

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Penelitian	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Manfaat Buah dan Sayuran Organik	11
B. Pola Produksi <i>Made-to-Order</i>	12
C. Perilaku Konsumen di Era Digital.....	13
D. Jejaring Media Sosial Sebagai Media Pemasaran dan Penjualan.....	14
E. Persepsi Konsumen dan Keputusan Pembelian.....	16
F. Konsep 7C pada <i>Internet Marketing</i>	20

G. <i>E-Marketing</i>	23
H. <i>E-Relationship</i>	24
I. Penelitian Kualitatif.....	26
J. <i>Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)</i>	27
K. Uji Validitas dan Reliabilitas	27
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Objek Penelitian	29
B. Data	29
C. Metode Pengumpulan Data	30
D. Tahapan Penelitian	31
E. Pengolahan Data.....	37
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Profil Industri	42
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pendahuluan	43
C. Deskripsi Responden.....	45
D. Hasil Analisis Keterkaitan Antaratribut pada Konsumen	
<i>“My Heartbeat”</i>	56
E. Hasil Uji Ranking.....	60
F. Hasil Analisis Regresi Linier	61
G. Uji Asumsi Klasik	63
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73