**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Perkiraan Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021 2

Gambar 1.2 Pertumbuhan Kafe Di Indonesia 2009-2016 3

Gambar 1.3 Cabang-cabang Kata Kopi 5

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran 9

Gambar 2.2 Saluran Pemasaran Konsumen 15

Gambar 2.3 *Push Strategy* dan *Pull Strategy* 17

Gambar 2.4 Model Perilaku Konsumen 19

Gambar 2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 20

Gambar 2.6 Model Keputusan Konsumen 27

Gambar 2.7 Proses Keputusan Konsumen 32

Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran 35

Gambar 4.1 Logo Kata Kopi 48

Gambar 4.2 Minuman Avooffee 51

Gambar 4.3 Minuman Thai Tea 51

Gambar 4.4 Minuman Es Coklat 51

Gambar 4.5 Minuman Green Tea 52

Gambar 4.6 Minuman Avocado 52

Gambar 4.7 Minuman Kopi Legi atau Kokoh 52

Gambar 4.8 Merek Kafe yang Menjadi Pertimbangan Selain Kafe Kata Kopi 63

Gambar 4.9 Nilai KMO dan Bartlett’s Test 67