

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Lingkup Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>17</b>
2.1 Landasan Teori Utama.....	17
2.1.1 <i>Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory</i> .....	17
2.1.2 <i>Theory of Planned Behaviour (TPB)</i> .....	17
2.1.3 Konsep dan Karakteristik Produk Organik Segar.....	18
2.1.4 Definisi Konseptual Variabel Penelitian.....	20
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Perumusan Hipotesis .....	28
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kualitas pada Sikap.....	28
2.3.2 Pengaruh Kewajaran Harga pada Sikap .....	29
2.3.3 Pengaruh Kesadaran Kesehatan pada Sikap.....	29

2.3.4	Pengaruh Aksesibilitas Produk pada Sikap .....	30
2.3.5	Pengaruh Norma Subjektif pada Sikap.....	31
2.3.6	Pengaruh Kualitas Informasi pada Sikap.....	31
2.3.7	Pengaruh Kepercayaan Konsumen pada Sikap .....	32
2.3.8	Pengaruh Sikap pada Niat Beli Ulang .....	32
3.	Model Penelitian.....	33
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>		<b>35</b>
3.1	Desain Penelitian .....	35
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.2.1	Data Primer.....	38
3.2.2	Data Sekunder .....	38
3.3	Instrumen Penelitian.....	39
3.3.1	Definisi Opeasional Penelitan .....	39
3.3.2	Uji Validitas .....	44
3.3.3	Uji Reliabilitas.....	45
3.3.4	Uji Multikolinearitas .....	46
3.3.5	Evaluasi Statistik Deskriptif.....	46
3.3.6	Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	48
3.3.7	Uji Hipotesis.....	49
3.4	Metoda Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>51</b>
4.1	Deskripsi Data Responden .....	51
4.1.1	Karakteristis Responden.....	51
4.2	Analisis <i>Outer Model</i> .....	53
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	53
4.2.2	Hasil Uji Reabilitas.....	59
4.2.3	Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
4.2.4	Analisis Statistik Deskriptif.....	62
4.3	Analisis <i>Inner Model</i> .....	70
4.3.1	Uji R-Square.....	70
4.3.2	Uji <i>Q-Square</i> .....	71

4.3.3	Uji Model Fit .....	72
4.4	Pengujian Hipotesis .....	72
4.4.1	Pengaruh Persepsi Kualitas pada Sikap Konsumen .....	73
4.4.2	Pengaruh Kewajaran Harga pada Sikap Konsumen .....	73
4.4.3	Pengaruh Kesadaran Kesehatan pada Sikap Konsumen.....	74
4.4.4	Pengaruh Aksesibilitas Produk pada Sikap Konsumen .....	75
4.4.5	Pengaruh Norma Subjektif pada Sikap Konsumen .....	75
4.4.6	Pengaruh Kualitas Informasi pada Sikap Konsumen .....	76
4.4.7	Pengaruh Kepercayaan pada Sikap Konsumen .....	76
4.4.8	Pengaruh Sikap pada Niat Beli Ulang .....	77
4.5	Diskusi Dan Pembahasan .....	78
4.5.1	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Sikap (H1).....	78
4.5.2	Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Sikap (H2).....	79
4.5.3	Pengaruh Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap (H3) .....	80
4.5.4	Pengaruh Aksesibilitas Produk terhadap Sikap (H4).....	81
4.5.5	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Sikap (H5).....	82
4.5.6	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Sikap (H6).....	82
4.5.7	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Sikap (H7) .....	83
4.5.8	Pengaruh Sikap terhadap Niat Beli Ulang (H8) .....	84
4.5.9	Implikasi Temuan terhadap Model Integrasi SOR dan TPB .....	85
<b>BAB V SIMPULAN.....</b>		<b>87</b>
5.1	Simpulan.....	87
5.2	Implikasi Praktis.....	89
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	91
5.4	Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>94</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>98</b>