

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN	
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Hasil Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Praktis.....	8
1.4.2 Manfaat Akademis.....	8
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
2.1. Kajian Pustaka.....	9
2.1.1. Pemasaran.....	9
2.1.2. Orientasi Pasar.....	11
2.1.2.1. Definisi Orientasi Pasar.....	12
2.1.2.2. Indikator Orientasi Pasar.....	13
2.1.3. Merek.....	13
2.1.3.1. Definisi Merek.....	14
2.1.3.2. Jenis dan Syarat Memilih Merek.....	15
2.1.3.3. Strategi Pengembangan Merek.....	16
2.1.4. Citra Merek.....	17

2.1.4.1. Definisi Citra Merek.....	17
2.1.4.2. Indikator Citra Merek.....	18
2.1.4.3. Faktor Pembentuk Citra Merek.....	20
2.1.4.4. Manfaat Citra Merek.....	20
2.1.5. Produk.....	22
2.1.5.1. Definisi Produk.....	22
2.1.5.2. Klasifikasi Produk.....	23
2.1.6. Kualitas Produk.....	24
2.1.6.1. Definisi Kualitas Produk.....	24
2.1.6.2. Perspektif Kualitas Produk.....	25
2.1.6.3. Indikator Kualitas Produk.....	27
2.1.7. Strategi.....	28
2.1.8. Keunggulan Bersaing.....	29
2.1.8.1. Definisi Keunggulan Bersaing.....	31
2.1.8.2. Indikator Keunggulan Bersaing.....	32
2.1.8.3. Langkah Strategis Keunggulan Bersaing.....	33
2.1.8.4. Posisi Persaingan.....	34
2.1.8.5. Sumber Keunggulan Bersaing.....	35
2.1.8.6. Komponen Keunggulan Bersaing.....	36
2.1.9. Penelitian Terdahulu.....	38
2.2 Kerangka Pemikiran.....	43
2.3 Hipotesis.....	47
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	48
3.1. Objek Penelitian.....	48
3.2. Metode Penelitian.....	48
3.2.1. Desain Penelitian.....	48
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	48
3.2.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.2.4. Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
3.2.5. Analisis Data	52
3.2.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52

3.2.5.2 Analisis Deskriptif.....	54
3.2.5.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	55
3.2.5.4 Pengujian Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Hasil Penelitian.....	60
4.1.1. Karakteristik Responden.....	60
4.1.2. Orientasi Pasar, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keunggulan Bersaing Produk Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya.....	62
4.1.2.1 Orientasi Pasar Produk Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya.....	64
4.1.2.2 Citra Merek Produk Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya.....	66
4.1.2.3 Kualitas Produk Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya.....	67
4.1.2.4 Keunggulan Bersaing Produk Beras Organik Kabupaten Tasikmalaya.....	69
4.1.3. Pengaruh Orientasi Pasar, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya.....	71
4.1.5. Pengujian Hipotesis.....	73
4.2. Pembahasan.....	75
4.2.1 Orientasi Pasar, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keunggulan Bersaing Produk Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya.....	75
4.2.2. Pengaruh Orientasi Pasar, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1. Simpulan.....	81
5.2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Hal
1.1	Produksi Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya.....	3
2.1	Penelitian Terdahulu.....	38
3.1	Desain Penelitian.....	48
3.2	Operasionalisasi Variabel	49
3.3	Skala Likert.....	50
3.4	Jumlah Penduduk di Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2018.....	50
3.5	Proporsi Jumlah Sampel Penelitian di Kab. Tasikmalaya.....	51
3.6	Formula Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	56
4.1	Karakteristik Responden.....	61
4.2	Kategorisasi Penilaian Indikator Variabel Penelitian.....	63
4.3	Kategorisasi Penilaian Variabel Penelitian.....	64
4.4	Rekapitulasi Penilaian Variabel Orientasi Pasar.....	65
4.5	Rekapitulasi Penilaian Variabel Citra Merek.....	66
4.6	Rekapitulasi Penilaian Variabel Kualitas Produk.....	68
4.7	Rekapitulasi Penilaian Variabel Keunggulan Bersaing.....	69
4.8	Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>).....	72
4.9	Coefficient ^a	74
4.10	ANNOVA ^b	74

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Hal
1.1	Total Produksi Padi di 10 Kota/Kabupaten di Jawa Barat....	2
2.1	Kerangka Pemikiran.....	47
3.1	Model Analisis Jalur.....	55
4.1	Hasil Analisis Jalur.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Hal
1	Jadwal Penelitian.....	88
2	Kuesioner Penelitian.....	89
3	Data Ordinal.....	93
4	Data Interval.....	129
5	Tabel Frekuensi.....	164
6	Output SPSS.....	172