

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Intisari	x
Abstract	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.1.1 Tanaman Pisang	5
2.1.2 Pisang Cavendish dan Ambon	6
2.1.3 Pasar Modern	7
2.1.4 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Perilaku Konsumen	17
2.2.2 Teori Kebutuhan	18
2.2.3 Preferensi Konsumen.....	19
2.2.4 Atribut Produk	21
2.2.5 Konsep <i>Willingness to Pay</i>	22
2.2.6 Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Willingness to Pay</i>	24
2.2.7 <i>Metode Contingent Valuation (CVM)</i>	26
2.2.8 Regresi Linier Berganda	27
2.2.9 Regresi Logistik	29
2.2.10 <i>Multi Attribute Fishbein</i>	30
2.2.11 <i>Metode Conjoint Analysis</i>	31
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36
III METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Dasar	37
3.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.3 Metode Penentuan Sampel.....	38
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6 Pembatasan Masalah	40
3.7 Definisi Operasional	41
3.8 Analisis Data	43
3.8.1 Uji Validitas dan Reabilitas	44
3.8.2 Analisis Atribut Penting dalam Preferensi Konsumen.....	46
3.8.3 Analisis Kombinasi Atribut dalam Preferensi Konsumen	48
3.8.4 Analisis Nilai <i>Willingness to Pay</i>	50
3.8.5 Analisis Faktor yang memengaruhi <i>Willingness to Pay</i>	52



IV	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	58
4.1	Keadaan Alam	58
4.2	Struktur Penduduk	59
4.2.1	Struktur Penduduk Berdasarkan Umur.....	59
4.2.2	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.3	Struktur Penduduk Berdasarkan Pendidikan	61
4.3	Kepadatan Penduduk.....	62
4.4	Pertumbuhan Ekonomi Daerah Istimewa Yogyakarta	62
4.5	Profil Pasar Modern	63
4.5.1	Sejarah Hypermart Di Indonesia	63
4.5.2	Visi Dan Misi	65
4.5.3	Lokasi Penelitian	65
V	KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN	66
5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Dan Lokasi Belanja	66
5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Dan Status Pernikahan.....	67
5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Alasan Konsumsi Pisang	67
5.4	Karakteristik Responden Jumlah Anggota Keluarga Dan Jumlah Pembelian Pisang	68
5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Dan Pendidikan.....	69
5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Dan Gaya Hidup	69
5.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi Dan Pembelian Pisang	70
VI	HASIL DAN PEMBAHASAN	72
6.1	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	72
6.1.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	72
6.1.2	Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian	72
6.2	Hasil Analisis Multiatribut <i>Fishbein</i>	73
6.2.1	Analisis Atribut Dalam Preferensi Konsumen Pisang Cavendish.....	74
6.2.2	Analisis Atribut Dalam Preferensi Konsumen Pisang Ambon	75
6.2.3	Preferensi Konsumen Terhadap Pisang Cavendish Dan Ambon.....	75
6.3	Hasil Analisis Conjoint.....	77
6.3.1	Kombinasi Atribut Yang Memengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Pisang Cavendish	78
6.3.2	Kombinasi Atribut Yang Memengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Pisang Jenis Ambon	80
6.4	Hasil Analisis <i>Contingent Valuation Methode (CVM)</i>	83
6.4.1	Nilai Willingness To Pay (WTP) Konsumen Pisang Cavendish	83
6.4.2	Nilai Willingness To Pay (WTP) Konsumsi Pisang Ambon	86
6.5	Hasil Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Willingness To Pay (WTP) Konsumen Pisang Cavendish Dan Ambon.....	89
6.5.1	Hasil Analisis Faktor WTP Pisang Cavendish dengan Regresi Linier Berganda	90
6.5.2	Hasil Analisis Faktor WTP Pisang Ambon Dengan Regresi Logit.....	97
VII	KESIMPULAN DAN SARAN	105
7.1	Kesimpulan	105
7.1	Saran	105
	Daftar Pustaka.....	107
	Lampiran	113

