

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Warunk Upnormal.	2
Gambar 1.2 10 Provinsi Di Indonesia Yang Paling Banyak Memiliki Jumlah Restoran Tersebar Pada Tahun 2019.	3
Gambar 1.3 Dataset Jumlah Restoran, Rumah Makan, dan Kafe Berdasarkan Wilayah Kota Bandung dari tahun 2014-2020.	4
Gambar 1.4 Usaha Kopi di Indonesia pada Tahun 2019.	6
Gambar 1.5 Top Brand Gen-Z Indeks 2021.	7
Gambar 1.6 Tampilan Menu Order pada Aplikasi Upnormal.	11
Gambar 1.7 Menu pada Aplikasi Warunk Upnormal.	12
Gambar 1.8 (a) Tampilan Voucher Diskon dan (b) Penukaran Voucher.	13
Gambar 1.9 Tampilan Maps Gerai Warunk Upnormal.	14
Gambar 1.10 Ruangan Warunk Upnormal.	19
Gambar 1.11 Ruangan Warunk Upnormal Coffee Roasters Global Project.	20
Gambar 1.12 Ruangan Warunk Upnormal Coffee Roasters Cihampelas.	20
Gambar 1.13 Grafik Pendapatan Penjualan Warunk Upnormal Coffee Raosters Global Project Pada Tahun 2019-2022.	21
Gambar 1.14 Tanggapan konsumen terhadap Store Atmosphere Warunk Upnormal Coffee Roasters Global Project.	25
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.	68
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.	91
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	110
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran.	111
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Domisili.	112

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	113
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kesukaan Kopi	114
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Coffee Shop</i> yang Sering Dikunjungi	116
Gambar 4.7 Posisi Variabel Persepsi Kemudahan Pada Garis Kontinum	125
Gambar 4.8 Posisi Variabel Persepsi Kegunaan Pada Garis Kontinum	131
Gambar 4.9 Posisi Variabel Store Atmosphere Pada Garis Kontinum	146
Gambar 4.10 Posisi Variabel Minat Beli Pada Garis Kontinum.....	151
Gambar 4.11 Grafik Normal Probability Plot.....	153
Gambar 4.12 Grafik Scetter plot	155