

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian	5
1.3 Manfaat Penelitian	6
1.4 Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Perilaku Konsumen	8
2.2. Pembentukan Keputusan Membeli berdasar TPB	11
2.3. SOR Model	12
2.4. Makanan Siap Santap dan Makanan Siap Masak.....	13
2.5. Makanan Olahan berbasis Ayam.....	14
2.6. Industri Makanan Olahan Ayam di Indonesia.....	16
2.7. Status Kehalalan Pangan	17
2.8. Ritel Modern	21
2.9. <i>Structural Equation Model</i>	21

2.10. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.2. Data yang Diperlukan	32
3.3. Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4. Tahapan Penelitian	33
3.5. Hipotesis Penelitian	55
3.6. Diagram Alir Penelitian	57
3.7. Diagram Alir Data	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1. Profil Responden	60
4.2. Perilaku Konsumen dalam Pembelian Makanan Olahan Ayam Bersertifikat Halal di Ritel Modern Yogyakarta	62
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
4.4. <i>Structural Equation Model</i>	74
4.5. Analisis <i>Cluster</i>	91
4.6. Penyusunan Masukan Strategi Pemasaran Makanan Olahan Ayam Bersertifikat Halal di D.I Yogyakarta.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1. Kesimpulan.....	111
5.2. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Batang Tingkat Pengeluaran Rata-rata per Kapita Sebulan 2009-2013	2
Gambar 1.2 Diagram Batang Konsumsi Daging menurut Jenis Daging Per Kapita, 2007-2011	3
Gambar 1.3 Diagram Batang Nilai Penjualan Pasar Tradisional dan Ritel Modern	5
Gambar 2.1 Hubungan antara Konsumen, Marketer, dan Pembuat Kebijakan Publik	9
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir TPB	11
Gambar 2.4 Simbol Variabel Laten	23
Gambar 3.1 Ilustrasi Hipotesis Model Perilaku Konsumen	56
Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian	57
Gambar 3.3 Diagram Alir Data	59
Gambar.4.1 Diagram Frekuensi Pembelian Konsumen	62
Gambar.4.2 Diagram Jenis Produk yang Dibeli.....	63
Gambar.4.3 Diagram Lokasi Pembelian	64
Gambar 4.4 Model Perilaku Konsumen dilengkapi Variabel Konstruk	75
Gambar 4.5 Model Perilaku Modifikasi.....	82
Gambar 4.6 Model Perilaku Termodifikasi Hasil Evaluasi	86
Gambar 4.7 Diagram Batang Usia Konsumen Tiap <i>Cluster</i>	93
Gambar 4.8 Diagram Batang Jenis Kelamin Konsumen Tiap <i>Cluster</i>	94
Gambar 4.9 Diagram Batang Pendidikan Terakhir Konsumen Tiap <i>Cluster</i> ..	95
Gambar 4.10 Diagram Batang Pekerjaan Konsumen Tiap <i>Cluster</i>	96
Gambar 4.11 Diagram Batang Penghasilan Konsumen Tiap <i>Cluster</i>	97
Gambar 4.12 Diagram Batang Pengeluaran Makan Konsumen Tiap <i>Cluster</i>	98
Gambar 4.13 Diagram Batang Ritel modern Paling Sering Dikunjungi Konsumen Tiap <i>Cluster</i>	99
Gambar 4.14 Diagram Batang Jenis Olahan Ayam Favorit Konsumen Tiap <i>Cluster</i>	100

Gambar 4.15 Diagram Batang Frekuensi Membeli Konsumen Tiap *Cluster* 101

Gambar 4.18 Visualisasi Perbedaan Karakteristik *Cluster* Konsumen 106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Tabel Perbandingan dengan Penelitian Sejenis Terdahulu	29
Tabel 3.1 Tingkat Konsumsi Per Kapita DIY 2010	34
Tabel 3.2 Persebaran Ritel Modern di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta Tahun 2013	35
Tabel 3.3 Daftar Responden Per Kecamatan	36
Tabel 3.4 Hubungan antar Variabel Laten dan Dasar Teori	37
Tabel 3.5 Hipotesis Hubungan dan Dasar Penelitian.....	56
Tabel 4.1 Profil Responden Penelitian.....	60
Tabel 4.2 Validitas Isi Pernyataan	65
Tabel 4.3 Uji Validitas Konstruk dan Reliabilitas	69
Tabel 4.4 Uji Validitas Konstruk Perbaikan	72
Tabel 4.5 Hasil Penilaian Validitas Konvergen	76
Tabel 4.6 Penilaian <i>Composite Reliability</i>	78
Tabel 4.7 Nilai <i>R-Squares</i> Model.....	78
Tabel 4.8 Pengujian Hipotesis Model	81
Tabel 4.9 Hipotesis Model Perilaku Konsumen Termodifikasi.....	76
Tabel 4.10 Nilai Validitas Konvergen Model Termodifikasi	83
Tabel 4.11 Hasil <i>Composite Reliability</i> Model Termodifikasi	83
Tabel 4.12 Nilai <i>R-squares</i> Model Modifikasi	84
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis Variabel Model Termodifikasi.....	85
Tabel 4.14 Karakteristik <i>Cluster</i> I dan II	104
Tabel 4.15 Masukan untuk Strategi Pemasaran Makanan Olahan Ayam bersertifikat Halal di Swalayan	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Survey Pendahuluan	116
Lampiran II. Hasil Survey Pendahuluan	119
Lampiran III. Kuisisioner Penelitian	122
Lampiran IV. Hasil Penyebaran Kuisisioner	128
Lampiran V. Perhitungan Analisis Kluster dengan Program SPSS	128