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Varietas Pisang dari Hasil Persilangan Spesies.....	6
Tabel 2.2 Segmentasi untuk Jeruk Siam	13
Tabel 3.1 Rentang Kategori Tingkat Kepercayaan dan Evaluasi Kepentingan ..	47
Tabel 3.2 Rentang Kategori Skala Sikap Konsumen	48
Tabel 3.3 Rentang Kategori Minat Pembelian Kosumen	49
Tabel 3.4 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi.....	55
Tabel 4.1 Luas Daerah Menurut Kabupaten/Kota Provinsi D.I.Y, 2018.....	58
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kabupaten/ Kota di Provinsi D.I.Y, 2014-2018.....	59
Tabel 4.3 Struktur Penduduk Provinsi D.I.Y Menurut Usia, 2014-2018	60
Tabel 4.4 Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi D.I.Y, 2014-2018	61
Tabel 4.5 Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Provinsi D.I Y, 2014-2018	61
Tabel 4.6 Persentase Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menuru Kabupaten/ Kota di Provinsi D.I.Y, 2014-2018.....	62
Tabel 4.7 Perbandingan Pertumbuhan Ekonomi Menuru Kabupaten/ Kota di Provinsi D.I. Yogyakarta tahun 2014-2018.....	65
Tabel 5.1 Hasil Tabulasi Silang Domisili dan Lokasi Berbelanja	66
Tabel 5.2 Hasil Tabulasi silang Usia dan Status Pernikahan	67
Tabel 5.3 Hasil Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dan Alasan Konsumsi Pisang ...	67
Tabel 5.4 Hasil Tabulasi silang Jumlah Anggota Keluarga Dan Jumlah Pembelian Pisang.....	69
Tabel 5.5 Hasil Tabulasi Silang Jenis Pekerjaan Dan Pendidikan	69
Tabel 5.6 Hasil Tabulasi silang Pendapatan Tiap Bulan Dan Gaya Hidup.....	70
Tabel 5.7 Hasil Tabulasi silang Frekuensi Konsumsi Dan Pembelian Pisang	71
Tabel 6.1 Hasil Uji Validitas dan Realiabilita pada Instrumen Penelitian.....	73
Tabel 6.2 Hasil Analisis <i>Fishbein</i> pada Pisang Cavendish.....	74
Tabel 6.3 Hasil Analisis <i>Fishbein</i> pada Pisang Ambon	77
Tabel 6.4 Level Atribut dominan pada pisang Ambon dan Cavendish	78
Tabel 6.5 Nilai Kepentingan Tiap Atribut dan Nilai Utilitas Tiap Level Atribut Pisang Cavendish.....	79
Tabel 6.6 Nilai Total Utilitas dan Minat Pembelian Konsumen Terhadap Delapan Jenis Pisang Cavendish	80
Tabel 6.7 Nilai Kepentingan Tiap Atribut Dan Nilai Utilitas Tiap Level Atribut Pisang Ambon	81
Tabel 6.8 Nilai Total Utilitas Dan Minat Pembelian Konsumen Terhadap Delapan Jenis Pisang Ambon.....	82
Tabel 6.9 Faktor-Faktor yang Penentu <i>Willingness to Pay</i> Konsumen Pisang Cavendish	93
Tabel 6.10 Faktor-Faktor yang Penentu <i>Willingness to Pay</i> Konsumen Pisang Ambon.....	101



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Hirarki Kebutuhan.....	19
Gambar 2.2 Faktor yang Memengaruhi Preferensi	21
Gambar 2.3 Surplus Konsumen dan surplus produsen.....	23
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 6.1 Grafik Perbandingan nilai (Ao) Pisang Cavendish Dan Ambon	77
Gambar 6.2 Grafik Perbandingan Nilai WTP Cavendish dengan Konsumen	84
Gambar 6.3 Kurva Nilai WTP Cavendish di D.I.Yogyakarta	86
Gambar 6.4 Grafik Perbandingan Nilai WTP Ambon dengan Konsumen.....	87
Gambar 6.5 Kurva Nilai WTP Pisang Ambon di D.I.Yogyakarta.....	89