

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
Intisari .....	xiii
<i>Abstract</i> .....	xiv
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1. 1. Latar Belakang .....	1
1. 2. Rumusan Masalah .....	5
1. 3. Tujuan Penelitian .....	5
1. 4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1. Tinjauan Pustaka .....	6
2.1.1 Kentang.....	6
2.1.2 Wortel.....	6
2.1.3 Pasar Modern.....	7
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Perilaku Konsumen.....	12
2.2.2. Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	13
2.2.3. Faktor-Faktor yang Menentukan Perilaku Konsumen .....	15
2.2.3.1. Faktor Budaya .....	15
2.2.3.2. Faktor Sosial.....	16
2.2.3.3. Faktor Pribadi.....	17
2.2.3.4. Faktor Psikologi .....	18
2.2.4. Karakteristik Konsumen.....	19
2.2.5. Persepsi Konsumen dan Stimuli Pemasaran .....	20
2.2.6. Bauran Pemasaran .....	20
2.3. Kerangka Pemikiran .....	21
2.4. Hipotesis Penelitian.....	23
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1. Metode Dasar Penelitian .....	24
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.2.1 Metode Penentuan Daerah dan Lokasi Sampel.....	24
3.2.2 Metode Penentuan Sampel Responden .....	25

3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3.1. Teknik Observasi.....	25
3.3.2. Teknik Wawancara.....	26
3.4. Jenis Data .....	26
3.5. Sumber Data .....	26
3.6. Definisi dan Pengukuran Variabel .....	27
3.8. Metode Analisis Data.....	29
3.8.1. Analisis Tujuan 1 .....	29
3.8.2. Analisis Tujuan 2 .....	30
3.8.3. Analisis Tujuan 3 .....	33
<b>IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
4.1. Keadaan Alam.....	37
4.2. Struktur Penduduk.....	38
4.3. Kepadatan Penduduk.....	42
4.4. Profil Pasar Modern. ....	43
<b>V. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
5.1. Karakteristik Konsumen Kentang dan Wortel .....	47
5.1.1. Tabel Silang Karakteristik Konsumen.....	54
5.1.2. Karakteristik Konsumen Dalam Hal Frekuensi & Volume Pembelian .....	59
5.1.3. Distribusi Karakteristik Konsumen Kentang Dalam Hal Frekuensi dan Volume Pembelian .....	62
5.2. Model Multiatribut Fishbein .....	70
5.2.1. Hasil Uji Validitas Kuesioner. ....	71
5.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner. ....	72
5.2.3. Hasil Analisis Multiatribut Fishbein.....	73
5.3. Analisis Faktor .....	79
5.3.1. Hasil Uji Validitas Kuesioner. ....	80
5.3.2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner. ....	81
5.3.3. Hasil Uji Analisis Faktor. ....	82
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
6.1. Kesimpulan .....	88
6.2. Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Rata-Rata Konsumsi Per Kapita Kentang dan Beras Pada Tahun 2011 - 2015 di Indonesia.....	2
Tabel 1.2.	Komposisi Kandungan Gizi Wortel per 100 g Bahan.....	3
Tabel 1.3.	Rata-Rata Konsumsi Per Kapita Beberapa Jenis Sayuran Pada Tahun 2011 - 2015 di Indonesia.....	4
Tabel 3.1.	Skala Pengukuran Likert.....	33
Tabel 4.1.	Struktur Penduduk Kota Magelang Berdasarkan Umur Tahun 2017.....	39
Tabel 4.2.	Struktur Penduduk Kota Magelang Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2017..	40
Tabel 4.3.	Struktur Penduduk Kota Magelang Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2017 (Umur 25 tahun keatas).....	41
Tabel 4.4.	Struktur Penduduk Kota Magelang Berdasarkan Mata Pencaharian Tahun 2017(Umur 15 tahun keatas).....	42
Tabel 5.1.	Distribusi Responden Konsumen Kentang dan Wortel. ....	54
Tabel 5.2.	Karakteristik Konsumen Kentang Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 5.3.	Karakteristik Konsumen Wortel Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 5.4.	Karakteristik Konsumen Kentang Berdasarkan Usia dan Pekerjaan.....	56
Tabel 5.5.	Karakteristik Konsumen Wortel Berdasarkan Usia dan Pekerjaan .....	57
Tabel 5.6.	Karakteristik Konsumen Kentang Berdasarkan Pendidikan dan Jenis Pekerjaan.....	57
Tabel 5.7.	Karakteristik Konsumen Kentang Berdasarkan Pendidikan dan Jenis Pekerjaan.....	58
Tabel 5.8.	Karakteristik Konsumen Kentang Berdasar Jenis Pekerjaan dan Tingkat Pendapatan .....	58
Tabel 5.9	Karakteristik Konsumen Wortel Berdasar Jenis Pekerjaan dan Tingkat Pendapatan .....	59
Tabel 5.10	Identitas Konsumen Kentang dan Wortel Berdasarkan Frekuensi Pembelian per Minggu.....	60
Tabel 5.11	Volume Pembelian Konsumen Kentang dan Wortel per Minggu .....	62
Tabel 5.12.	Distribusi Konsumen Kentang Dalam Hal Frekuensi Pembelian.....	63
Tabel 5.13.	Distribusi Konsumen Kentang Dalam Hal Volume Pembelian.....	65
Tabel 5.14.	Distribusi Konsumen Wortel Dalam Hal Frekuensi Pembelian. ....	67
Tabel 5.15.	Distribusi Konsumen Wortel Dalam Hal Volume Pembelian. ....	69
Tabel 5.16.	Skala Interval Kategori Model Sikap Fishbein.....	70
Tabel 5.17.	Hasil Uji Validitas Kuesioner Kentang Terhadap Tingkat Kepentingan (Ei) dan Tingkat Kepercayaan (Bi) Model Fishbein.....	71
Tabel 5.18.	Hasil Uji Validitas Kuesioner Wortel Terhadap Tingkat Kepentingan (Ei) dan Tingkat Kepercayaan (Bi) Model Fishbein. ....	72
Tabel 5.19.	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kentang dan Wortel Model Sikap Fishbein.	73
Tabel 5.20.	Kepentingan, Kepercayaan, dan Sikap Konsumen terhadap Atribut Sayuran Kentang .....	76
Tabel 5.21.	Kepentingan, Kepercayaan, dan Sikap Konsumen terhadap Atribut Sayuran Wortel. ....	79

