

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pemasaran.....	7
2. Bauran Pemasaran	8
3. Perilaku Konsumen	11
4. Kepuasan Konsumen.....	13
5. Sayuran Organik.....	15
6. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	16
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Hipotesis.....	21
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
B. Metode Penentuan Lokasi	27
C. Metode Pengambilan Responden.....	28
D. Jenis dan Sumber Data.....	29
E. Metode Pengumpulan Data.....	29
F. Uji Coba Instrumen	30

G. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Hasil Penelitian.....	37
1. Gambaran Umum JavaQu Organic	37
2. Karakteristik Konsumen javaQu Organik	42
3. Deskripsi Variabel Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik.....	47
4. Tingkat Kepuasan Konsumen JavaQu Organic.....	51
5. Pengaruh Variabel Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen JavaQu Organik	55
B. Pembahasan Penelitian.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	71
A. Simpulan	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	18
Tabel 2. 2 Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala Pengukuran.....	25
Tabel 3. 1 JavaQu Organic dan Produsen Produk Organik di Yogyakarta	27
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	31
Tabel 3. 4 Kriteria Indeks Kepuasan.....	33
Tabel 4. 1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan	44
Tabel 4. 4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	45
Tabel 4. 5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4. 6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	46
Tabel 4. 7 Penilaian Responden terhadap Variabel Produk.....	47
Tabel 4. 8 Penilaian Responden terhadap Variabel Harga.....	48
Tabel 4. 9 Penilaian Responden terhadap Variabel Tempat	48
Tabel 4. 10 Penilaian Responden terhadap variabel promosi	49
Tabel 4. 11 Penilaian Responden terhadap Variabel Orang	49
Tabel 4. 12 Penilaian Responden terhadap Variabel Proses.....	50
Tabel 4. 13 Penilaian Responden terhadap Variabel Bukti Fisik	50
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	51
Tabel 4. 15 Hasil Analisis CSI.....	51
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Trend Penjualan Sayuran Organik JavaQu Organic 2024.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4. 1 Logo JavaQu Organic	37
Gambar 4. 2 Lokasi JavaQu Organic	39
Gambar 4. 3 Produk JavaQu Organic	40
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Javaqu Organic.....	41
Gambar 4. 5 Akun Instagram dan Shopee JavaQu Organic	42