

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	9
1.3 BATASAN MASALAH	10
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	11
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 <i>CONSUMER VALUE</i>	12
2.2 <i>CONSUMER KNOWLEDGE</i>	14
2.3 <i>CUSTOMER SATISFACTION</i>	17
2.4 <i>CONSUMER TRUST</i>	20
2.5 <i>CUSTOMER LOYALTY</i>	21
2.6 <i>HEALTHY FOOD</i> (MAKANAN SEHAT).....	25
2.6.1 Pengertian dan Konsep Makanan Sehat.....	25
2.7 <i>KANO MODEL</i>	30
2.8 PENELITIAN TERDAHULU	35
2.9 <i>ONLINE FOOD DELIVERY</i> (OFD)	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 OBJEK PENELITIAN	44
3.2 WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN	46

3.3 POPULASI DAN SAMPEL	47
3.3.1 Populasi dan Sampel	47
3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Data	47
3.4 VARIABEL PENELITIAN	49
3.5 JENIS DAN METODE PENGAMBILAN DATA.....	51
3.6 METODE ANALISIS DATA.....	53
3.7 HIPOTESIS PENELITIAN	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 GERAJ MAKANAN SEHAT DI YOGYAKARTA	58
4.2 HASIL UJI CVR.....	60
4.3 ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN	60
4.4 ANALISIS KEBUTUHAN KONSUMEN BERDASARKAN MODEL KANO	68
4.5 ANALISIS PENGARUH DAN BESAR KONTRIBUSI NILAI DAN PENGETAHUAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI MEDIASI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN	79
4.6 EVALUASI CONSUMER VALUE MAKANAN SEHAT BERDASARKAN DIMENSI CORE VALUE, ACTUAL PRODUCT, DAN AUGMENTED PRODUCT	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 KESIMPULAN.....	106
5.2 SARAN	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	121