

**PENGARUH DEMOGRAFI, KESEHATAN, KETERSEDIAAN  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN MAKANAN ORGANIK  
(STUDI PADA MASYARAKAT DI YOGYAKARTA)**

**SKRIPSI**



**Ditulis Oleh :**

**Nama** : Aldira Okky Saktian  
**Nomor Mahasiswa** : 12311197  
**Jurusan** : Manajemen  
**Bidang Konsentrasi** : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

PENGARUH DEMOGRAFI, KESEHATAN, DAN KETERSEDIAAN  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN MAKANAN ORGANIK  
(STUDI PADA MASYARAKAT DI YOGYAKARTA)

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar  
sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

**Ditulis Oleh :**

**Nama** : Aldira Okky saktian  
**Nomor Mahasiswa** : 12311197  
**Jurusan** : Manajemen  
**Bidang Konsentrasi** : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2018

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, Desember 2018

Penulis,



**Aldira Okky Saktian**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH DEMOGRAFI , KESEHATAN, DAN KETERSEDIAAN TERHADAP NIAT  
BELI KONSUMEN MAKANAN ORGANIK

(STUDI PADA MASYARAKAT YOGYAKARTA)

Ditulis Oleh:

Nama : Aldira Okky Saktian  
Nomor Mahasiswa : 12311197  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 7 Februari 2019

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



Budi Astuti, Dra., M.Si.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH DEMOGRAFI, KESEHATAN, KETERSEDIAAN DAN NIAT BELI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MAKANAN ORGANIK ( STUDI PADA  
MASYARAKAT DI YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : **ALDIRA OKKY SAKTIAN**

Nomor Mahasiswa : **12311197**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Jum'at, tanggal: 18 Januari 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Budi Astuti, Dra., M.Si.

Penguji : Anas Hidayat, Drs., MBA., Ph.D.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Bismillahirrahmanirahim dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah Subhanahuwata'ala atas rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Karya sederhana ini ku persembahkan untuk Ayah saya yang selama ini telah banyak memberikan pembelajaran tentang bagaimana menjadi manusia yang baik berguna bagi semua orang. Untuk kedua Almarhumah Ibuku tercinta yang bahagia di Surga. Untuk kakak kandung saya yang telah banyak memantu dan memotivasi saya untuk bisa menjadi sukses selama saya masih dalam proses pembelajaran mendapatkan sarjana. Dan seluruh sahabat dan teman-teman yang telah mendukung saya agar bisa sukses.

## HALAMAN MOTTO

**“Ya Tuhan, jaganlah Engkau condongkan hati kami kepada kesesatan setelah Engkau berikan petunjuk kepada kami, dan karuniakanlah kepada kami rahmat dari sisi-Mu, sesungguhnya Engkau Maha Pemberi”**

**{Ali Imran: 8}**

**“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”**

**{Al Insyirah: 6-8}**

**“Apabila di dalam diri seseorang masih ada rasa malu dan takut untuk berbuat suatu kebaikan, maka jaminan bagi orang tersebut adalah tidak akan bertemunya ia dengan kemajuan selangkah pun”**

**{Ir. Soekarno}**

## ABSTRAK

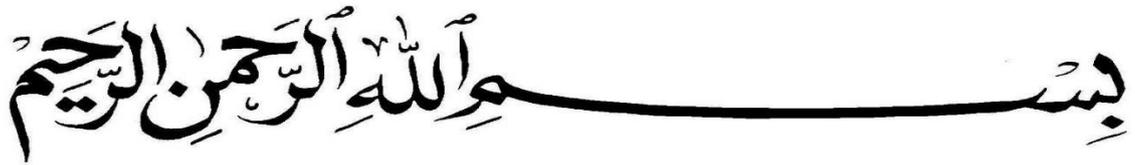
Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh demografi, kesehatan, ketersediaan dan niat beli terhadap kepuasan konsumen makanan organik pada masyarakat di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang lahir di tahun 1974 sampai 1996 yang telah mengkonsumsi makanan organik dengan menggunakan *Purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji anova dan analisis regresi linear. Hasil analisis data menunjukkan bahwa faktor demografi yang berupa jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian makanan organik, kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian makanan organik, ketersediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian makanan organik dan niat pembelian makanan organik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Kata Kunci: Demografi, Kesehatan, Ketersediaan, Niat Beli, Kepuasan Konsumen

