

DAFTAR ISI

<i>LEMBAR PERSEMBAHAN</i>	<i>i</i>
<i>LEMBAR PENGESAHAN</i>	<i>ii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iii</i>
<i>PERNYATAAN</i>	<i>iv</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>vi</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>vii</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>viii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>x</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN.....</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
<i>BAB II KAJIAN PUSTAKA</i>	<i>5</i>

2.1 Perilaku Konsumen	5
2.2 Preferensi Konsumen.....	5
2.3 Pengalaman Konsumen	6
2.4 Pelanggan Coffee Shop	6
2.5 Generasi Z	7
2.6 Orisinalitas Penelitian.....	7
2.7 Kerangka Pemikiran	12
Berikut merupakan kerangka pemikiran dari penelitian ini:	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	13
3.1 Objek Penelitian.....	13
3.2 Desain Penelitian	13
3.2.1 Populasi	13
3.2.2 Sampel	14
3.3 Instrumen Penelitian	14
3.4 Teknik Analisis Data.....	17
BAB IV PEMBAHASAN.....	18
4.1 Profil Singkat Kopi Toko Djawa Bandung	18
4.1.1 Jalan Braga	18
4.1.2 Sejarah singkat Kopi Toko Djawa.....	18
4.1.3 Fasilitas	18
4.1.4 Lokasi.....	19
4.2 Profil Responden	19

4.2.1 Profil Responden Konsumen Generasi Z	20
4.2.2 Hasil Penelitian`	22
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	30
5.1 Kesimpulan	30
5.2 Saran.....	30
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	33
<i>Lampiran 1 Fasilitas Kopi Toko Djawa Bandung</i>	<i>33</i>
<i>Lampiran 2 Fasilitas dan Pilihan Menu Kopi Toko Djawa</i>	<i>33</i>
<i>Lampiran 3 Toilet dan Tempat baca buku</i>	<i>34</i>
<i>Lampiran 4 Penjualan Merchandise dan Photobooth.....</i>	<i>34</i>
<i>Lampiran 5 Generasi Z Saat Berkunjung.....</i>	<i>35</i>
<i>Lampiran 6 Tampilan Depan dan Area lantai 2.....</i>	<i>35</i>
<i>Lampiran 7 Kuesioner</i>	<i>38</i>