

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	5
2.1. Tinjauan Pustaka.....	5
2.1.1. <i>E-commerce</i>	5
2.1.2. <i>E-Commerce</i> sebagai Media Pemasaran dalam Pertanian.....	5
2.1.3. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Pemasaran	9
2.2.2. Perilaku Konsumen	9
2.2.3. Keputusan Pembelian	10
2.2.4. Persepsi.....	12
2.2.5. Harga	12
2.2.6. Kualitas Produk	12
2.2.7. Kualitas Pelayanan	13
2.2.8. Promosi.....	13
2.3. Kerangka Pemikiran	14
2.4. Hipotesis	15
III. METODE PENELITIAN	16
3.1. Metode Dasar.....	16
3.2. Metode Pengambilan Sampel	16
3.2.1. Lokasi Penelitian	16
3.2.2. Sampel Penelitian	17
3.3. Jenis dan Sumber Data	17

3.4.	Teknik Pengumpulan Data	18
3.5.	Asumsi dan Pembatasan Masalah.....	18
3.6.	Definisi Variabel.....	19
3.7.	Metode Analisis Data	19
3.7.1.	Analisis Tujuan 1	19
3.7.2.	Analisis Tujuan 2.....	20
3.7.3.	Analisis Tujuan 3.....	27
IV.	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	29
4.1.	Keadaan Fisik Daerah.....	29
4.2.	Keadaan Penduduk	29
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
5.1.	Karakteristik Konsumen yang Membeli Sayur Segar Melalui <i>e-Commerce</i> di Wilayah Aglomerasi Surabaya Raya	33
5.1.1.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	33
5.1.2.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	37
5.1.3.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Domisili	38
5.1.4.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
5.1.5.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	42
5.1.6.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan <i>Platform e-Commerce</i> yang Digunakan untuk Membeli Sayur.....	45
5.1.7.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Waktu Pembelian Terakhir.....	48
5.1.8.	Rata-Rata Pengeluaran Pangan dan Sayur per Minggu.....	49
5.2.	Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Sayur Segar Melalui <i>e-Commerce</i> di Wilayah Aglomerasi Surabaya Raya	50
5.2.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
5.2.2.	Uji Asumsi Klasik	54
5.2.3.	Regresi Linier	56
5.3.	Faktor yang Paling Dipertimbangkan oleh Konsumen pada Keputusan Pembelian Sayur Segar Melalui <i>e-Commerce</i> di Wilayah Aglomerasi Surabaya Raya	62
VI.	PENUTUP	66
6.1.	Kesimpulan.....	66
6.2.	Saran	66
	DAFTAR PUSTAKA	68
	LAMPIRAN.....	75