*Abstract-This study aims to determine the influence of demography, health, availability and purchase intention on the satisfaction of organic food consumers in the people of Yogyakarta. The population in this study was the people of Yogyakarta while the sample used in this study were respondents born in 1974 to 1996 who had consumed organic food using Purposive sampling. The data analysis method used is ANOVA test and linear regression analysis. The results of data analysis showed that demographic factors in the form of gender, recent education and occupation did not have a positive and significant effect on the purchase intention of organic food, health had a significant and positive effect on the purchase intention of organic food, availability had a positive and significant effect on purchase intention of organic food and intention the purchase of organic food has a positive and significant effect on satisfaction.*

Keywords: Demography, Health, Availability, Purchase Intention, Consumer Satisfaction

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi yang berjudul “Pengaruh Demografi, Kesehatan, Ketersediaan dan Niat Beli terhadap Makanan Organik (Studi pada masyarakat DI Yogyakarta). yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen di Universitas Islam Indonesia.

Dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini, penulis tidak dapat lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik dukungan moril maupun materiil yang dicurahkan kepada penulis. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Budi Astuti, Dra., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya selama ini.
3. Agus Widarjono, SE., MA., Ph.D. selaku ketua Prodi Jurusan Manajemen.

4. Ibu Suhartini, Dra., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan juga pembantu walinya yang telah banyak membantu dalam hal pengurusan perkuliahan.
5. Seluruh dosen yang telah menyampaikan ilmunya kepada penulis selama ini, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat bagi siapa saja, khususnya bagi penulis. Aamiin.
6. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia atas bantuannya dalam proses menuntut ilmu.
7. Bapak dan ketiga Ibu yang paling aku banggakan M. Jalil Harahap dan alm. Wiwik Sutri Leksonowati, alm. Ernawati dan Zahlia yang sangat aku sayangi, terimakasih atas do'a, perhatian, kasih sayang, support yang tiada henti yang telah diberikan dari sejak aku dilahirkan di dunia dan sampai detik ini.
8. Kakakku terkasih Aditya priagung Harahap dan Reza Ananditya Harahap, terimakasih atas kasih sayang dan dukungan yang selama ini diberikan untuk selalu memberikan semangat kepadaku.
9. Untuk sahabat-sahabat terhebat yang selama ini mengiringi setiap langkah dari awal perkuliahan sampai saat ini Ruswahyu Arya Pamungkas, Raditya Azhar Kurnia ,FaishalRomdi, dan Merry Ika. Berlarilah terus untuk mencapai cita-cita kalian, *see u on top*.
10. Untuk teman-teman kumpul dulur, Garril Prasetyo, Gilang Putra Pradana, Fathan Hawari, Debby Arya, Arnantho Imani, Nur Dwiyanto, dan Yulda

Elfandani. Terimakasih buat suasana dan memori yang tak terlupakan karena kelakuan kalian guys, *see u on top*.

11. Terimakasih kepada semua pihak yang ikut berpartisipasi dalam proses penyelesaian penelitian yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian dengan berkah, rahmat serta Hidayah-Nya.

Akhir kata, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dengan harapan agar bermanfaat bagi yang berkepentingan. Semoga skripsi ini dapat dijadikan khasanah pustaka yang mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Desember 2018

Aldira Okky Saktian

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	5
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Makanan Organik</b> .....	6
<b>2.2 Faktor Demografi</b> .....	9
<b>2.3 Faktor Kesehatan</b> .....	11
<b>2.4 Faktor Ketersediaan</b> .....	13
<b>2.5 Niat Beli</b> .....	15
<b>2.6 Kerangka Penelitian</b> .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	18
<b>3.1 Lokasi Penelitian</b> .....	18

