

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
BIOGRAFI PENULIS.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teoritis.....	8
2.1.1. Sayuran	8
2.1.2. Pemasaran	11
2.1.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	14
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	22
2.1.5. Loyalitas Pelanggan.....	27
2.1.6. Pasar Modern	30
2.1.7. Partial Least Square (PLS-SEM)	32
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	37
2.4. Hipotesis	39

III. METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
3.2. Populasi dan Sampel.....	40
3.3. Jenis dan Sumber Data	42
3.4. Pengumpulan Data.....	43
3.5. Analisis Data	44
3.6. Definisi Operasional	54
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	64
4.1. Sejarah Perusahaan.....	64
4.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	65
4.3. Struktur Organisasi	66
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	70
5.1. Identitas Responden	70
5.2. Deskripsi Jenis Sayuran Hijau, Harga, dan Volume Penjualan Per/Bulan	74
5.3. Deskripsi dan Kategori Variabel Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) <i>Product, Price, Place, Promotion, Cost, Customer, Communication</i> , dan <i>Convenience</i> Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan	76
5.4. Uji Instrumen	91
5.5. Pengaruh Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) <i>Product, Price, Place,</i> <i>Promotion, Cost, Customer, Communication</i> , dan <i>Convenience</i> Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan	103
V. KESIMPULAN DAN SARAN	111
6.1. Kesimpulan	111
6.2. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	116