

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR RUMUS	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Beras Organik.....	12
2.2 Bauran Pemasaran	21
2.3 Kepuasan Konsumen.....	23
2.4 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	27
2.5 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	32
2.6 Analisis SWOT (<i>Strengths, Opportunities, Weakness, Threats</i>)	33
2.7 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
2.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Objek Penelitian	38
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.3 Pengumpulan Data	40
3.4 Tahapan Penelitian	40
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Profil Industri	54
4.2 Karakteristik Konsumen	58

4.3 Analisis Kepuasan Konsumen.....	71
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	71
4.3.2 Hasil Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	74
4.4 Hasil Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	81
4.5 Perumusan Strategi.....	97
4.5.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	97
4.5.2 Penilaian Faktor Internal dan Eksternal.....	102
4.5.3 Perumusan Strategi Berdasarkan Matrik SWOT.....	103
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN	119