<b>3.2 Definisi Operasional Variabel</b> .....	19
<b>3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data</b> .....	19
<b>3.4 Populasi dan Sampel</b> .....	20
<b>3.5 Metode Analisis Data</b> .....	22
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	22
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif.....	23
3.5.3 Uji Validitas .....	24
3.5.4 Uji Reliabilitas .....	25
<b>3.6 Uji Beda T-test dan One Way Anova</b> .....	26
<b>3.7 Uji Asumsi Klasik</b> .....	26
3.7.1 Uji Normalitas Data .....	26
3.7.2 Uji Multikorelasi .....	27
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	28
<b>3.8 Analisis Regresi Linear Berganda</b> .....	28
3.8.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	29
3.8.2 Uji t (Parsial).....	30
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	31
<b>4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian</b> .....	31
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	31
4.1.2 Reliabilitas .....	32
<b>4.2 Gambaran Umum Responden</b> .....	33
4.2.1 Responden Berdasarkan jenis Kelamin .....	33
4.2.2 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	34
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
<b>4.3 Deskriptif Hasil Jawaban Responden</b> .....	35
4.3.1 Analisis Penilaian responden .....	35
<b>4.4 Uji Anova</b> .....	38

4.4.1 Demografi terhadap Niat Pembelian Makanan Organik.....	39
4.4.2 Uji F .....	39
<b>4.5 Analisis Regresi .....</b>	<b>41</b>
4.5.1 Analisis Regresi Berganda .....	42
<b>4.6. Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>45</b>
4.6.1 Uji Normalitas.....	45
4.6.2 Uji Multikorelasi .....	46
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
<b>4.7. Pembahasan .....</b>	<b>48</b>
4.7.1 Demografi terhadap Niat Pembelian Makanan Organik.....	48
4.7.2 Kesehatan terhadap Niat Pembelian Makanan Organik .....	49
4.7.3 Ketersediaan terhadap Niat Pembelian Makanan Organik .....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>51</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>51</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

4.1 Validitas .....	32
4.2 Reliabilitas .....	33
4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	34
4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	35
4.6 Penilaian Responden Kesehatan .....	36
4.7 Penilaian Responden Ketersediaan .....	37
4.8 Uji Anova Pada Demografi Terhadap Niat Pembelian Makanan Organik .....	39
4.9 Hasil Uji t .....	40
4.10 Regresi Linear Berganda.....	42
4.11 Hasil Koefisien Determinasi .....	43
4.12 Hasil Koefisien Determinasi .....	43
4.13 Hasil Uji Normalitas .....	44
4.14 Data Hasil Uji Multikorelasi .....	45

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Penelitian .....	17
Gambar 1. Scatterplot.....	46

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Selama empat dekade terakhir, peningkatan progresif tentang kesadaran lingkungan telah muncul dengan masalah utamanya adalah kerusakan lingkungan (Grant, 2007). Burhanuddin (2016) pembangunan ekonomi yang berbasis sumber daya alam yang tidak memperhatikan aspek kelestarian lingkungan pada akhirnya akan berdampak negatif pada lingkungan itu sendiri, karena pada dasarnya sumber daya alam dan lingkungan memiliki kapasitas daya dukung yang terbatas. Dengan kata lain, pembangunan ekonomi yang tidak memperhatikan kapasitas sumber daya alam dan lingkungan akan menyebabkan permasalahan pembangunan dikemudian hari.

Kerusakan lingkungan disebabkan oleh beberapa faktor antara lain karena perilaku manusia yang tidak memikirkan kondisi lingkungan dan hanya melihat keuntungan sepihak. Dampak kerusakan lingkungan ditandai dengan adanya pemanasan global yang menyebabkan iklim bumi menjadi tidak menentu dan penipisan lapisan ozon yang disebabkan oleh peningkatan kadar *clorofluorocarbon* (CFC) yang nantinya secara tidak langsung menyebabkan risiko kanker kulit. Hal inilah yang membuat masyarakat mulai peduli terhadap lingkungan. Masyarakat mulai mengubah gaya hidup mereka menjadi gaya hidup hijau.

Gaya hidup hijau merupakan gaya hidup ramah lingkungan dengan mengurangi penggunaan barang-barang atau produk yang dapat merugikan ataupun

berbahaya bagi lingkungan. Salah satu jenis gaya hidup ramah lingkungan adalah dengan mengkonsumsi makanan organik. Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang dibutuhkan setiap saat dan memerlukan pengelolaan yang baik agar bermanfaat bagi tubuh. Makanan adalah salah satu bagian terpenting untuk kesehatan tubuh manusia. Makanan yang dikonsumsi secara higienis mengandung asupan gizi yang diperlukan oleh tubuh seperti vitamin, protein, dan karbohidrat. Sedangkan pada pengolahan bahan makanan yang tidak higienis dapat menimbulkan kuman dan bakteri berbahaya yang nantinya bisa menjadi sumber penyakit.

