

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Beras Porang	8
2.1.1. Manfaat Glukomanan pada Beras Porang	9
2.1.2. Industri Beras Porang di Indonesia	12
2.2 Strategi Pemasaran	13
2.3 Minat Beli	15
2.4 <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2.5 Kesadaran Kesehatan	19
2.6 Ketersediaan Produk	20
2.7 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	22
3.2. Objek Penelitian	22
3.3. Populasi dan Sampel	22

3.4. Metode Pengumpulan Data	24
3.5. Metode Analisis Data	27
3.6. Tahapan Penelitian	32
3.6.1. Studi pendahuluan	32
3.6.2. Identifikasi masalah.....	33
3.6.3. Perumusan masalah dan Penetapan tujuan.....	33
3.6.4. Pemilihan sampel penelitian.....	33
3.6.5. Identifikasi Data yang Dibutuhkan	34
3.6.6. Identifikasi Variabel	34
3.6.7. Membangun Model Teoritis.....	34
3.6.8. Menyusun Kuesioner dan Penyebaran Kuesioner Uji Coba	35
3.6.9. Pengumpulan Data dan Pengambilan Data	35
3.6.10. Evaluasi Model Pengukuran.....	35
3.6.11. Evaluasi Model Struktural.....	36
3.6.12. Interpretasi Hasil dan Pembahasan	36
3.6.13. Kesimpulan dan saran	36
3.7. Diagram Alir Penelitian	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Profil Beras Porang di Indonesia.....	39
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	41
4.3 Karakteristik Responden	43
4.4 Hubungan Karakteristik Responden dengan Minat Beli Beras Porang	50
4.5 Analisis Data dengan SEM PLS.....	51
4.5.1 Evaluasi Model Pengukuran	52
4.5.2 Evaluasi Model Struktural.....	56
4.6 Analisis Faktor Minat Beli Beras Porang Berdasarkan Variabel <i>Extended Theory of Planned Behavior</i>	62
4.7 Rekomendasi Masukan Strategi Pemasaran.....	65
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	73