

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengaruh Label dalam Pembelian produk	7
2.2 Pengukuran Efektifitas Pengaruh Label	8
2.3 Model Klasifikasi Perilaku Konsumen	9
2.4 Pemetaan Kajian Literatur dan Posisi Penelitian	11
 BAB III LANDASAN TEORI	
3.1 Standar Nasional Indonesia (SNI)	14
3.2 Proses Pengambilan Keputusan dalam Pembelian Produk	15
3.3 <i>Hierarchy of Effect</i> (HoE)	16
3.4 <i>Fuzzy Inference System</i> (FIS)	18

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Subjek Penelitian	21
4.2 Objek Penelitian	22
4.3 Alat dan Bahan	23
4.3.1 Instrumen Penelitian	23
4.3.2 Alat Penelitian	23
4.4 Kerangka Konseptual	24
4.5 Tahapan Penelitian	26
4.6 Penyusunan Kuesioner Penelitian	30
4.6.1 Survei “Produk tTerdekat Dengan Masyarakat”	30
4.6.2 Survei “Pengaruh Tanda SNI Dalam Keputusan Pembelian Produk”	32

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Pemetaan Produk Bertanda SNI Terdekat dengan Konsumen	37
5.2 Persepsi dan Pengetahuan Konsumen terhadap Tanda SNI Pada Produk	42
5.2.1 Hubungan Indikator dengan Tahapan <i>Hierarchy of Effect</i> (HoE)	45
5.3 Pembangunan Model <i>Fuzzy Inference System</i> (FIS)	50
5.3.1 Data Masukan	52
5.3.2 Partisi Data	55
5.3.3 Sistem Inferensi Fuzzy	52
5.3.4 Validasi Aturan Fuzzy dengan MATLAB	63
5.4 Pembahasan	65
5.4.1 Implementasi Aturan Fuzzy pada Sasaran Budaya Mutu	72

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	73
6.2 Saran	73

DAFTAR PUSTAKA 75

LAMPIRAN

- | | |
|--|----|
| A. Hasil Validasi Aturan Fuzzy dengan MATLAB | 81 |
| B. Kuesioner “Produk terdekat dengan Masyarakat” | 84 |
| C. Kuesioner “Pengaruh Tanda SNI dalam Keputusan Pembelian Produk” | 90 |