46
3.5.1 Variabel dan Indikator Penelitian.....	46
3.5.2 Uji Coba Instrumen	48
3.5.3 Format Kuesioner	52
3.6 Teknis Analisis Data	53
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	53
3.7 Uji Asumsi Klasik	53
3.7.1 Uji Normalitas	53
3.7.2 Uji Multikolinieritas	54
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	54
3.8 Regresi Linier Berganda.....	55
3.9 Uji Hipotesis.....	55
3.9.1 Uji Parsial (Uji T).....	55
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	56
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	56
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Profil responden Penelitian	57
4.1.2 Aktifitas responden di Coffe Shop	59
4.1.3 Persepsi responden mengenai fenomena coffe shop di Kota Kediri.....	61
4.1.4 Distribusi frekuensi variabel utilitarian value	63
4.1.5 Distribusi frekuensi variabel hedonic value	65
4.1.6 Distribusi frekuensi variabel keputusan pembelian.....	69
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	70
4.1.8 Uji Hipotesis.....	73
4.2 Uji validitas	77
4.3 Uji reliabilitas	78
4.4 Analisis Statistik Deskriptif	79
4.5 Pembahasan.....	81
4.5.1 Pengaruh hedonic shopping motive dan utilitarian motive yang dirasakan konsumen untuk mempengaruhi pembelian kopi di coffe shop Kota Kediri.....	81
4.5.2 Pengaruh hedonic shopping motive yang dirasakan konsumen untuk mempengaruhi pembelian kopi di coffe shop Kota Kediri.....	82
4.5.3 Pengaruh utilitarian motive yang dirasakan konsumen untuk mempengaruhi pembelian kopi di coffe shop Kota Kediri.....	84
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	86

5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	88
5.2.1. Bagi Penelitian Selanjutnya.....	88
5.2.2. Bagi Coffe Shop yang Melayani Jasa Take Away di Kota Kediri	88