Pada saat ini pandangan akan makanan pun telah berubah, tidak sekedar untuk mengenyangkan, enak, akan tetapi makanan haruslah bergizi dan sangat menyehatkan. Salah satu cara untuk mendapatkan makanan berkualitas dan memiliki kandungan gizi yang baik adalah dengan memilih mengkonsumsi makanan organik. Makanan organik merupakan produk yang aman bagi lingkungan dan kesehatan. Proses produksinya menggunakan metode ramah lingkungan yang tidak melibatkan pestisida dan pupuk kimia serta tidak mengandung organisme hasil rekayasa genetika dan zat aditif makanan (Paul dan Rana, 2012).

Saat ini produk-produk makanan organik mulai banyak dijumpai di pasaran. Beberapa pelaku pasar tertarik untuk menjual produk makanan organik dikarenakan adanya isu-isu lingkungan seperti pelestarian lingkungan dan keinginan untuk menjadikan dunia lebih hijau. Selain itu popularitas makanan organik dipicu oleh adanya kesadaran konsumen tentang kesehatan dan perlindungan lingkungan. Dengan demikian konsumen akan percaya bahwa dengan mengkonsumsi makanan organik, dapat membuat gaya hidup mereka menjadi semakin baik dan sehat.

Hanya segmen konsumen tertentu yang bersedia membayar tinggi untuk produk organik (Doorn dan Verhorf 2011). Oleh karena itu pembelian produk organik dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Konsumen tertentu yang menginginkan perbaikan kualitas hidup serta sikap melindungi lingkungan inilah yang disebut dengan perilaku ekologi. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain yaitu faktor demografi, manfaat bagi kesehatan, serta ketersediaan dari makanan organik tersebut. Dan untuk selanjutnya faktor-faktor inilah yang nantinya akan mempengaruhi niat beli konsumen pada makanan organik.

Paul dan Rana (2012) mengatakan bahwa konsumen khawatir tentang dampak kerusakan lingkungan terhadap kesehatan dan keamanan mereka. Kekhawatiran tersebut memaksa pemasar untuk mengkaitkan masalah lingkungan di dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan selanjutnya diambil berdasarkan dua hal yaitu kesehatan dan kepercayaan. Kesehatan meliputi kesadaran akan aman tidaknya makanan tersebut untuk dikonsumsi, sedangkan kepercayaan meliputi kesadaran akan jaminan yang diberikan oleh produk tersebut.

Konsumen membeli makanan organik terutama dikarenakan mereka peduli dengan kesehatan dan karena pengaruh sosial (Doorn dan Verhorf 2011). Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli produk makanan organik, mereka akan melakukan evaluasi terlebih dahulu untuk mendapatkan informasi detail produk. Tindakan tersebut merupakan salah satu indikator adanya niat beli dari konsumen. Doorn dan Verhorf (2011) menyebutkan bahwa pada dasarnya untuk menggunakan produk organik konsumen akan mencari informasi lebih lanjut yang berkaitan dengan produk organik yang akan mereka beli.

Niat beli menunjukkan kesiapan konsumen dalam melakukan tindakan tertentu dan dianggap sebagai dampak langsung dari satu perilaku. Niat beli ini muncul karena adanya keinginan untuk memiliki satu produk atau jasa. Dalam prosesnya, konsumen akan mencari informasi mengenai produk yang mereka inginkan. Informasi tersebut berkaitan dengan manfaat yang akan diberikan oleh produk. Selain itu pencarian informasi tersebut juga digunakan untuk mengetahui ada tidaknya bahan-bahan yang dapat merugikan mereka. Niat beli inilah yang mendasari konsumen untuk melakukan keputusan membeli produk makanan organik.

Dari permasalahan-permasalahan diatas-lah yang mendasari peneliti untuk mengangkat materi penelitian tentang **“Pengaruh Demografi, Kesehatan, Ketersediaan terhadap Niat Beli Konsumen Makanan Organik (Studi pada Masyarakat DI Yogyakarta).”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah demografi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli makanan organik?
2. Apakah kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli makanan organik?
3. Apakah ketersediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli makanan organik?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah tentang pengaruh demografi, manfaat kesehatan, ketersediaan terhadap niat beli makanan organik (studi pada masyarakat DI Yogyakarta).

