UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Willingness-To-Pay Konsumen terhadap Pembelian Telur Premium
Emir Efriazmi, Prof. Ir. Mujtahidah Anggriani Ummul Muzayyanah, S.Pt., M.P., Ph.D., IPU. ; Ir. Tian Jihadhan Wankar
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
PERNYATAAN v
PRAKATA vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xvi
ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN xvii
INTISARI xix
ABSTRACT xx
PENDAHULUAN 1
Latar Belakang 1
Tujuan Penelitian 4
Manfaat Penelitian 4
TINJAUAN PUSTAKA 6
Telur Sebagai Pola Konsumsi Pangan 6
Telur Premium 8
Telur Omega-3 9
Telur *Cage-free* 10
Perilaku Konsumen Terhadap Telur Premium 12
Willingness-To-Pay 13
Awareness 15

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Willingness-To-Pay Konsumen terhadap Pembelian Telur Premium
Emir Efriazmi, Prof. Ir. Mujtahidah Anggriani Ummul Muzayyanah, S.Pt., M.P., Ph.D., IPU. ; Ir. Tian Jihadhan Wankar
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Perceived Quality 17
Loyalty 18
Perceived Uniqueness 19
Demografis Konsumen 20
Segmentasi Konsumen 21
Penelitian Terdahulu 22
LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS 25
Landasan Teori 25
Hipotesis 28
MATERI DAN METODE 30
Materi Penelitian 30
Metode Penelitian 31
Penentuan sampel 31
Pengambilan data 32
Uji validitas instrumen 33
Uji reliabilitas instrumen 36
Analisis deskriptif 37
Analisis partial least squares structural equation modelling 37
Analisis klaster 39
Uji Hipotesis 42
Definisi dan batasan operasional variabel 43
HASIL DAN PEMBAHASAN 45
Karakteristik Responden Konsumen Telur Premium 45
Karakteristik responden konsumen berdasarkan jenis kelamin 45
Karakteristik responden konsumen berdasarkan usia 46
Karakteristik responden konsumen berdasarkan tingkat pendidikan 47
Karakteristik responden konsumen berdasarkan pekerjaan 49

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Willingness-To-Pay Konsumen terhadap Pembelian Telur Premium
Emir Efriazmi, Prof. Ir. Mujtahidah Anggriani Ummul Muzayyanah, S.Pt., M.P., Ph.D., IPU. ; Ir. Tian Jihadhan Wankar
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Karakteristik responden konsumen berdasarkan pendapatan 50
Pola Konsumsi Telur Omega-3 52
Frekuensi pembelian telur Omega-3 dalam 1 bulan terakhir..... 52
Pola konsumsi responden berdasarkan jumlah pembelian telur Omega-3 54
Alasan utama membeli telur Omega-3 55
Atribut yang dipertimbangkan dalam pembelian telur Omega-3 57
Persepsi kesesuaian harga telur omega-3 58
Pola Pembelian Telur *Cage-free* 59
Pengalaman pembelian telur *Cage-free* 59
Frekuensi pembelian telur *Cage-free* dalam 1 bulan terakhir..... 61
Jumlah pembelian telur *Cage-free*..... 62
Alasan pembelian telur *Cage-free* 64
Atribut yang dipertimbangkan dalam pembelian telur Cage-free 65
Persepsi kesesuaian harga telur *Cage-free*..... 66
Nilai *Willingness-To-Pay* (WTP)..... 68
Analisis nilai *Willingness-To-Pay* (WTP) telur Omega-3 68
Keyakinan responden terhadap nilai *Willingness-To-Pay* telur Omega-3..... 70
Kesediaan membeli telur Omega-3 apabila harga meningkat 15%..... 71
Analisis nilai *Willingness-To-Pay* (WTP) telur *cage-free* 72
Keyakinan responden terhadap nilai *Willingness-To-Pay* telur *cage-free* 74
Kesediaan membeli telur *Cage-free* apabila harga meningkat 15%..... 75
Capaian Indikator Psikografis..... 76
Indikator *Awareness*..... 77
Indikator *Perceived Quality* 79
Indikator *Loyalty*..... 81
Variabel *Perceived Uniqueness* 84
Faktor Determinasi Terhadap *Willingness-To-Pay* 87

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Willingness-To-Pay Konsumen terhadap Pembelian Telur Premium
Emir Efriazmi, Prof. Ir. Mujtahidah Anggriani Ummul Muzayyanah, S.Pt., M.P., Ph.D., IPU. ; Ir. Tian Jihadhan Wankar
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) 87
Perbaikan model pengukuran..... 89
Validitas konvergen..... 94
Validitas diskriminan 97
Evaluasi Model Struktural (*Inner model*)..... 99
Uji multikolinearitas 100
Koefisien Determinasi (*R-square*)..... 101
Ukuran Efek (*F-Square*) 102
Relevansi prediktif (*Q-square*)..... 104
Evaluasi kecocokan model (*model fit*) 105
Pengujian Hipotesis 106
Pengaruh *Awareness* terhadap *Willingness-To-Pay*..... 108
Pengaruh *Perceived Quality* terhadap *Willingness-To-Pay* 111
Pengaruh *Loyalty* terhadap *Willingness-To-Pay*..... 114
Pengaruh *Perceived Uniqueness* terhadap *Willingness-To-Pay*..... 116
Pengaruh usia terhadap *Willingness-To-Pay*..... 119
Pengaruh pendidikan terhadap *Willingness-To-Pay* 121
Pengaruh pendapatan terhadap *Willingness-To-Pay* 124
Willingness-To-Pay konsumen terhadap telur premium..... 126
Analisis Segmentasi Konsumen Telur Premium 130
Hasil segmentasi konsumen telur premium 131
Karakteristik variabel pada setiap segmen 132
Interpretasi segmen konsumen telur premium..... 133
Perbedaan karakteristik antarsegmen konsumen..... 135
Uji perbedaan WTP antarsegmen konsumen 136
Implikasi pemasaran berdasarkan hasil segmentasi 137
KESIMPULAN DAN SARAN..... 139

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Willingness-To-Pay Konsumen terhadap Pembelian Telur Premium
Emir Efriazmi, Prof. Ir. Mujtahidah Anggriani Ummul Muzayyanah, S.Pt., M.P., Ph.D., IPU. ; Ir. Tian Jihadhan Wankar
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Kesimpulan 139

Saran 139

RINGKASAN 141

SUMMARY 146

DAFTAR PUSTAKA..... 151

LAMPIRAN 155