



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Batasan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Artisan.....	12
2.2 Cokelat Artisan.....	12
2.3 <i>Marketing Mix</i>	15
2.3.1 <i>Customer Solution</i> berkaitan dengan <i>Product</i>	16
2.3.2 <i>Consumer cost</i> berkaitan dengan <i>Price</i>	17
2.3.3 <i>Convenience</i> berkaitan dengan <i>Place</i>	17
2.3.4 <i>Communication</i> berkaitan dengan <i>Promotion</i>	18
2.4 Perilaku Konsumen.....	18
2.5 <i>Theory of Planned Behavior</i>	19
2.5.1 <i>Attitude</i>	20
2.5.2 <i>Subjective norm</i>	20
2.5.3 <i>Perceived Behavioral Control</i>	21



2.6 Niat Beli	21
2.7 SEM-PLS	22
2.8 Kerangka Penelitian	24
2.9 Hipotesis Penelitian	25
2.10 Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
3.2 Objek Penelitian.....	30
3.3 Jenis dan Pengumpulan Data	30
3.3.1 Data Primer	30
3.3.2 Data Sekunder.....	32
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.5 Penyusunan Variabel Penelitian.....	34
3.6 Pengolahan dan Analisis Data.....	38
3.6.1 Uji <i>Content Validity Ratio</i> (CVR).....	38
3.6.2 Konseptual Model dan Konstruksi Diagram Jalur.....	40
3.6.3 Evaluasi Model	40
3.7 Diagram Alir Penelitian	42
BAB IV	43
4.1 Profil Industri	43
4.2 Uji <i>Content Validity Ratio</i> (CVR).....	44
4.3 Karakteristik Responden	48
4.3.1 Usia Responden	48
4.3.2 Jenis Kelamin Responden	49
4.3.3 Domisili Responden.....	50
4.3.4 Pekerjaan Responden	51
4.3.5 Pendapatan Perbulan Responden	52
4.4 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	53
4.4.1 Uji Validitas.....	53
4.4.2 Uji Reliabilitas	56



4.5 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	56
4.6 Analisis Jalur	62
4.7 Pembahasan Hasil	64
4.7.1 Pengaruh <i>Customer Solution</i> terhadap Niat Beli	64
4.7.2 Pengaruh <i>Consumer cost</i> terhadap Niat Beli	65
4.7.3 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap Niat Beli.....	66
4.7.4 Pengaruh <i>Communication</i> terhadap Niat Beli.....	67
4.7.5 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap Niat Beli.....	67
4.7.6 Pengaruh <i>Subjective norm</i> terhadap Niat Beli	68
4.7.7 Pengaruh <i>Perceived behavioral control</i> terhadap Niat Beli.....	69
4.8 Rekomendasi Strategi	70
BAB V.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Berkelanjutan yang Banyak Digunakan	5
Gambar 1. 2 Alasan Menggunakan Produk Berkelanjutan	5
Gambar 2. 1 Model Struktur SEM-PLS.....	23
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3. 1 Jalur Model Koseptual Penelitian	40
Gambar 3. 2 Diagram Alir Penelitian.....	42
Gambar 4. 1 Usia responden	49
Gambar 4. 2 Jenis kelamin responden	50
Gambar 4. 3 Domisili Responden	51
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden	52
Gambar 4. 5 Penghasilan Responden.....	53
Gambar 4. 6 Model Akhir Penelitian	63



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Contoh Produk Cokelat Artisan di Yogyakarta	15
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian	34
Tabel 3. 2 Nilai Minimal CVR.....	39
Tabel 3. 3 Evaluasi Model Pengukuran	41
Tabel 3. 4 Evaluasi Model Struktural.....	41
Tabel 4. 1 Hasil Uji CVR	44
Tabel 4. 2 Instrumen Penelitian Hasil Uji CVR.....	45
Tabel 4. 3 Hasil Uji Convergent Validity	54
Tabel 4. 4 Hasil Uji Discriminant Validity.....	55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Composite Reliability	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji R-Square	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji F-Square.....	58
Tabel 4. 8 Hasil uji Q-square	58
Tabel 4. 9 Hasil Path Coefficient	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2. Content Validity Ratio	88