

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING | |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| <i>ABSTRACT</i> | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Kegunaan Hasil Penelitian | 11 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis..... | 11 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis | 12 |
| 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian | 12 |
| 1.5.1 Lokasi Penelitian..... | 12 |
| 1.5.2 Waktu Penelitian | 13 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPO- TESIS | 14 |
| 2.1 Kajian Pustaka | 14 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2.1.1 | Keamanan Pangan (<i>Food Safety</i>) | 14 |
| 2.1.1.1 | Pengertian Keamanan Pangan (<i>Food Safety</i>) | 14 |
| 2.1.1.2 | Indikator Keamanan Pangan (<i>Food Safety</i>) | 15 |
| 2.1.1.3 | Faktor yang Memengaruhi Keamanan Pangan (<i>Food Safety</i>) | 18 |
| 2.1.2 | Ketersediaan Produk (<i>Products Availability</i>) | 20 |
| 2.1.2.1 | Pengertian Ketersediaan Produk (<i>Products Availability</i>) | 20 |
| 2.1.2.2 | Fakto-faktor yang Memengaruhi Ketersediaan Produk (<i>Products Availability</i>) | 22 |
| 2.1.2.3 | Indikator Ketersediaan Produk (<i>Products Availability</i>)..... | 23 |
| 2.1.3 | Program Loyalitas | 25 |
| 2.1.3.1 | Pengertian Program Loyalitas | 25 |
| 2.1.3.2 | Tujuan Program Loyalitas..... | 27 |
| 2.1.3.3 | Indikator Program Loyalitas | 29 |
| 2.1.3.4 | Jenis-jenis Program Loyalitas | 30 |
| 2.1.4 | Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>) | 32 |
| 2.1.4.1 | Pengertian Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>) | 32 |
| 2.1.4.2 | Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>) | 34 |
| 2.1.4.3 | Indikator Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)..... | 37 |
| 2.1.5 | Citra Perusahaan..... | 39 |
| 2.1.5.1 | Pengertian Citra Perusahaan | 39 |
| 2.1.5.2 | Manfaat Citra Perusahaan..... | 41 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| 2.1.5.3 | Indikator Citra Perusahaan | 43 |
| 2.1.6 | Penelitian Terdahulu yang Relevan..... | 45 |
| 2.2 | Kerangka Pemikiran | 54 |
| 2.3 | Hipotesis | 63 |
| BAB III | OBJEK DAN METODE PENELITIAN..... | 64 |
| 3.1 | Objek Penelitian | 64 |
| 3.1.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 64 |
| 3.2 | Metode Penelitian..... | 69 |
| 3.2.1 | Operasionalisasi Variabel..... | 69 |
| 3.2.2 | Populasi dan Sampel | 71 |
| 3.2.3 | Jenis Sumber Data..... | 73 |
| 3.2.4 | Teknik Pengumpulan Data | 74 |
| 3.2.5 | Teknik Analisis Data..... | 75 |
| 3.2.5.1 | Analisis Deskriptif..... | 76 |
| 3.2.5.2 | Analisis <i>Partial Least Squares Path Modeling</i> (PLS-SEM)..... | 77 |
| 3.2.6.5 | Alasan Menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS).. | 83 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 85 |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 85 |
| 4.1.1 | Analisis Deskriptif Karakteristik Konsumen..... | 85 |
| 4.1.2 | Analisis Deskriptif Variabel | 90 |
| 4.1.2.1 | <i>Food Safety</i> Pada Olahan Ikan CV Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat | 91 |
| 4.1.2.2 | <i>Product Availability</i> Pada Olahan Ikan CV Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat..... | 92 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 4.1.2.3 | Program Loyalitas Pada Olahan Ikan CV Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat..... | 94 |
| 4.1.2.4 | <i>Repurchase Intention</i> Pada Olahan Ikan CV Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat..... | 97 |
| 4.1.2.5 | Citra Perusahaan CV Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat | 99 |
| 4.1.3 | Uji Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)..... | 100 |
| 4.1.4 | Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 106 |
| 4.2 | Pembahasan..... | 95 |
| 4.2.1 | Estimasi <i>Path Coefisient</i> Pengaruh <i>Food Safety</i> , <i>Product Avaliability</i> dan Program Loyalitas Terhadap <i>Repurchase Intention</i> dan Implikasinya pada Citra Perusahaan CV. Torani Sumber Makmur Jawa Barat | 109 |
| 4.2.2 | Pengaruh <i>Food Safety</i> , <i>Product Avaliability</i> dan Program Loyalitas Terhadap <i>Repurchase Intention</i> pada Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat..... | 110 |
| 4.2.2.1 | Pengaruh <i>Food Safety</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Pada Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat | 111 |
| 4.2.2.2 | Pengaruh <i>Product Avaliability</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Pada Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat | 112 |
| 4.2.2.3 | Pengaruh Program Loyalitas Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Pada Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat | 114 |
| 4.2.3 | Pengaruh <i>Food Safety</i> , <i>Product Avaliability</i> dan Program Loyalitas Terhadap Citra Perusahaan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat..... | 115 |
| 4.2.3.1 | Pengaruh <i>Food Safety</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Pada Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat | 116 |

