

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pemasaran.....	7
2.2 Perilaku Konsumen	7
2.3 Kesukaan Konsumen.....	9
2.4 Kesiediaan Membayar/ <i>Willingness to pay</i> (WTP)	10
2.5 Sayuran Organik.....	13
2.6 Pasar Komunitas	17
2.7 Atribut Produk	17
2.8 Analisis Konjoin.....	19
2.9 <i>Contingent Valuation Methode</i> (CVM).....	22
2.10 Survei Online	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Obyek dan Waktu Penelitian	28
3.2 Data Penelitian.....	28
3.3 Metode Pengumpulan Data	29
3.4 Tahapan Penelitian dan Analisis	30
3.5 Diagram Alir Penelitian.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Penelitian Terdahulu.....	45
4.2 Observasi Pendahuluan Sayuran Organik di <i>Modern Trade</i> dan Pasar Komunitas.....	45

4.3 Hasil Studi Pendahuluan Kesukaan Konsumen untuk Atribut Sayuran Organik	51
4.4 Karakteristik Responden	54
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Kuesioner.....	58
4.6 Analisis Kesukaan Sayuran Organik dengan <i>Choice Based Conjoint</i> (CBC).....	62
4.7 Analisis Kesiediaan Membayar Konsumen terhadap Sayuran Organik ..	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	82