



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT KETERANGAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
INTISARI	xiv
ABSTRACT.....	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan	4
1.4. Manfaat	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1. Tinjauan Pustaka.....	6
2.2. Landasan Teori	10
2.3 Kerangka Pemikiran	18
2.4. Hipotesis	20
III. METODE PENELITIAN	21
3.1 Metode Dasar.....	21
3.2 Metode Pengambilan Sampel	21
3.3 Teknik Pengambilan Data	22
3.4 Jenis Data.....	22
3.5 Asumsi Dasar dan Batasan Masalah.....	23
3.6 Definisi Variabel dan Pengukurannya	23
3.7 Metode Analisis Data	25
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI	37



4.1. Keadaan Fisik Daerah.....	37
4.2. Keadaan Penduduk	39
V. KARAKTERISTIK RESPONDEN	44
5.1. Profil Responden	44
5.2. Perilaku Konsumen Kembang Kol dan Brokoli	45
VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	50
6.1. Preferensi Konsumen terhadap Kembang Kol dan Brokoli	50
6.2. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Berdasarkan Persepsi terhadap Kembang Kol dan Brokoli	58
VII. KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
7.1. Kesimpulan.....	78
7.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
Lampiran.....	87



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Preferensi Konsumen Terhadap Kembang Kol dan Brokoli di Kabupaten Magelang
DIWIDI KUMARA L, Sugiyarto, S.P., M.Sc. ; Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Konsumsi sayur dan buah di Indonesia	1
Gambar 2. 1. Kurva indiferensi	13
Gambar 2. 2. Kerangka pemikiran	20
Gambar 4. 1. Peta Wilayah Kabupaten Magelang	37



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Produksi kembang kol di Kabupaten Magelang tahun 2017-2019.....	2
Tabel 3. 1. Kriteria Uji Reliabilitas.....	26
Tabel 3. 2. Rentang Skala Tingkat Kepentingan dan Kepercayaan.....	28
Tabel 3. 3. Kriteria skala interval nilai sikap konsumen	28
Tabel 3. 4. Tingkatan skor skala likert untuk menilai atribut	29
Tabel 3. 5. Kriteria penilaian atribut kembang kol dan brokoli.....	30
Tabel 4. 1. Jumlah Penduduk Kabupaten Magelang Berdasarkan Umur Tahun 2020	39
Tabel 4. 2. Jumlah Penduduk Kabupaten Magelang Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2020	40
Tabel 4. 3. Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan Penduduk Usia Produktif di Kabupaten Magelang Tahun 2019	41
Tabel 4. 4. Angkatan Kerja Kabupaten Magelang yang Bekerja Menurut Status Pekerjaan Utama Tahun 2019.....	41
Tabel 4. 5. Rata-rata Pengeluaran Makanan Per Kapita Per Bulan Menurut Kelompok Komoditas Tahun 2018 di Kabupaten Magelang	42
Tabel 5. 1. Identitas Responden Konsumen Kembang Kol dan Brokoli	44
Tabel 5. 2. Persentase Konsumen Berdasarkan Lokasi Pembelian Kembang Kol dan Brokoli	46
Tabel 5. 3. Alasan Pembelian Kembang Kol dan Brokoli di Kabupaten Magelang ..	47
Tabel 5. 4. Kapasitas Pembelian Kembang Kol di Kabupaten Magelang.....	47
Tabel 5. 5. Kapasitas Pembelian Brokoli di Kabupaten Magelang	48
Tabel 5. 6. Tindakan Alternatif Konsumen terhadap Tidak Tersedianya Kembang Kol dan Brokoli di Lokasi Pembelian.....	49
Tabel 6.1. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepercayaan Kembang Kol dan Brokoli	50
Tabel 6.2. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepercayaan Konsumen terhadap Kembang Kol dan Brokoli.....	51
Tabel 6.3. Evaluasi Kepentingan Atribut Kembang Kol dan Brokoli	52
Tabel 6. 4. Tingkat Kepercayaan Atribut Kembang Kol dan Brokoli	54
Tabel 6. 5. Sikap Konsumen terhadap Atribut Kembang Kol	55
Tabel 6. 6. Preferensi Deskriptif terhadap Atribut Kembang Kol	56
Tabel 6. 7. Preferensi Deskriptif terhadap Atribut Kembang Kol	57
Tabel 6.8. Hasil Uji Validitas Variabel Skor Persepsi Konsumen terhadap Atribut Kembang Kol.....	58
Tabel 6.9. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen terhadap Kembang Kol.....	59
Tabel 6. 10. Skor Persepsi Konsumen terhadap Kembang Kol.....	60
Tabel 6. 11. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Atribut Kembang Kol.....	61
Tabel 6. 12. Hasil Deteksi Multikolinieritas Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Atribut Kembang Kol.....	62



Tabel 6. 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Atribut Kembang Kol.....	62
Tabel 6. 14. Hasil Uji Autokorelasi Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Atribut Kembang Kol	63
Tabel 6. 15. Hasil Run Test Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Atribut Kembang Kol.....	63
Tabel 6.16. Hasil Regresi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen terhadap Atribut Kembang Kol.....	64
Tabel 6.17. Hasil Uji Validitas Variabel Skor Persepsi Konsumen terhadap Atribut Brokoli	68
Tabel 6.18. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen terhadap Brokoli.....	69
Tabel 6. 19. Skor Persepsi Konsumen terhadap Brokoli	69
Tabel 6. 20. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Brokoli	70
Tabel 6. 21. Hasil Deteksi Multikolinieritas Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Atribut Brokoli.....	71
Tabel 6. 22. Hasil Uji Heteroskedastisitas Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Atribut Brokoli.....	71
Tabel 6. 23. Hasil Uji Autokorelasi Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Atribut Brokoli.....	72
Tabel 6. 24. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Atribut Brokoli.....	73