

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan.....	i
Pernyataan Bebas Plagiasi	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
Intisari.....	xii
Abstract.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	2
1.3. Tujuan	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka.....	5
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Perilaku Konsumen	11
2.2.2. Preferensi konsumen	15
2.2.3. Atribut produk.....	17
2.2.4. <i>Willingness to pay</i> (WTP)	18
2.2.5. <i>Contingent Valuation Method</i> (CVM)	19
2.3. Kerangka Pemikiran	21
2.4. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Metode Dasar	24
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.3. Metode Penentuan Sampel	24
3.4. Jenis dan Sumber Data	25
3.5. Metode Pengumpulan Data	25
3.6. Asumsi dan Batasan Penelitian	26
3.7. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.8. Metode Analisis Data.....	28
3.8.1. Uji Validitas	29
3.8.2. Uji Reliabilitas	29
3.8.3. Analisis Sikap Konsumen.....	30
3.8.4. Analisis Kombinasi Atribut Penting Bagi Preferensi Konsumen	32
3.8.5. Analisis Faktor yang Memengaruhi Preferensi Telur Ayam ..	35
3.8.6. Analisis Nilai <i>Willingness to Pay</i>	38
3.8.7. Analisis Faktor yang Memengaruhi WTP Telur Ayam.....	41
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	46
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
4.2. Struktur Penduduk.....	46
4.3. Pertumbuhan Ekonomi	49
4.4. Jumlah Telur Ayam Ras dan Buras	51
BAB V KARAKTERISTIK RESPONDEN PENELITIAN	52
5.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Status Pernikahan	52

5.2.	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan, Pendidikan, dan Pendapatan	53
5.3.	Karakteristik Responden berdasarkan Domisili dan Lokasi Pembelian	54
5.4.	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan dan Lokasi Pembelian Telur Ayam	56
5.5.	Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga dan Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras dan Telur Ayam Buras.....	57
5.6.	Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Konsumsi Telur Ayam dan Pendapatan	59
5.7.	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan dan Harga Telur Ayam Ras dan Buras.....	60
5.8.	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan dan Jenis Telur Ayam yang Dipilih.....	62
5.9.	Karakteristik Responden berdasarkan Domisili dan Jenis Telur Ayam yang Dipilih.....	62
BAB VI	HASIL DAN PEMBAHASAN	64
6.1.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	64
6.2.	Hasil Analisis Multiatribut Fishbein.....	65
6.2.1.	Analisis Multiatribut Fishbein pada Telur Ayam Ras.....	65
6.2.2.	Analisis Multiatribut Fishbein pada Telur Ayam Buras.....	66
6.3.	Hasil Analisis Konjoin	68
6.3.1.	Kombinasi Atribut yang Memengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Telur Ayam Ras	68
6.3.2.	Kombinasi Atribut yang Memengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Telur Ayam Buras	71
6.4.	Hasil Analisis Regresi Logistik Biner.....	72
6.5.	Hasil Analisis Contingent Valuation Method (CVM)	79
6.5.1.	Pasar hipotetik	79
6.5.2.	Nilai WTP	80
6.5.3.	Nilai Rata-Rata WTP.....	82
6.5.4.	Kurva WTP.....	84
6.5.5.	Agregasi WTP Telur Ayam.....	85
6.5.6.	Hasil Uji Hipotesis Wilcoxon	86
6.6.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
6.6.1.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness to Pay</i> Konsumen terhadap Telur Ayam Ras.....	88
6.6.2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness to Pay</i> Konsumen terhadap Telur Ayam Buras.....	94
BAB VII	PENUTUP	101
6. 1.	Kesimpulan.....	101
6. 2.	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....		102
LAMPIRAN.....		108