

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.5. Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>).....	16
2.1.2. Teori Pengambilan Keputusan (<i>Decision-Making Theory</i>).....	21
2.1.3. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	31
2.1.4. Produk	35
2.1.5. <i>Sustainable Fishing</i>	42
2.1.6. Ekolabel.....	44
2.2. Penelitian Terdahulu.....	51
2.3. Kerangka Pemikiran.....	57
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
3.1. Kriteria dan Subkriteria Penelitian.....	58
3.1.1. Kepercayaan Konsumen.....	58
3.1.2. Niat Berperilaku Konsumen.....	58
3.1.3. Efektivitas Konsumen	59
3.1.4. Norma Subjektif.....	59

3.1.5.	Harga	60
3.1.6.	Pengetahuan Konsumen	60
3.1.7.	Sikap Konsumen	61
3.2.	Jenis dan Sumber Data	63
3.2.1.	Data primer	63
3.2.2.	Data sekunder	64
3.3.	Populasi dan Sampel	64
3.4.	Metode Pengumpulan Data	65
3.5.	Metode Analisis	65
3.5.1.	<i>Analytical Hierarchy Process</i>	66
3.5.2.	<i>Fuzzy Analytical Hierarchy Process</i>	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	72
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.2.	Gambaran Umum Responden	72
4.2.	Uji Kualitas Data	75
4.2.1.	Uji Validitas	75
4.2.2.	Uji Reliabilitas	77
4.3.	Analisis Data	78
4.3.1.	Hirarki	78
4.3.2.	Deskriptif Statistik	79
4.3.3.	Implementasi Fuzzy AHP	80
4.4.	Analisis Hasil	87
4.4.1.	Analisa Hasil Perhitungan FAHP untuk Kriteria Utama	89
4.4.2.	Analisa Hasil Perhitungan FAHP dalam Kriteria Kepercayaan Konsumen	90
4.4.3.	Analisa Hasil Perhitungan FAHP antar Subkriteria dalam Kriteria Niat Berperilaku Konsumen	91
4.4.4.	Analisa Hasil Perhitungan FAHP antar Subkriteria dalam Kriteria Efektivitas Konsumen	91
4.4.5.	Analisa Hasil Perhitungan FAHP antar subkriteria dalam kriteria norma subjektif	91
4.4.6.	Analisa Hasil Perhitungan FAHP antar subkriteria dalam kriteria harga	92
4.4.7.	Analisa Hasil Perhitungan FAHP antar subkriteria dalam kriteria pengetahuan konsumen	92
4.4.8.	Analisa Hasil Perhitungan FAHP antar subkriteria dalam kriteria sikap konsumen	93
4.4.9.	Analisa Hasil Perhitungan FAHP Skala Global	93
4.5.	Interpretasi Hasil	94
4.5.1.	Faktor Kepercayaan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Tuna Kaleng Berekolabel	95

4.5.2. Faktor Niat Berperilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Tuna Kaleng Berekolabel	98
4.5.3. Faktor Efektivitas Konsumen dalam Keputusan Pembelian Tuna Kaleng Berekolabel	99
4.5.4. Faktor Norma Subjektif dalam Keputusan Pembelian Tuna Kaleng Berekolabel.....	101
4.5.5. Faktor Harga dalam Keputusan Pembelian Tuna Kaleng Berekolabel	103
4.5.6. Faktor Pengetahuan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Tuna Kaleng Berekolabel	105
4.5.7. Faktor Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian Tuna Kaleng Berekolabel.....	107
BAB V PENUTUP	109
5.1. Kesimpulan	109
5.2. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	117

