

## 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 |