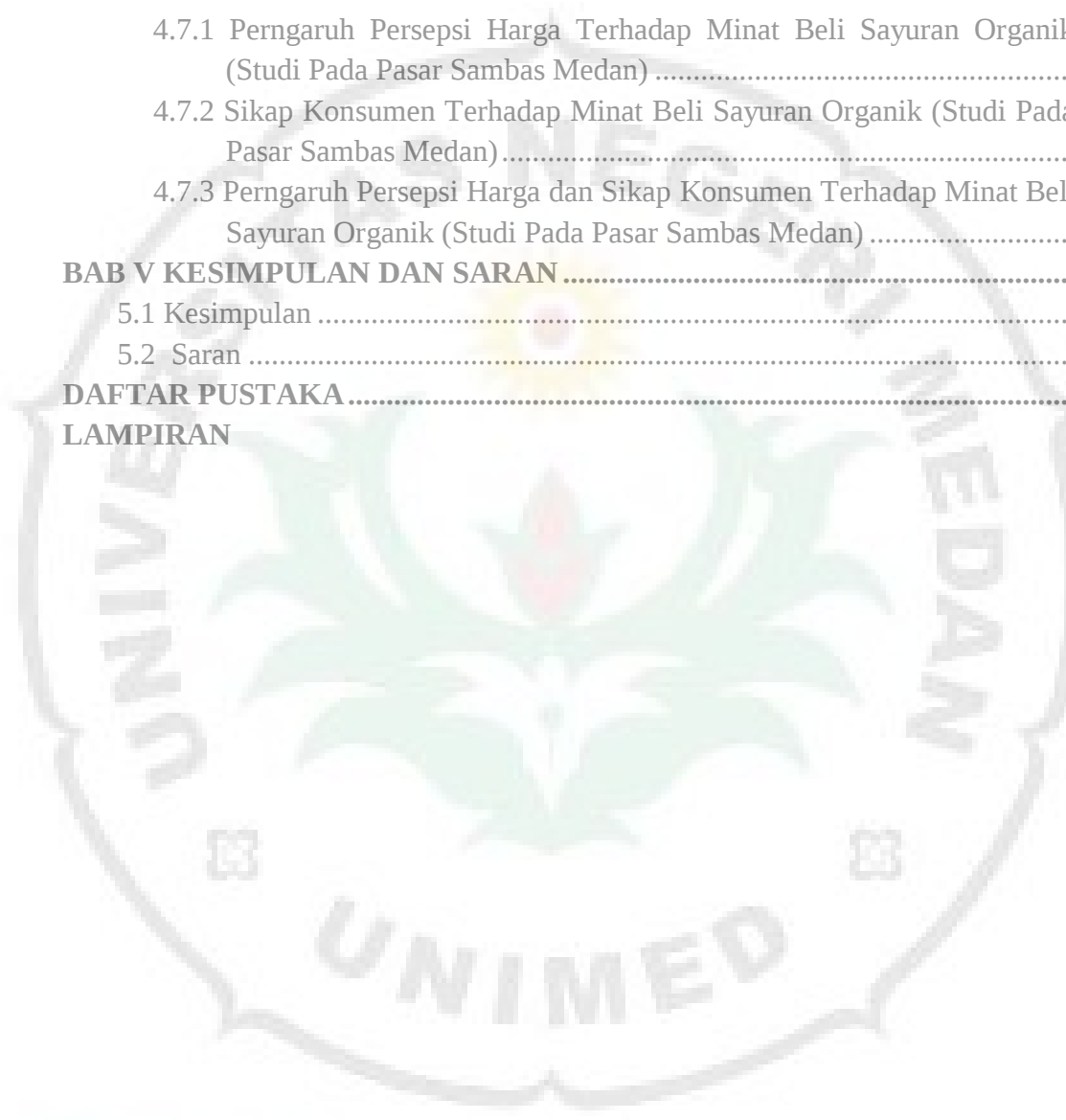


## DAFTAR ISI

|                                                        |            |
|--------------------------------------------------------|------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>                   |            |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                   | <b>i</b>   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                  | <b>ii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                            | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                              | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                             | <b>x</b>   |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....                         | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                       | 1          |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                         | 8          |
| 1.3 Pembatasan Masalah .....                           | 8          |
| 1.4 Rumusan Masalah .....                              | 9          |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....                             | 9          |
| 1.6 Manfaat Penelitian.....                            | 10         |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....                     | <b>11</b>  |
| 2.1 Kerangka Teoritis .....                            | 11         |
| 2.1.1 Minat Beli.....                                  | 11         |
| 2.1.1.1 Pengertian Minat.....                          | 11         |
| 2.1.1.2 Pengertian Minat Beli .....                    | 12         |
| 2.1.1.3 Indikator Minat Beli.....                      | 13         |
| 2.1.2 Persepsi Harga.....                              | 14         |
| 2.1.2.1 Pengertian Persepsi Harga .....                | 14         |
| 2.1.2.2 Indikator Persepsi Harga.....                  | 16         |
| 2.1.3 Sikap Konsumen .....                             | 16         |
| 2.1.3.1 Pengertian Sikap Konsumen .....                | 16         |
| 2.1.3.2 Karakteristik Sikap .....                      | 18         |
| 2.1.3.3 Fungsi Sikap .....                             | 19         |
| 2.1.3.4 Indikator Sikap Konsumen .....                 | 20         |
| 2.2 Penelitian Yang Relevan.....                       | 22         |
| 2.3 Kerangka Berfikir .....                            | 28         |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....                         | 29         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                 | <b>30</b>  |
| 3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....                  | 30         |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                          | 30         |
| 3.2.1 Populasi .....                                   | 30         |
| 3.2.2 Sampel.....                                      | 30         |
| 3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional ..... | 31         |
| 3.3.1 Variabel Penelitian .....                        | 31         |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.2 Defenisi Operasional .....                    | 31        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....                    | 32        |
| 3.5 Uji Instrumen Penelitian .....                  | 35        |
| 3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....        | 35        |
| 3.5.1.1 Uji Validitas.....                          | 35        |
| 3.5.1.2 Uji Reabilitas .....                        | 36        |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....                       | 37        |
| 3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....                       | 37        |
| 3.6.1.1 Uji Normalitas.....                         | 37        |
| 3.6.1.2 Uji Multi kolinearitas.....                 | 38        |
