

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Daging Tiruan.....	9
2.2 Atribut Produk	9
2.3 Perilaku dan Persepsi Konsumen	13
2.4 <i>Consumer Test</i>	14
2.5 <i>Hedonic Test</i> (Uji Kesukaan).....	15
2.6 Anova.....	15
2.7 <i>Fuzzy Analytical Hierarchy Process</i> (FAHP).....	16
2.8 Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.3 Alat dan Bahan Penelitian	28
3.4 Tahapan Pembuatan Produk	30
3.5 Populasi dan Sampel	32
3.6 Karakteristik Responden	34
3.7 Data Penelitian	35
3.8 Metode Pengumpulan Data	36
3.9 Metode Analisis Data	39
3.10 Tahapan Penelitian.....	47
3.11 Diagram Alir Penelitian.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Karakteristik Responden	58
4.2 Tingkat Penerimaan Konsumen.....	63
4.3 Kemauan Membeli, Mengonsumsi, dan Membayar Lebih Konsumen terhadap Nugget <i>Rhizopus oligosporus</i>	74

4.4 Penyusunan Prioritas Atribut Produk Nugget <i>Rhizopus oligosporus</i> dengan <i>Fuzzy Analytical Hierarchy Process</i>	82
4.5 Penerjemahan Keinginan Konsumen Menjadi Kebutuhan Teknis untuk Pengembangan Produk	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	110