

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	4
Manfaat	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
Persepsi Konsumen tentang Karakteristik Tempat Penjualan	6
Persepsi dan Sikap serta Niat Beli Konsumen	12
Karkas Ayam	15
Karakteristik Pasar Tradisional dan Pasar Modern	16
LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	29
Landasan Teori	29
Hipotesis	30
MATERI DAN METODE	32
Materi	32
Metode	32
Definisi Operasional Variabel	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
Karakteristik Responden	38
Pengujian Validitas Variabel Penelitian	40
Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian	43
Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	45
Pengujian Hipotesis Penelitian	48

KESIMPULAN DAN SARAN	63
Kesimpulan	63
Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
UCAPAN TERIMA KASIH	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Konsumsi protein hewani nasional hasil peternakan 2003 - 2008 (kg/kapita/tahun)	1
2. Karakteristik pasar tradisional dan pasar modern	18
3. Pembagian ritel modern dan tradisional	22
4. Kontribusi pasar tradisional terhadap pasar nasional (%)	25
5. Karakteristik responden	38
6. Analisis <i>rotated component matrix</i>	41
7. Analisis <i>rotated component matrix</i>	42
8. Korelasi antar variabel penelitian	43
9. Reliabilitas variabel penelitian	44
10. Analisis deskriptif variabel penelitian	45
11. Analisis deskriptif persepsi konsumen di pasar tradisional dan modern	47
12. Uji beda persepsi konsumen tentang pelayanan, keistimewaan fisik serta harga dan promosi pada pasar tradisional dan modern	48
13. Pengaruh persepsi konsumen tentang tempat penjualan karkas ayam ras terhadap sikap konsumen	54
14. Pengaruh sikap konsumen tentang karakteristik tempat penjualan karkas ayam ras terhadap niat beli konsumen	56
15. Hasil regresi pengaruh persepsi konsumen pada niat beli dimediasi oleh sikap konsumen (pasar tradisional)	59
16. Hasil regresi pengaruh persepsi konsumen pada niat beli dimediasi oleh sikap konsumen (pasar modern)	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner penelitian	71
2. Hasil pengujian validitas penelitian	77
3. Hasil pengujian validitas penelitian variabel tanpa menyertakan Item SK 1 dan SK 2.....	80
4. Hasil analisis korelasi variabel penelitian	82
5. Reliabilitas variabel penelitian	83
6. Karakteristik responden	86
7. Skor pengisian kuesioner untuk tipe pasar tradisonal	88
8. Skor pengisian kuesioner untuk tipe pasar modern	90
9. Analisis deskriptif variabel penelitian	92
10. Hasil pengujian MANOVA perbedaan pelayanan konsumen Keistimewaan fisik tempat penjualan serta harga dan Promosi	93
11. Hasil analisis regresi pengaruh persepsi konsumen tentang karakteristik tempat penjualan karkas ayam ras di pasar tradisional terhadap sikap konsumen	95
12. Hasil analisis regresi pengaruh persepsi konsumen tentang karakteristik tempat penjualan karkas ayam ras di pasar modern terhadap sikap konsumen	96
13. Hasil analisis regresi pengaruh sikap konsumen tentang karakteristik tempat penjualan karkas ayam ras di pasar tradisional terhadap niat beli konsumen	97
14. Hasil analisis regresi pengaruh sikap konsumen tentang karakteristik tempat penjualan karkas ayam ras di pasar modern terhadap niat beli konsumen	98
15. Hasil regresi pengaruh persepsi konsumen terhadap niat beli dimediasi oleh sikap konsumen (pasar tradisional)	99
16. Hasil regresi pengaruh persepsi konsumen terhadap niat beli dimediasi oleh sikap konsumen (pasar modern)	103