

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PENDAHULUAN	16
1.1. Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Batasan Masalah.....	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Manfaat Penelitian.....	21
BAB II.....	23
2.1 Beras Berwarna	23
2.2. Pemasaran dalam <i>Business to Business</i>	26
2.3. Perilaku Pelanggan Bisnis	29
2.4. Produk	33
2.5. Harga.....	33
2.6. Kualitas Pelayanan	34
2.7. Keputusan Pembelian.....	35
2.8. Loyalitas Pelanggan	37
2.9. Analisis Regresi Linier Berganda	40
BAB III	42
METODE PENELITIAN.....	42
3.1. Objek dan Waktu Penelitian.....	42
3.2. Populasi Penelitian	42
3.3. Data- data yang diperlukan	43
3.4. Metode Pengumpulan Data	43

3.4.1. Data Primer	43
3.4.2. Data Sekunder.....	45
3.5. Diagram Alir Penelitian	46
3.6. Pengolahan dan Analisis Data.....	48
BAB IV	69
PEMBAHASAN	69
4.1. Profil Lingkar Organik	69
4.1.1. Sejarah pendirian	69
4.1.2. Lokasi Lingkar Organik.....	71
4.1.3. Visi dan Misi Lingkar Organik	71
4.1.4. Struktur Manajemen Lingkar Organik.....	74
4.1.5. Pelanggan Bisnis Beras Berwarna Lingkar Organik	75
4.1.6. Gambaran Umum Produk Lingkar Organik	75
4.2. Karakteristik Responden	76
4.2.1. Jabatan.....	77
4.2.2. Usia	78
4.2.3. Jenis Kelamin.....	79
4.2.4. Jenis Beras Berwarna.....	80
4.2.5. Ukuran Kemasan Beras Berwarna	80
4.2.6. Lama Kerjasama	81
4.2.7. Frekuensi Pembelian dalam Sebulan	82
4.2.8. Jumlah Pembelian Sebulan	83
4.3. Hasil Tanggapan Responden.....	84
4.4. Uji Asumsi Klasik	87
4.4.1. Uji Normalitas.....	87
4.4.2. Uji Multikolinieritas.....	89
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda	93
4.5.1. Uji Keterandalan Model (Uji F).....	93
4.5.2. Uji Koefisien Regresi (Uji t).....	95
4.6. Interpretasi Model	99
4.7. Perumusan Strategi Pemasaran	105
BAB V.....	108

KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1. Kesimpulan.....	108
5.2. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	113