

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Perilaku Konsumen	8
2.2. Model Perilaku Konsumen	8

2.3.	Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	9
2.4.	Sikap Konsumen	12
2.5.	Pasar Tradisional	13
2.6.	Toko Modern	14
2.7.	Atribut Pasar Tradisional dan Toko Modern	14
2.8.	Atribut Produk Buah Segar	15
2.9.	Atribut Buah Mangga	17
2.10.	Model Multiatribut Fishbein	18
BAB III. METODE PENELITIAN		21
3.1.	Obyek Penelitian	21
3.2.	Data yang Diperlukan	21
3.3.	Metode Pengumpulan Data	21
3.4.	Metode Analisis Data	22
3.5.	Diagram Alir Penelitian	31
BAB. IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1.	Profil Pasar Tradisional dan Toko Modern Sebagai Lokasi Pembelian Mangga di DIY	33
4.2.	Profil Responden	34
4.2.1.	Domisili	34
4.2.2.	Jenis Kelamin	35

4.2.3.	Usia	35
4.2.4.	Pekerjaan	36
4.2.5.	Penghasilan	37
4.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.3.1.	Uji Validitas	38
4.3.2.	Uji Reliabilitas	43
4.4.	Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Pasar Tradisional	49
4.5.	Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Toko Modern	57
4.6.	Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Mangga di Pasar Tradisional	64
4.7.	Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Buah Mangga di Toko Modern	73
4.8.	Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Terhadap Pasar Tradisional, Toko Modern, dan Buah Mangga yang Dijual di Pasar Tradisional, dan Buah Mangga yang Dijual di Toko Modern	82
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN		84
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		94