

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	7
2.1. Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Dasar Teori	14
2.2.1. Pertanian Organik	14
2.2.2. <i>E-commerce</i>	17
2.2.3. Preferensi Konsumen.....	18
2.2.4. Atribut.....	20
2.2.5. Sikap Konsumen	22
2.3. Kerangka Pemikiran	23
2.4. Hipotesis	25
III. METODE PENELITIAN	26
3.1. Metode Dasar.....	26
3.2. Metode Pengambilan Sampel	26
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4. Jenis Data.....	28
3.5. Asumsi Dasar dan Pembatasan Masalah	29

3.6. Definisi dan Pengukuran Variabel.....	29
3.7 Metode Analisis	31
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	38
4.1 Kondisi Geografis dan Administratif.....	38
4.1.1 Topografi.....	39
4.1.2 Geologi / Jenis Tanah.....	39
4.2 Kondisi Demografi	40
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
5.1 Uji Validitas.....	48
5.1.1 Uji Validitas Variabel Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Evaluasi.....	48
5.2 Uji Reliabilitas	49
5.2.1 Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepercayaan dan Tingkat Evaluasi.....	49
5.3 Karakteristik Konsumen	50
5.3.1 Jenis Kelamin.....	50
5.3.2 Umur	51
5.3.3 Status.....	52
5.3.4 Tingkat Pendidikan.....	53
5.3.5 Jenis Pekerjaan.....	54
5.3.6 Pendapatan	56
5.3.7 Jumlah Anggota Keluarga.....	57
5.4 Preferensi	58
5.4.1 Pilihan Jenis <i>Platform E-commerce</i>	59
5.4.3 Jenis Sayuran Organik	72
5.5 Preferensi Konsumen terhadap Atribut Sayuran Organik yang dibeli Melalui <i>E-commerce</i>	74
5.6 Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik yang dibeli Melalui <i>E-commerce</i>	83
VI. PENUTUP	98
6.1 Kesimpulan	98
6.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rentang Skala Interval Tingkat Evaluasi (ei) dan Kepercayaan (bi)	36
Tabel 3. 2 Kategori Nilai Sikap (Ao) Terhadap Keseluruhan Atribut	36
Tabel 4. 1 Luas Wilayah Kabupaten Tangerang Menurut Kecamatan Tahun 2020 ..	38
Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Kabupaten Tangerang Menurut Kecamatan Tahun 2020.....	40
Tabel 4. 3 Struktur Penduduk Kabupaten Tangerang Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin Tahun 2020.....	42
Tabel 4. 4 Angka Partisipasi Murni (APM) dan Angka Partisipasi Kasar (APK) Menurut Jenjang Pendidikan di Kabupaten Tangerang Tahun 2019 dan 2020.....	43
Tabel 4. 5 Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu yang Lalu Menurut Status Pekerjaan Utama di Kabupaten Tangerang Tahun 2020.....	46
Tabel 5. 1 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan dan Evaluasi Konsumen terhadap Atribut Sayuran Organik.....	48
Tabel 5. 2 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepercayaan dan Evaluasi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik.....	49
Tabel 5. 3 Profil Konsumen Sayuran Organik Berdasarkan Jenis Kelamin (<i>Sex Ratio</i>)	50
Tabel 5. 4 Profil Konsumen Sayuran Organik Berdasarkan Umur	51
Tabel 5. 5 Profil Konsumen Sayuran Organik Berdasarkan Status.....	53
Tabel 5. 6 Profil Konsumen Sayuran Organik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54
Tabel 5. 7 Profil Konsumen Sayuran Organik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	55
Tabel 5. 8 Profil Konsumen Sayuran Organik Berdasarkan Pendapatan.....	56
Tabel 5. 9 Profil Konsumen Berdasarkan <i>E-commerce</i> yang Digunakan untuk Pembelian Sayuran Organik	59
Tabel 5. 10 Profil Konsumen Sayuran Organik Berdasarkan Jenis Sayuran Organik yang dibeli.....	72
Tabel 5. 11 Preferensi Konsumen terhadap Atribut Sayuran Organik yang dibeli melalui <i>E-commerce</i> di Kabupaten Tangerang.....	74
Tabel 5. 12 Kepercayaan Konsumen (bi) terhadap Atribut Sayuran Organik	84
Tabel 5. 13 Evaluasi Konsumen (ei) terhadap Atribut Sayuran Organik.....	88
Tabel 5. 14 Sikap Konsumen (Ao) terhadap Atribut Sayuran Organik	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	24
Gambar 4. 1 Struktur penduduk berumur 15 tahun ke atas menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan dan jenis kegiatan selama seminggu yang lalu di Kabupaten Tangerang tahun 2020.....	44
Gambar 4. 2 Persentase struktur penduduk berumur 15 tahun ke atas menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan dan jenis kegiatan selama seminggu yang lalu di Kabupaten Tangerang tahun 2020.....	45
Gambar 5. 1 Jumlah Anggota Keluarga.....	57
Gambar 5. 2 Tampilan <i>website</i> Sayurbox	60
Gambar 5. 3 Tampilan <i>website</i> Segari.....	62
Gambar 5. 4 Tampilan <i>website</i> Carisayur	63
Gambar 5. 5 Tampilan <i>website</i> Kecipir.....	65
Gambar 5. 6 Tampilan <i>website</i> Sesa	67
Gambar 5. 7 Tampilan <i>website</i> Lojin	68
Gambar 5. 8 Tampilan <i>website</i> Shopee	69
Gambar 5. 9 Profil Konsumen Sayuran Organik berdasarkan Frekuensi Pembelian	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Responden	108
Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas	111
Lampiran 3. Tabel Frekuensi Responden	113
Lampiran 4. Preferensi Atribut Sayuran Organik yang Dibeli Konsumen Melalui <i>E-commerce</i>	116
Lampiran 5. Keyakinan/Kepercayaan, Evaluasi, dan Sikap Konsumen terhadap Atribut Sayur Organik	118