| | |
|--|------------|
| 4.2.3.2 Pengaruh <i>Product Availability</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Pada Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat | 117 |
| 4.2.3.3 Pengaruh Program Loyalitas Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Pada Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat | 118 |
| 4.2.3.4 Pengaruh <i>Food Safety</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Pada Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat | 116 |
| 4.2.4 Implikasi <i>Repurchase Intention</i> dengan Citra Perusahaan Pada Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat..... | 129 |
| 4.2.5 Pengaruh <i>Food Safety</i> , <i>Product Availability</i> dan Program Loyalitas terhadap <i>Repurchase Intention</i> dan Implikasinya Terhadap Citra Perusahaan CV. Torani Sumber Makmur di Jawa Barat | 121 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 124 |
| 5.1 Simpulan | 124 |
| 5.2 Saran | 125 |
| DAFTAR PUSTAKA | 128 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 137 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Halaman |
|--------------|---|----------------|
| 1.1 | Tingkat Penjualan Keseluruhan Produk CV Torani Sumber Makmur Di Jawa Barat Januari-Oktober 2023 | 5 |
| 2.1 | Penelitian Terdahulu yang Relevan | 45 |
| 3.1 | Operasionalisasi Variabel | 70 |
| 3.2 | Populasi Pelanggan CV Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat..... | 71 |
| 3.3 | Sampel Penelitian | 73 |
| 3.4 | Pembobotan Nilai Jawaban..... | 75 |
| 3.5 | Intepretasi Koefisien Korelasi..... | 75 |
| 4.1 | Interpretasi Skor Tiap Pernyataan..... | 90 |
| 4.2 | Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Food Safety</i> | 91 |
| 4.3 | Interpretasi Variabel <i>Food Safety</i> | 92 |
| 4.4 | Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Product Avaliability</i> | 93 |
| 4.5 | Interpretasi Variabel <i>Product Avaliability</i> | 94 |
| 4.6 | Tanggapan Konsumen Mengenai Program Loyalitas..... | 95 |
| 4.7 | Interpretasi Variabel Program Loyalitas | 96 |
| 4.8 | Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Repurchase Intention</i> | 97 |
| 4.9 | Interpretasi Variabel <i>Repurchase Intention</i> | 98 |
| 4.10 | Tanggapan Konsumen Mengenai Citra Perusahaan | 99 |
| 4.11 | Interpretasi Variabel Citra Perusahaan | 100 |
| 4.12 | <i>Cross Loading</i> | 103 |
| 4.13 | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 104 |
| 4.14 | <i>Fornell-Larcker Criterion</i> | 105 |
| 4.15 | <i>Cronbach's Alpha</i> | 106 |
| 4.16 | <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> | 107 |

| | | |
|------|---|-----|
| 4.17 | <i>F Square</i> | 108 |
| 4.18 | <i>Direct Effect</i> Variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y | 110 |
| 4.19 | <i>Direct Effect</i> Variabel X1, X2 dan X3 terhadap Z..... | 115 |
| 4.20 | <i>Direct Effect</i> Variabel Y Terhadap Z..... | 120 |
| 4.21 | <i>Total Effect</i> Variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y dan Implikasi pada Z | 122 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul | Halaman |
|---------------|--|----------------|
| 1.1 | Trend Total Penjualan Produk CV Torani Sumber Makmur di Jawa Barat | 6 |
| 2.1 | Kerangka Konsep Penelitian..... | 62 |
| 3.1 | Struktur Organisasi CV. Torani Sumber Makmur..... | 65 |
| 3.2 | Alur Penjualan CV Torani Sumber Makmur | 68 |
| 4.1 | Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 85 |
| 4.2 | Karakteristik Berdasarkan Usia (Tahun) | 86 |
| 4.3 | Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan..... | 87 |
| 4.4 | Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan | 88 |
| 4.5 | Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian | 89 |
| 4.6 | Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Iterasi Pertama | 101 |
| 4.7 | Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) Iterasi Kedua..... | 102 |
| 4.8 | <i>Output Bootstrapping</i> | 109 |

DAFTAR LAMPIRAN

| No | Judul | Halaman |
|-----------|---|----------------|
| 1 | Kuesioner Penelitian | 139 |
| 2 | Rekap Data Hasil Penyebaran Kuesioner | 144 |
| 3 | Output PLS Algorithm..... | 152 |
| 4 | Output Bootstrapping..... | 156 |
| 5 | Jadwal Penelitian | 159 |