

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
1. Tinjauan Teoritis	7
a. Kualitas Produk	8
b. Kepuasan Konsumen	13
c. Kepercayaan Konsumen	17
d. Hubungan Antar Variabel	21
2. Tinjauan Empiris	25
F. Kerangka Pemikiran.....	33
G. Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	34
1. Definisi Konsep.....	34
2. Definisi Operasional.....	34
H. Hipotesis.....	36
I. Metode Penelitian.....	36
1. Tipe Penelitian	36
2. Ruang Lingkup Penelitian	37
3. Lokasi Penelitian	37
4. Sumber Data	37
5. Teknik Pengumpulan Data	38
6. Populasi dan Sampel	39
7. Teknik Sampling	40
8. Uji Instrumen.....	40
a) Uji Validitas.....	40
b) Uji Reliabilitas	41
9. Teknik Analisis Data	41
a) Analisis Statistik Deskriptif	41
b) Analisis Statistik Inferensial	42
1. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	42
2. Uji Sobel	43
3. Uji t	44
10. Uji Asumsi Klasik	45

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Profile Usaha PT. Lingkar Organik Indonesia	47
B. Logo PT. Lingkar Organik Indonesia	49
C. Visi dan Misi PT. Lingkar Organik Indonesia	49
D. Strategi Bersaing PT. Lingkar Organik Indonesia	49
E. Struktur Organisasi	50

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Konsumen.....	51
1. Jenis Kelamin Konsumen.....	51
2. Umur Konsumen	52
3. Pekerjaan Konsumen.....	54
4. Pendidikan Terakhir Konsumen.....	55
5. Pengeluaran per Bulan Konsumen	55
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas.....	58
C. Analisis Data dan Hasil Penelitian	59
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	59
D. Uji Asumsi Klasik	87
1. Uji Normalitas	87
2. Uji Multikolinearitas	88
3. Uji Heterokedastisitas.....	89
E. Analisis Jalur (Path Analysis) dan Uji t	91
1. Pengaruh antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen	92
2. Pengaruh antara Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen	94
3. Pengaruh antara Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen	96
F. Uji Sobel	99
G. Pembahasan Hasil Penelitian	100

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	105
B. Saran	106

DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	113