

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTISARI.....	xii
 I. PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kebaruan Penelitian.....	7
 II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	 8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Landasan Teori.....	12
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22
 III. METODE PENELITIAN.....	 24
3.1 Metode Dasar.....	24
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.2.2 Pengambilan Sampel.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.3.1 Data Primer.....	26
3.3.2 Data Sekunder.....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5 Pembatasan Masalah.....	27
3.6 Definisi Operasional.....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	28
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	28
3.7.2 Structural Equation Modeling (SEM).....	29
 IV. KONDISI UMUM LOKASI DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN SAYURAN ORGANIK.....	 38
4.1 Kondisi Umum Lokasi Penelitian.....	38

4.1.1 Daerah Istimewa Yogyakarta	38
4.1.2 Pasar Modern Super indo	42
4.1.3 Pasar Modern Mirota	43
4.1.4 Pasar Modern Hypermart.....	44
4.1.5 Pasar Modern Carefour.....	45
4.2 Karakteristik Konsumen Sayuran Organik.....	46
 V. HASIL DAN PEMBAHASAN	55
5.1 Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sayuran Organik di Pasar Modern Daerah Istimewa Yogyakarta.....	55
5.2 Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Organik Pasar Modern di Daerah Istimewa Yogyakarta	64
5.3 Analisis Tingkat Loyalitas Konsumen Sayuran Organik di Pasar Modern Daerah Istimewa Yogyakarta	66
5.4 Pengaruh Kualitas Produk Sayuran Organik Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen	67
 VI. KESIMPULAN DAN SARAN	79
6.1 Kesimpulan.....	79
6.2 Saran.....	79
 DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	87