

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	17
E. Sistematika Penulisan	18

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran	19
B. Pengertian Minat Beli Kosumen	20
C. Pengertian Persepsi Kualitas	22
D. Pengertian Perilaku Konsumen	23
E. Proses Belanja Pelanggan	24
F. Pengertian Harga	24
G. Pengertian Produk Halal	25
H. Pengertian Keamanan Makanan	25
I. Pengertian Kesadaran Kesehatan	26
J. Kerangka Teori	27
K. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	32
B. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	32
C. Jenis Data Penelitian	32
1. Data Primer	32
2. Data Sekunder	33
D. Teknik Pengumpulan Data	33
E. Teknik Analisis Data	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	34

3. Uji Asumsi Klasik	34
F. Model Penelitian dan Definisi Operasional	37

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Identitas Responden	40
B. Hasil Deskriptif Kehalalan, Persepsi Kualitas, Kesadaran Kesehatan, Keamanan Makanan, dan Harga	42
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	49
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	50
1. Uji Normalitas	50
2. Uji Heteroskedastisitas	51
3. Uji Autokorelasi	53
4. Uji Multikolinearitas	53
E. Pengaruh Faktor Hehalalan, Persepsi Kualitas, Kesadaran Kesehatan, Keamanan Makanan, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bahan Makanan Organik.....	55

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	59
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL	JUDUL	HALAMAN
1.1	Daftar komoditas yang layak dikembangkan dengan system pertanian organik	4
1.2	Nama Perusahaan Pemasok Organik di Indonesia	5
1.3	Perkembangan Ritel Organik di Indonesia	6
1.4	Standar acuan produk organik negara-negara ASEAN	7
1.5	Pengetahuan Konsumen Terhadap Bahan Makanan Organik	10
1.6	Penelitian Dahulu Tentang Bahan Makanan Organik	12
3.1	Tabel Definisi Operasional	38
4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin,Usia,Pekerjaan,dan penghasilan	41
4.2	Tabel Hasil Uji Validitas N=100	47
4.3	Tabel Hasil Uji Reliabilitas N = 100	49
4.4	Hasil uji Autokorelasi	53
4.5	Hasil uji Multikolonieritas	54
4.6	Hasil Analisis Regresi	55
4.7	Tabel Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	56
4.8	Hasil Uji ANOVA	57
4.9	Hasil R Square	58

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	JUDUL	HALAMAN
1.1	Alasan Konsumen Indonesia Membeli Pangan Organik	9
1.2	Tingkat Pengetahuan Objektif Konsumen Organik	9
1.3	Jenis Pangan Organik Yang Sering Dibeli	11
2.1	Model Penelitian	27
3.1	Model Penelitian	37
4.1	Hasil Uji Normalitas	51
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	52