

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	4
2.1.1 Konsep Dasar Pertanian Organik.....	4
2.1.2 Prinsip-prinsip Pertanian Organik .....	4
2.1.3 Kelebihan dan Kekurangan Sistem Pertanian Organik.....	5
2.1.4 Tomat .....	6
2.1.5 Segemntasi Konsumen Berdasarkan Karaktersitik Demografi .....	7
2.1.6 Perilaku Konsumen Sayuran Organik.....	8
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	10
2.2.2 Jenis-jenis Perilaku Konsumen .....	10
2.2.3 Penetapan Merek ( <i>Branding</i> ).....	11
2.2.4 Persepsi Konsumen.....	12
2.2.5 Pengenalan Kebutuhan .....	13
2.2.6 Pencarian Informasi .....	14
2.2.7 Evaluasi Alternatif .....	15
2.2.8 Pengambilan keputusan .....	15
2.3 Kerangka Pemikiran .....	17

2.4 Hipotesis .....	19
---------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metode Dasar Penelitian.....	20
3.2 Metode Pengambilan Sampel .....	20
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	21
3.4 Sumber Data .....	21
3.5 Asumsi .....	22
3.6 Pembatasan Masalah .....	22
3.7 Definisi dan Pengukuran Variabel.....	22
3.8 Metode Analisis Data .....	24

### **BAB IV KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SAYURAN TOMAT ORGANIK**

4.1 Ketersediaan Sayuran Tomat Organik.....	30
4.2 Karakteristik Umum Responden .....	31
1. Jenis Kelamin.....	31
2. Status Pernikahan.....	32
3. Usia .....	32
4. Jumlah Anggota Keluarga .....	33
5. Jenis Pekerjaan.....	34
6. Tingkat Pendidikan .....	35
7. Penghasilan Rumah Tangga per Bulan.....	36
4.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	37
1. Pengenalan Kebutuhan .....	37
2. Pencarian Informasi .....	40
3. Evaluasi Alternatif .....	43
4. Keputusan Pembelian .....	44
5. Hasil .....	47

### **BAB V KETERKAITAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI TERHADAP FAKTOR PRIBADI SEBAGAI PENENTU PEMBELIAN**

5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Komponen Faktor Pribadi Sebagai Penentu Pembelian .....	50
5.2 Faktor Pribadi Sebagai Penentu Pembelian.....	51
5.3 Keterkaitan Karakteristik Demografi Terhadap Inventaris Keterlibatan	



Pribadi .....	52
<b>BAB VI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PRODUK SAYURAN TOMAT ORGANIK</b>	
6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Komponen Atribut Produk.....	58
6.2 Penilaian Atribut Produk Sayuran Tomat Organik .....	60
6.3 Tipe Perilaku Konsumen Produk Sayuran Tomat Organik di Kabupaten Sleman, Yogyakarta .....	61
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
7.1 Kesimpulan.....	63
7.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xi</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>