

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan penelitian.....	6
1.5 Manfaat penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Preferensi Konsumen	8
2.2 Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	9
2.3 <i>Gluten-Free Tempe Cookies</i>	10
2.3.1 Gluten-free	10
2.3.2 Tempe	11
2.3.3 Cookies.....	12
2.4 Atribut Produk	12

2.5 Logika <i>Fuzzy</i>	14
2.6 AHP	15
2.7 Fuzzy AHP	18
2.8 <i>Contingent Valuation Method (CVM)</i>	22
2.9 Penelitian terdahulu	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	27
3.4 Atribut Penelitian	28
3.5 Metode Pengumpulan Data	32
3.6 Data yang diperlukan	32
3.6.1 Data Primer	32
3.6.2 Data Sekunder	34
3.7 Tahapan Penelitian	34
3.8 Diagram Alir Penelitian	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Profil Industri	42
4.2 Hasil Kuesioner Pendahuluan	44
4.2.1 Karakteristik Responden	45
4.2.2 Kuesioner Pendahuluan I	47
4.2.3 Kuesioner Pendahuluan II	48
4.3 Hasil Kuesioner AHP	50
4.3.1 Karakteristik Responden	50

4.3.2 Penyusunan Hirarki	53
4.3.3 Pengolahan Data Kuesioner AHP untuk Penentuan Kriteria	55
4.3.4 Pengolahan Data Kuesioner AHP Penentuan Subkriteria	67
4.4 Hasil Pembobotan <i>Fuzzy</i> AHP (FAHP) pada Prioritas Atribut dan Subkriteria	77
4.5 Kesiediaan Membayar (<i>Willingness to Pay</i>).....	84
4.5.1 Implikasi Nilai WTP terhadap Perusahaan	88
BAB V KESIMPULAN & SARAN	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	99