Tabel 5.22. Statistik Deskriptif Faktor-Faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian Kentang dan Wortel. ....	80
Tabel 5.23. Hasil Uji Validitas Kuisisioner Analisis Faktor Sayuran Kentang dan Wortel. ....	81
Tabel 5.24. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Analisis Faktor.....	81
Tabel 5.25. Hasil Uji MSA Analisis Faktor Sayuran Kentang dan Wortel. ....	83
Tabel 5.26. Nilai <i>Communalities</i> Analisis Faktor.....	84
Tabel 5.27. Tabel Total Varians Terjelaskan Pada Analisis Faktor. ....	85
Tabel 5.28. Faktor <i>Loading</i> Analisis Faktor Kentang dan Wortel.....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 2.2 Tahap – Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2.3 Faktor-Faktor yang Menentukan Perilaku Pembelian Konsumen.....	19
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Analisis Perilaku Konsumen Kentang dan Wortel terhadap Keputusan Pembelian.....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Uji Validitas Skor Kepentingan Kentang (Ei) .....	95
Lampiran 2.	Uji Reliabilitas Skor Kepentingan Kentang (Ei) .....	95
Lampiran 3.	Uji Validitas Skor Kepercayaan Kentang (Bi) .....	96
Lampiran 4.	Uji Reliabilitas Skor Kepercayaan Kentang (Bi).....	96
Lampiran 5.	Uji Validitas Skor Kepentingan Wortel (Ei).....	97
Lampiran 6.	Uji Reliabilitas Skor Kepentingan Wortel (Ei).....	97
Lampiran 7.	Uji Validitas Skor Kepercayaan Wortel (Bi).....	98
Lampiran 8.	Uji Reliabilitas Skor Kepercayaan Wortel (Bi) .....	98
Lampiran 9.	Uji Validitas Skor Analisis Faktor Kentang .....	99
Lampiran 10.	Uji Reliabilitas Analisis Faktor Kentang .....	100
Lampiran 11.	Uji Validitas Skor Analisis Faktor Wortel.....	101
Lampiran 12.	Uji Reliabilitas Analisis Faktor Wortel .....	102
Lampiran 13.	Uji Nilai KMO dan Bartlett Test Analisis Faktor Kentang .....	102
Lampiran 14.	Uji Nilai KMO dan Bartlett Test Analisis Faktor Wortel.....	103
Lampiran 15.	Uji Nilai MSA Analisis Faktor Kentang.....	103
Lampiran 16.	Uji Nilai MSA Analisis Faktor Wortel .....	104
Lampiran 17.	Nilai <i>Communalities</i> Analisis Faktor Kentang .....	104
Lampiran 18.	Nilai <i>Communalities</i> Analisis Faktor Kentang .....	105
Lampiran 19.	Tabel Total Varians yang Dijelaskan dan Nilai Eigenvalues Analisis Faktor Kentang.....	105
Lampiran 20.	Tabel Total Varians yang Dijelaskan dan Nilai Eigenvalues Analisis Faktor Wortel .....	106
Lampiran 21.	Tabel <i>Rotated Component Matrix</i> Analisis Faktor Kentang .....	106
Lampiran 22.	Tabel <i>Rotated Component Matrix</i> Analisis Faktor Wortel.....	107