

DAFTAR ISI

I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKAN DAN LANDASAN TEORI.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka.....	5
2.1.1. Telur Ayam	5
2.1.2. Telur Ayam Omega-3.....	6
2.1.3. Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1. Sikap Konsumen	13
2.2.2. Atribut Produk.....	14
2.2.3. <i>Multi Attribute Fishbein</i>	16
2.2.4. Konsep Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>)	18
2.2.5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiediaan membayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	20
2.2.6. Metode <i>Contigent Valuation</i> (CVM).....	22
2.2.7. Regresi Linear Berganda	25
2.2.8. Hubungan Sikap Dengan Perilaku	27
2.2.9. Hubungan Perilaku Dengan Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>) ..	28
2.3. Kerangka Pemikiran	28
2.4. Hipotesis	31
III. METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Metode Dasar.....	33
3.2. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.3. Metode Penentuan Sampel	34
3.4. Jenis dan Sumber Data	35
3.5. Metode Pengumpulan Data	36
3.6. Asumsi dan Pembatasan Masalah.....	37
3.7. Definisi Operasional dan Satuannya	37
3.8. Analisis Data	39
3.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.8.2. Analisis Sikap Konsumen Terhadap Telur Ayam Omega-3.....	42

3.8.3.	Analisis Nilai Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>)	45
3.8.4.	Analisis Faktor yang Memengaruhi Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>) Telur Ayam Omega-3	47
IV.	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	53
4.1.	Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	53
4.1.1.	Populasi Ayam di D.I. Yogyakarta.....	54
4.1.2.	Komoditas Keluar Masuk Ayam di D.I. Yogyakarta	55
4.1.3.	Konsumsi Telur di D.I. Yogyakarta.....	56
4.2.	Pasar di D.I. Yogyakarta.....	56
V.	KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	58
5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal dan Lokasi Pembelian	58
5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Status Pernikahan.....	59
5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Telur Ayam Omega-3 dan Alasan Mengonsumsi.....	60
5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Pendidikan.....	61
5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dan Riwayat Penyakit	62
5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi dan Pembelian Telur Ayam Omega-3.....	62
VI.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
6.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	64
6.1.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	64
6.1.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	64
6.2	Hasil Analisis Sikap Konsumen Dengan Multitribut Fishbein	65
6.3	Hasil Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen Dengan CVM	67
6.3.1	Nilai Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>) konsumen telur ayam omega-3	68
6.5.1	Hasil Analisis Faktor Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>) Telur Ayam Omega-3 dengan Regresi Linier Berganda	70
VII.	KESIMPULAN DAN SARAN	77
7.1	Kesimpulan	77
7.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....		77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1	Peta Wilayah D.I. Yogyakarta.....	54
Gambar 6.2	Grafik Perbandingan Nilai WTP Telur Ayam Omega-3 dengan Konsumen	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1	Komposisi telur ayam	5
Tabel 2.1.2	Perbandingan nutrisi yang terkandung dalam telur ayam yang diperkaya omega-3 dibandingkan dengan telur biasa.....	7
Tabel 3.8.2	Rentang Kategori Tingkat Kepercayaan dan Evaluasi Kepentingan.....	44
Tabel 3.8.2	Rentang Kategori Skala Sikap Konsumen	45
Tabel 3.8.4	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi.....	50
Tabel 4.1.1	Jumlah Populasi Ayam Buras di D.I. Yogyakarta.....	54
Tabel 4.1.1	Jumlah Populasi Ayam Broiler di D.I. Yogyakarta.....	55
Tabel 4.1.2	Jumlah Komoditas Keluar Masuk Ayam di D.I. Yogyakarta	56
Tabel 4.1.3	Jumlah Konsumsi Telur di D.I. Yogyakarta	56
Tabel 4.2	Jumlah Pasar di D.I. Yogyakarta	57
Tabel 5.1	Hasil Tabulasi Silang Domisili dan Lokasi Berbelanja	59
Tabel 5.2	Hasil Tabulasi Silang Usia dan Status Pernikahan	60
Tabel 5.3	Hasil Tabulasi Silang Jumlah Pembelian Dan Alasan Konsumsi Telur ..	61
Tabel 5.4	Hasil Tabulasi Silang Jenis Pekerjaan dan Pendidikan	61
Tabel 5.5	Hasil Tabulasi silang Pendapatan Tiap Bulan Dan Riwayat Penyakit/Alergi	62
Tabel 5.6	Hasil Tabulasi silang Frekuensi Pembelian Dan Frekuensi Konsumsi ...	63
Tabel 6.1.2	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas pada Instrumen Penelitian	65
Tabel 6.2	Hasil Sikap Konsumen Terhadap Telur Ayam Omega-3.....	66
Table 6.5.1	Faktor-Faktor Penentu Willingness to Pay Konsumen Telur Ayam Omega-3	72