

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT KETERANGAN UNGGAH MANDIRI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR RUMUS	14
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
ABSTRAK	16
ABSTRACT	17
BAB I PENDAHULUAN.....	18
1.1 Latar Belakang	18
1.2 Perumusan Masalah.....	23
1.3. Batasan Penelitian	24
1.4 Tujuan Penelitian.....	24
1.5 Manfaat Penelitian.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
2.1 Sayur.....	26
2.2 Belanja <i>Online</i>	28
2.3 Pemasaran.....	28
2.4 <i>E-Marketing Mix</i>	31
2.5 Perilaku Konsumen	33
2.6 Keputusan Pembelian	35
2.7 Kepuasan Pelanggan.....	36
2.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38

2.8 Perbandingan Metode Kepuasan Konsumen.....	40
2.9 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	43
2.10 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	46
2.11 <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV)	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Objek Penelitian	51
3.2 Data yang Diperlukan.....	53
3.2.1 Data Primer	53
3.2.2 Data Sekunder.....	54
3.3 Metode Pengumpulan Data	54
3.3.1 Metode Wawancara	54
3.3.2 Metode Survei Kuesioner	54
3.3.3 Studi Pustaka.....	55
3.4 Tahapan Penelitian	55
3.5 Diagram Alir Penelitian.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Profil Sayur <i>Online</i>	60
4.1.1 Sayur <i>Online</i> A	60
4.1.2 Sayur <i>Online</i> B.....	62
4.1.3 Sayur <i>Online</i> C.....	63
4.1.4 Sayur <i>Online</i> D	64
4.2 Karakteristik Responden	65
4.2.1 Jenis Kelamin.....	65
4.2.2 Usia	66
4.2.3 Domisili	67
4.2.4 Pendidikan	69
4.2.5 Pekerjaan.....	70
4.2.6 Pendapatan	71

4.2.7 Status Pernikahan.....	73
4.2.8 Jumlah Anggota Keluarga	74
4.3 Perilaku Responden	76
4.3.1 Alasan Berbelanja Sayur <i>Online</i>	76
4.3.2 Sumber mengetahui Sayur <i>Online</i>	78
4.3.3 Periode Berbelanja Sayur <i>Online</i>	80
4.3.4 Frekuensi Belanja	81
4.3.5 Alasan Pemilihan Sayur <i>Online</i>	82
4.4 Uji Validitas Kuesioner	84
4.5 Uji Reliabilitas Kuesioner	86
4.6 Hasil Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	86
4.6.1 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Sayur <i>Online</i> A	87
4.6.2 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Sayur <i>Online</i> B	88
4.6.3 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Sayur <i>Online</i> C	90
4.6.4 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Sayur <i>Online</i> D	91
4.6.5 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Sayur <i>Online</i> di D.I. Yogyakarta	93
4.7 Hasil Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	95
4.8 Analisis <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV).....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	105
5.2.1 Saran untuk penelitian selanjutnya	105
5.2.2 Saran untuk pihak sayur <i>online</i>	105
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	115