

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengajuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Sayur Organik	10
2.2. Pemasaran	11

2.3. Perilaku Konsumen.....	11
2.4. Ritel <i>Modern</i> dan Pasar Komunitas	13
2.5. Label Sertifikasi Organik.....	14
2.6. Kualitas Pelayanan.....	16
2.7. Kepuasan Konsumen	18
2.8. Loyalitas Konsumen	22
2.9. Teknik <i>Sampling</i>	23
2.10. <i>Content Validity Ratio</i> (Lawshe's CVR)	25
2.11. <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Objek Penelitian.....	31
3.2. Tahapan Penelitian.....	32
3.3. Data yang Diperlukan	40
3.4. Teknik Pengambilan Sampel	40
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	42
3.6. Metode Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Gambaran Umum Ritel Modern dan Pasar Komunitas	58
4.1.1. Ritel Modern: Super Indo	58
4.1.2. Pasar Komunitas: Pasar Organik Jogja.....	59

4.2. Hasil Uji <i>Content Validity Ratio</i> (CVR) Kuesioner.....	61
4.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	65
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.4. Karakteristik Responden.....	70
4.5. Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan, Label Sertifikasi Organik, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.....	78
4.6. Analisis SEM Pada Ritel Modern dan Pasar Komunitas	82
4.6.1 Hasil Uji Normalitas.....	83
4.6.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	86
4.6.3 Hasil Uji Kecocokan Model (<i>Godness of Fit</i>).....	87
4.6.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	102
4.6.4.1 Pengaruh <i>Tangibles</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	103
4.6.4.2 Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	104
4.6.4.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	106
4.6.4.4 Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	108
4.6.4.5 Pengaruh <i>Empathy</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	109

4.6.4.6 Pengaruh Label Sertifikasi Organik Terhadap Kepuasan	
Konsumen.....	111
4.6.4.7 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	112
4.6.5 Uji Reliabilitas Model dan Analisis <i>Loading Factor</i>	115
4.7 Usulan Perbaikan Pelayanan Pada Ritel Modern dan Pasar	
Komunitas.....	131
BAB V PENUTUP.....	136
5.1. Kesimpulan.....	136
5.2. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA.....	138
LAMPIRAN.....	141