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh demografi terhadap niat beli makanan organik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesehatan terhadap niat beli makanan organik.
3. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan terhadap niat beli makanan organik.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mahasiswa khususnya tentang pengaruh faktor demografi, manfaat kesehatan, ketersediaan terhadap niat beli.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi serta minat beli masyarakat, khususnya mahasiswa, tentang produk makanan organik dilihat dari segi demografi, kesehatan dan ketersediaan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Kajian pustaka ini dimaksudkan untuk mendokumentasikan dan mengkaji berbagai teori, konsep, anggapan dasar serta hubungan antar variabel yang digunakan pada penelitian.

Berdasarkan jurnal penelitian oleh Paul dan Rana (2012) menyatakan bahwa kesehatan, ketersediaan dan demografi berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen pada produk makanan organik sehingga tingkat kepuasan seseorang yang mengkonsumsi makanan organik lebih tinggi dari pada makanan anorganik.

#### **2.1 Makanan Organik**

Kualitas dan keamanan menjadi faktor penting dalam menentukan dan mengkonsumsi makanan. Makanan yang kualitas dan keamanannya terjamin dapat memberikan kesehatan bagi konsumen. Ketakutan terhadap kualitas dan keamanan makanan telah meningkat beberapa tahun belakang ini yang mencakup niat beli makanan dan aspek-aspek pertanian (Buzby, 2001). Timbulnya kesadaran konsumen terhadap dampak negatif dari produk yang tidak ramah lingkungan akan berpengaruh pada pasar. Di Indonesia, produk makanan dapat dikatakan *organic producer* jika memenuhi beberapa persyaratan. Produk organik harus diregulasi dimana regulator mempunyai kewenangan penuh dalam mengatur produk/pangan organik di Indonesia. Berdasarkan Sistem Pangan Organik yang diatur dalam Standar Nasional Indonesia (SNI) 016729-2002, pangan organik

adalah berupa tanaman dan produk segar tanaman, produk pangan segar dan produk pangan olahan, ternak dan produk peternakan yang diproduksi secara organik dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi manusia. Sementara itu, pertanian organik adalah sistem manajemen produksi holistik yang meningkatkan dan mengembangkan kesehatan agroekosistem, termasuk keragaman hayati, siklus biologi dan aktivitas biologi tanah. Pertanian organik juga lebih memberikan dampak ekonomi lebih bagus. Hal ini karena untuk membuat lahan pertanian organik hanya menggunakan biaya yang lebih rendah, namun dapat memberikan profitabilitas yang lebih tinggi. Dalam membuat lahan pertanian organik dapat dicapai dengan cara-cara kultural, biologis dan mekanis yang merupakan kebalikan dari penggunaan bahan-bahan sintetis, selain itu juga memenuhi fungsi spesifik dalam suatu sistem yang telah distandarisasi oleh pemerintah.

Berdasarkan sistem produksinya, SNI tentang Sistem Pangan Organik mengelompokkan produk pangan organik menjadi tanaman dan produk tanaman, produk ternak dan hasil peternakan. Hambatan lain yang dihadapi pertanian organik antara lain : 1) belum ada insentif harga yang memadai untuk produsen produk pertanian organik, 2) perlu investasi mahal pada awal pengembangan karena harus memilih lahan yang benar-benar steril dari bahan agrokimia, 3) belum ada kepastian pasar, sehingga petani enggan memproduksi komoditas tersebut (Mayrowani, 2012).

Ciri-ciri lainnya yaitu terdapat lubang-lubang di antara lembar daun sayuran biasanya disebabkan pertanian organik tak menggunakan pestisida untuk

mengatasi hama. Namun, meski terdapat lubang-lubang, penampilan sayuran hijau organik umumnya berwarna lebih menarik, tajam, dan segar. Rasa yang dihasilkan pun berbeda dengan produk pertanian biasa. Sejumlah konsumen produk organik pun mengakui rasa wortel organik lebih lezat dan tak berbau. Bahkan, ketika diolah menjadi jus, wortel akan terasa lebih nikmat.

