

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT	xiii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pertanian Organik	13
2.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.3 Karakteristik Konsumen	18
2.4 Keputusan Pembelian	23
2.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) 7Ps	27
2.6 <i>Online Survey</i>	29
2.7 <i>Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	32
2.8 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	39
METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Objek dan Waktu Penelitian	42
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.3 Data-Data yang Diperlukan	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	44

3.5 Pengolahan dan Analisis Data	47
3.6 Diagram Alir Penelitian	66
HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Profil Jogja Organic	70
4.2 Profil Responden	76
4.3 Pengukuran Kecocokan <i>Outer Model Partial Least Square Structural Equation Modeling</i>	83
4.4 Analisis Variabel Indikator Terhadap Variabel Laten	106
4.5 Pengukuran Kecocokan <i>Inner Model Partial Least Square Structural Equation Modeling</i>	110
4.6 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> Bauran Pemasaran Sayur Organik di Jogja Organic	118
KESIMPULAN DAN SARAN	148
5.1 Kesimpulan	148
5.2 Saran	149
DAFTAR PUSTAKA	150