

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGAJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN ISI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
INTISARI .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
I. PENDAHULUAN .....	16
1.1 Latar Belakang .....	16
1.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan Penelitian .....	19
1.4 Manfaat Penelitian .....	19
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	20
2.1 Pemasaran .....	20
2.2 Pemasaran Daring ( <i>Internet Marketing</i> ) .....	21
2.3 Persepsi .....	24
2.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	24
2.4.1 Persepsi Kemanfaatan ( <i>Perceived of Usefulness</i> ) .....	26
2.4.2 Persepsi Kemudahan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ) .....	27
2.4.3 Persepsi Risiko .....	28
2.4.4 Niat untuk Menggunakan ( <i>Behavioral Intention to Use</i> ) .....	29
2.4.5 Adopsi ( <i>Actual System Usage</i> ) .....	29
2.5 Penelitian Terdahulu .....	31
2.6 Kerangka Pemikiran .....	34
2.7 Hipotesis .....	35
III. METODE PENELITIAN .....	37
3.1 Metode Dasar Penelitian .....	37
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	37
3.2.1 Lokasi Penelitian .....	37

3.2.2	Sampel Penelitian.....	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1	Observasi.....	38
3.3.2	Wawancara.....	38
3.3.3	Pencatatan .....	38
3.3.4	Studi Pustaka.....	38
3.4	Jenis Data .....	38
3.5	Pembatasan Masalah .....	38
3.6	Definisi dan Pengukuran Variabel .....	38
3.7	Metode Analisis Data .....	40
3.7.1	Metode Analisis Persepsi Petani terhadap Sistem Pemasaran Hasil Pertanian Secara Daring .....	40
3.7.2	Metode Analisis Variabel-variabel yang Mempunyai Hubungan dengan Niat Petani Untuk Menggunakan Sistem Pemasaran Daring .....	44
IV.	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN .....	47
4.1	Kondisi Fisik Wilayah.....	47
4.2	Keadaan Pertanian Wilayah .....	47
4.2.1	Tata Guna Lahan Pertanian.....	47
4.2.2	Luas Panen dan Produksi Tanaman Sayuran Semusim .....	49
4.2.3	Jumlah Tanaman Menghasilkan dan Produksi Tanaman Sayuran Tahunan .....	49
4.2.4	Luas Tanam dan Luas Panen Tanaman Padi dan Palawija.....	50
4.2.5	Luas Panen dan Produksi Tanaman Buah-buahan Semusim.....	51
4.2.6	Jumlah Tanaman Menghasilkan dan Produksi Tanaman Buah-buahan Tahunan .....	51
4.3	Keadaan Demografi Penduduk.....	52
4.3.1	Struktur Penduduk berdasarkan Umur .....	52
4.3.2	Struktur Penduduk berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	53
V.	KARAKTERISTIK PETANI .....	55
5.1	Luas dan Penguasaan Lahan .....	55
5.2	Tingkat Pendidikan Responden.....	56
5.3	Karakteristik Petani Daring menurut Platform Aplikasi yang Digunakan.....	57
5.4	Karakteristik Petani Daring menurut Produk Komoditas yang Dipasarkan .....	58
5.5	Karakteristik Petani Daring Kabupaten Magelang berdasarkan Umur .....	59
5.6	Karakteristik Petani Daring Menurut Pengalaman Memasarkan secara Daring.....	60
5.7	Karakteristik Petani Daring Menurut Perangkat Akses yang Digunakan .....	61
VI.	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	62



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**PERSEPSI PETANI TERHADAP SISTEM PEMASARAN HASIL PERTANIAN SECARA DARING DI  
KABUPATEN MAGELANG**

Hafid Yoga Panuntun, Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D. ; Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M.Ec.

Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

6.1	Persepsi Kemanfaatan .....	62
6.2	Persepsi Kemudahan .....	64
6.3	Persepsi Risiko .....	67
6.4	Niat untuk Menggunakan ( <i>Behavioral Intention to Use</i> ).....	69
6.4	Variabel-variabel yang Mempunyai Hubungan dengan Niat untuk Menggunakan Sistem Pemasaran Hasil Pertanian Secara Daring .....	73
6.4.1	Uji Asumsi Klasik .....	73
6.4.2	Analisis Korelasi.....	74
VII.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
7.1	Kesimpulan.....	77
7.2	Saran.....	77
	DAFTAR PUSTAKA.....	79