

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1. Jenis Aplikasi Digital dan Intensitas Penggunaan Aplikasi Digital yang Dimanfaatkan Petani untuk Pemasaran.....	8
2.1.2. Persepsi Petani tentang Manfaat Penggunaan Aplikasi Digital.....	8
2.1.3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Manfaat Penggunaan Aplikasi Digital untuk Pemasaran.....	10
2.1.4. Pengaruh Persepsi Petani terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi Digital.....	12
2.1.5. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Intensitas Penggunaan Aplikasi Digital.....	13
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. Bawang Merah.....	15
2.2.2. Pemasaran.....	16
2.2.3. Fungsi Pemasaran.....	17
2.2.4. Aplikasi Digital untuk Pemasaran.....	19
2.2.5. Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	20
2.2.6. Persepsi.....	22
2.2.7. Intensitas.....	24
2.2.8. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Manfaat Penggunaan Aplikasi Digital.....	25
2.2.9. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi Digital.....	26
2.2.10. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Intensitas Penggunaan Aplikasi Digital.....	26
2.3. Kerangka Pemikiran.....	27
2.4. Hipotesis Penelitian.....	28

III. METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Metode Dasar.....	30
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.2.1. Lokasi Penelitian.....	30
3.2.2. Sampel Penelitian.....	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4.1. Jenis Data.....	32
3.4.2. Sumber Data.....	33
3.5. Pembatasan Masalah.....	33
3.6. Konseptual dan Pengukuran Variabel.....	34
3.7. Metode Pengukuran Instrumen Penelitian.....	38
3.7.1. Skala Likert.....	38
3.7.2 Analisis Kelayakan Instrumen.....	38
3.7.2.1. Uji Validitas.....	38
3.7.2.2. Uji Reliabilitas.....	39
3.8. Metode Analisis Data.....	39
3.8.1. Metode Analisis Data untuk Menjawab Tujuan Pertama dan Kedua.....	39
3.8.2. Metode Analisis Data untuk Menjawab Tujuan Ketiga, Keempat, dan Kelima.....	42
IV. KEADAAN UMUM WILAYAH PENELITIAN.....	52
4.1. Kondisi Geografis.....	52
4.2. Kondisi Sosial Ekonomi Penduduk.....	53
4.2.1. Struktur Penduduk Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2. Struktur Penduduk Berdasarkan Pendidikan.....	54
4.2.3. Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	55
4.2.4. Kepadatan Penduduk.....	56
4.3. Kondisi Pertanian.....	57
4.3.1. Tata Guna Lahan.....	57
4.3.2. Luas Tanam dan Produktivitas Tanaman.....	58
V. KARAKTERISTIK PETANI BAWANG MERAH.....	60
5.1. Karakteristik Petani.....	60
5.1.1. Karakteristik Petani Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
5.1.2. Karakteristik Petani Berdasarkan Usia.....	61
5.1.3. Karakteristik Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	61
5.1.4. Karakteristik Petani Berdasarkan Pekerjaan Sampingan.....	62
5.2. Kegiatan Usaha Tani.....	63
5.2.1. Kegiatan Usaha Tani Berdasarkan Pengalaman Berusaha Tani.....	63
5.2.2. Kegiatan Usaha Tani Berdasarkan Luas Lahan.....	64
5.2.4. Kegiatan Usaha Tani Berdasarkan Pendapatan Usaha Tani Tanaman Bawang Merah.....	65
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
6.1. Analisis Kelayakan Instrumen.....	68

6.2. Jenis Aplikasi Digital yang Dimanfaatkan Petani untuk Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Bantul.....	70
6.3. Intensitas Penggunaan Aplikasi Digital yang Dimanfaatkan Petani untuk Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Bantul.....	74
6.4. Persepsi Petani tentang Manfaat Penggunaan Aplikasi Digital untuk Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Bantul.....	75
6.5. Analisis Jalur Model I (Faktor Penjelas Manfaat Penggunaan Aplikasi Digital).....	79
6.5.1 Uji Asumsi Klasik Model I.....	79
6.5.2. Analisis Regresi Model I.....	81
6.6. Analisis Pengaruh Langsung Faktor Sosial Ekonomi terhadap Manfaat Penggunaan Aplikasi Digital untuk Pemasaran Bawang Merah.....	83
6.7. Analisis Jalur Model II (Faktor Penjelas Intensitas Penggunaan Aplikasi Digital).....	88
6.7.1. Uji Asumsi Klasik Model II.....	89
6.7.2. Analisis Regresi Model II.....	90
6.8. Analisis Pengaruh Langsung Manfaat Penggunaan Aplikasi Digital untuk Pemasaran Bawang Merah terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi Digital.....	92
6.9. Uji Sobel.....	92
6.10. Diagram Analisis Jalur.....	94
6.11. Analisis Pengaruh.....	94
6.12. Analisis Pengaruh Tidak Langsung Faktor Sosial Ekonomi terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi Digital melalui Manfaat Penggunaan Aplikasi Digital untuk Pemasaran Bawang Merah.....	95
VII. PENUTUP.....	100
7.1. Kesimpulan.....	100
7.2. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	110