| 3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....               | 38        |
| 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....         | 39        |
| 3.6.3 Uji Hipotesis.....                            | 40        |
| 3.6.3.1 Uji F .....                                 | 40        |
| 3.6.3.2 Uji t .....                                 | 41        |
| 3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....    | 41        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>  | <b>43</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                          | 43        |
| 4.1.1 Sejarah PD. Pasar Kota Medan .....            | 43        |
| 4.1.1.1 Visi dan Misi PD. Pasar Kota Medan .....    | 44        |
| 4.1.1.2 Fungsi PD Pasar.....                        | 44        |
| 4.1.2 Sejarah Pasar Sambas Medan.....               | 45        |
| 4.1.2.1 Struktur Organisasi Pasar Sambas .....      | 46        |
| 4.2 Identifikasi Responden.....                     | 46        |
| 4.3 Analisis Data Penelitian.....                   | 48        |
| 4.3.1 Uji Validitas dan Realibilitas Kuesioner..... | 48        |
| 4.3.1.1 Variabel Persepsi Harga (X1) .....          | 48        |
| 4.3.1.2 Variabel Sikap Konsumen (X2).....           | 49        |
| 4.3.1.3 Variabel Minat Beli (Y).....                | 50        |
| 4.4 Teknik Analisa Data.....                        | 51        |
| 4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....                       | 51        |
| 4.4.1.1 Uji Normalitas.....                         | 51        |
| 4.4.1.2 Uji Multikolieritas .....                   | 53        |
| 4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....               | 55        |
| 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....           | 56        |
| 4.6 Uji Hipotesis .....                             | 57        |
| 4.6.1 Uji t (Parsial) .....                         | 57        |
| 4.6.2 Uji Simultan (Uji F) .....                    | 59        |
| 4.6.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....         | 60        |
| 4.7 Pembahasan Penelitian.....                      | 60        |

|                                         |                                                                                                                      |           |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.7.1                                   | Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Sayuran Organik (Studi Pada Pasar Sambas Medan) .....                    | 61        |
| 4.7.2                                   | Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Sayuran Organik (Studi Pada Pasar Sambas Medan) .....                             | 62        |
| 4.7.3                                   | Pengaruh Persepsi Harga dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Sayuran Organik (Studi Pada Pasar Sambas Medan) ..... | 62        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> |                                                                                                                      | <b>65</b> |
| 5.1                                     | Kesimpulan .....                                                                                                     | 65        |
| 5.2                                     | Saran .....                                                                                                          | 66        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             |                                                                                                                      | <b>67</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                         |                                                                                                                      |           |



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY