

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	18
2.1.1.1 Pendekatan Kardinal	19
2.1.1.2 Pendekatan Ordinal	21
2.1.2 Teori Permintaan.....	25
2.1.2.1 Kurva Permintaan Perubahan Harga (Halal-Haram)	27
2.1.2.2 Kurva Permintaan Perubahan Pendapatan	29
2.2 Daging Sapi Mentah.....	30

2.3 Persepsi Konsumen Daging Sapi Mentah.....	32
2.4 Halal dan Haram pada Makanan Dalam Islam	34
2.4.1 Hukum Mengonsumsi Daging Sapi Dalam Islam.....	35
2.4.2 Sertifikasi Halal.....	36
2.5 Keamanan Pangan.....	38
2.5.1 Traceability	39
2.6 Valuasi Ekonomi.....	41
2.6.1 Contingent Valuation Method.....	43
2.7 Penelitian Terdahulu	45
2.8 Posisi Studi.....	48
2.9 Kerangka Pemikiran.....	50
2.10 Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	53
3.3 Populasi dan Sampel	54
3.3.1 Populasi	54
3.3.2 Sampel.....	55
3.4 Jenis dan Sumber Data	56
3.4.1 Data Primer	56
3.4.2 Data Sekunder	57
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	57
3.6 Metode Analisis Data.....	59
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	59
3.6.2 Contingent Valuation Method (CVM).....	60

3.6.3 Analisis Regresi Logistik Biner	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	68
4.1.1 Deskripsi Kondisi Daerah Penelitian	68
4.1.2 Lokasi Penelitian	69
4.1.2.1 Kondisi Umum Pasar	71
4.2 Analisis Data	75
4.2.1 Karakteristik responden	75
4.2.2 Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Daging Sapi Label Halal	81
4.2.3 Estimasi Besaran Nilai Willingness to Pay (WTP)	83
4.2.4 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen.....	91
4.3 Intepretasi Hasil	95
4.3.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	95
4.3.2 Hasil Analisis Contingent Valuation Method (CVM)	96
4.3.3 Hasil Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar (WTP)	
konsumen daging sapi yang terjamin <i>traceability</i> halalhnya.....	97
4.3.3.1 Pembahasan Hasil Regresi Logistik.....	103
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran.....	107
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	118