

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kebaharuan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Hidroponik	8
2.1.2 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 <i>Marketing mix</i>	13
2.2.2 Perilaku Konsumen	17
2.2.3 Keputusan Pembelian	19
2.2.4 Pasar modern	21
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis	28
III. METODE PENELITIAN	29
3.1 Metode Dasar	29
3.2 Jenis dan Sumber data	29
3.2.1 Jenis Data	29
3.2.2 Sumber Data	29
3.3 Penentuan Lokasi dan Sampel	30
3.3.1 Lokasi Penelitian	30
3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	30

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5	Asumsi dan Pembatasan Masalah.....	32
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.7	Metode Analisis Data.....	37
3.7.1	Analisis Persepsi Responden Terhadap Indikator <i>Marketing mix</i> Sayuran Hidroponik pada Pasar modern di Kota Ambon	37
3.7.2	Analisis Deskriptif Proses Pengambilan Keputusan konsumen sayuran hidroponik di Pasar modern Kota Ambon.....	42
3.7.3	Analisis Pengaruh <i>Marketing mix</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Pasar modern Kota Ambon.....	43
3.7.4	Analisis Variabel Dominan Yang Dipertimbangkan Oleh Responden Dalam Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Pasar modern Kota Ambon.....	48
IV.	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	49
4.1	Keadaan Geografis dan Administrasi.....	49
4.2	Keadaan Penduduk	51
4.2.1	Jumlah dan Kepadatan Penduduk.....	51
4.2.2	Struktur Penduduk Berdasarkan Umur	51
4.2.3	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2.4	Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
4.2.5	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	54
4.3	Keadaan Pertanian.....	54
4.4	Profil Pasar modern.....	56
4.4.1	Indomaret Fresh.....	56
4.4.2	Fris Fresh Market	58
4.4.3	<i>Hypermarket</i> Maluku City Mall.....	59
4.4.4	Dian Pertiwi, Poka	60
4.4.5	Indogrosir	61
5.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur	63
5.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
5.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	64
5.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	65
5.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	66
VI.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
6.1	Persepsi Konsumen Sayuran Hidroponik Terhadap Indikator <i>Marketing mix</i> Di Pasar modern Kota Ambon.....	68
6.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68

6.1.2	Persepsi Konsumen Sayuran Hidroponik	70
6.1.3	Distribusi Persepsi Konsumen Terhadap Indikator <i>Marketing mix</i> Sayuran Hidroponik	76
6.2	Proses Keputusan Pembelian.....	79
6.3	Pengaruh <i>Marketing mix</i> dan Karakteristik Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Hidroponik di Pasar modern Kota Ambon	86
6.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	87
6.3.2	Hasil Regresi Linear Berganda.....	89
6.4	Faktor yang Berpengaruh Paling Dominan terhadap Keputusan Pembelian Sayur Hidroponik di Pasar modern Kota Ambon.....	101
VII.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
7.1	Kesimpulan.....	103
7.2	Saran.....	103
	DAFTAR PUSTAKA.....	105
	LAMPIRAN	115