Manfaat yang diperoleh dalam mengonsumsi pangan organik adalah untuk kesehatan (Chakrabarti, 2010) makanan organik mengandung zat antioksidan dan serat yang penting serta kadar nitrat lebih rendah yang dapat mengurangi tekanan darah, mengurangi resiko penyakit jantung dan stroke, penangkal kanker dan kepikunan serta untuk menjaga kesehatan pencernaan karena mampu mengikat zat racun, kolesterol, dan kelebihan lemak sehingga dapat mencegah berkembangnya sumber penyakit. Produk organik jauh lebih menyehatkan karena tidak ada racun yang menempel sehingga vitamin dan mineral dapat optimal diserap tubuh. Tampilan produknya juga lebih segar dan tahan lama dan di samping itu, produk organik sangat aman dimakan langsung dan terasa lebih manis karena tidak menggunakan unsur kimia dalam pengembangannya.

Degutis (2017) memberi penjelasan tentang pemahaman bagaimana faktor psikososial yang berbeda terkait dengan sikap konsumen terhadap fungsi dari makanan organik dan konvensional. Lebih khusus lagi, konsumen yang sadar kesehatan cenderung akan menunjukkan keinginan yang tinggi untuk membeli makanan organik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang berorientasi kesehatan memiliki sikap positif terhadap makanan organik

Ketersediaan merupakan salah satu faktor utama yang mendorong beli makanan organik. Meskipun saat ini jumlahnya masih sangat sedikit bila dibandingkan dengan makanan non organik. Keterbatasan pasokan dan distribusi yang belum merata menjadikan satu hambatan kurangnya pasokan dan distribusi. Hal ini disebabkan oleh masih terbatasnya penerapan pertanian organik di Indonesia.

Faktor demografi dalam makanan organik juga diperlukan untuk memberi gambaran mengenai kecenderungan minat berdasarkan karakteristik tertentu. Karakteristik individu dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan yang dimiliki oleh konsumen.

Niat beli menunjukkan reaksi emosional yang dihasilkan dari evaluasi keseluruhan konsumen terhadap suatu produk, dan juga yang menunjukkan kemungkinan bahwa konsumen ingin membeli atau tidak produk makanan organik. Cranfield, Henson, dan Holliday (2009) mengungkapkan manfaat yang diperoleh paling tinggi dari pertanian organik yaitu alam, karena alam tidak terkena dampak dari paparan bahan kimia pertanian serta memperbaiki kualitas makanan yang diproduksi.

## **2.2 Faktor Demografi**

Demografi merupakan aspek yang memiliki perbedaan preferensi dalam memilih makanan organik. Penelitian do Paco dan Raposo (2009) menggambarkan bahwa konsumen yang membeli produk makanan organik berbeda secara signifikan dibandingkan dengan konsumen konvensional lainnya. Konsumen makanan organik di Costa Rica lebih banyak yang berumur

pertengahan, berpendapatan tinggi, dan berpendidikan tinggi (Gonzalez, 2009). Konsumen yang berusia tua lebih sadar akan produk hijau (makanan organik) dalam penelitian Rimal, etal. (2005) menunjukkan konsumen yang lebih tua ternyata membeli lebih sedikit produk organik dibandingkan dengan usia yang muda di Inggris.

Perbedaan preferensi tentang makanna organic berdasarkan faktor demografi seperti jenis kelamin, pendidikan, usia dan pekerjaan dapat mempengaruhi bagaimana seseorang menilai suatu produk (Paul dan Rana, 2012). Faktor demografi diperlukan untuk memberi gambaran kecenderungan minat berdasarkan karakteristik tertentu. Karakteristik individu dalam penelitian ini meliputi : jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan.

Menurut Prihatingsih (2008) laki-laki dan perempuan memiliki pola pengambilan keputusan yang berbeda satu sama lain. Proses pengambilan keputusan laki-laki cenderung untuk mengambil jalan lurus mengikuti tahap yang runut. Sementara itu, pola pengambilan keputusan perempuan cenderung maju ke depan dan melampaui beberapa siklus, namun sesekali melompat ke tahap sebelumnya untuk mempertimbangkan kembali keputusannya dengan menggabungkan informasi baru. Laki-laki bertujuan untuk mendapatkan solusi yang tepat, sementara wanita bertujuan mencari jawaban yang sempurna.

Hasil penelitian Doorn dan Verhorf (2011) menunjukkan bahwa segmen konsumen tertentu yang bersedia membayar tinggi untuk produk organik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen enggan membayar produk organik.

Status sosial tertentu yang mau membayar harga mahal untuk produk organik, dan konsumen tertentu yang peduli akan kesehatan mereka.

Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Paul dan Rana (2012) menyimpulkan bahwa faktor pendidikan dan pekerjaan juga mampu mempengaruhi niat beli masyarakat untuk mengkonsumsi makanan organik. Masyarakat yang mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi akan cenderung lebih menyukai mengkonsumsi makanan organik. Begitu pun dalam hal pekerjaan yang dimiliki konsumen. Semakin besar pendapatan yang diterima atas profesi yang dimiliki konsumen, maka akan mempengaruhi niat dalam mengkonsumsi makanan organik.

Pada penelitian ini akan dibahas sejauh mana faktor demografi yang terdiri dari jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan dalam mempengaruhi niat konsumen untuk mengkonsumsi makanan organik. Sehingga selanjutnya akan mengarah kepada kepuasan yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri.

Adapun hipotesis yang disusun oleh peneliti terkait pengaruh demografi terhadap niat beli makanan organik adalah sebagai berikut :

**H1 : Demografi berpengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian makanan organik.**

### **2.3 Faktor Kesehatan**

Kebutuhan pangan di Indonesia saat ini didominasi oleh makanan-makanan konvensional yang tidak menyehatkan. Saat ini masyarakat mulai sadar untuk mengganti makanan mereka dengan makanan organik. Beras merah, beras organik, sayur dan buah-buahan organik adalah produk pangan yang melimpah di

Indonesia. Kemajuan zaman akan menuntun manusia untuk hidup lebih sehat, sehingga mereka lambat laun akan berpaling ke makanan organik yang dapat menjaga kesehatan mereka.

Banyak konsumen percaya bahwa makanan organik mengandung kadar nutrisi lebih tinggi dibandingkan dengan makanan non organik. Motif utama yang diberikan makanan organik adalah konsumen yang tetap sehat, bebas dari bahan kimia dan ramah lingkungan. Kanker adalah salah satu penyakit yang paling rentan akibat memakan produk yang memakai residu pestisida (Shu, Chiao dan Chen, 2015).

Konsumen organik selalu menghindari makanan yang bisa merusak kesehatan, dan merusak lingkungan selama produksi. (do Pacoetal., 2008). Liu (2000) meneliti perilaku mahasiswa membeli dan perilaku konsumsi produk organik dengan memakai model *Theory of Reasoned Action*, dengan menambahkan variabel kesehatan, keamanan makanan dan nutrisi, serta kesadaran akan kesehatan. Demikian juga penelitian Sylwia Zakowska dan Biemans (2011) yang menyebutkan bahwa konsumen organik di Polandia juga menganggap makanan organik menyehatkan dan lebih aman bagi tubuh. Baker, Thompson dan Engelk (2004) mengeksplorasi alasan mengapa demografi di Inggris dan Jerman berbeda meskipun kedua kelompok konsumen memegang sikap yang sama tentang makanan organik memperlihatkan hierarki dominan dan pemetaan proses kognitif serta ditemukan kesamaan sehubungan dengan nilai kesehatan, kesejahteraan dan kenikmatan hidup.

Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Paul dan Rana (2012) menjelaskan bahwa makanan organik yang sudah jelas lebih menyehatkan dan memiliki rasa yang lebih lezat dibandingkan dengan makanan anorganik. Di Indonesia ketersediaan makanan organik masih terbatas. Makanan organik banyak diminati oleh masyarakat di perkotaan yang semakin sadar akan kesehatan. Makanan organik juga banyak dijumpai di pasar-pasar modern daerah perkotaan. Paul dan Rana (2012) menyebutkan bahwa kesehatan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen memilih produk organik, yaitu karena makanan organik lebih sehat, nutrisi yang dikandung produk organik lebih tinggi dan untuk investasi kesehatan jangka panjang. Penelitian Degutis (2017) menunjukkan bahwa konsumen yang sadar kesehatan cenderung akan menunjukkan keinginan yang tinggi untuk membeli makanan organik, dengan ini maka konsumen yang berorientasi kesehatan memiliki sikap positif terhadap makanan organik

Adapun hipotesis yang disusun oleh peneliti terkait pengaruh kesehatan terhadap niat beli makanan organik adalah sebagai berikut :

**H2 : Kesehatan berpengaruh positif signifikan niat beli makanan organik.**

## **2.4 Faktor Ketersediaan**

Faktor ketersediaan barang merupakan gambaran mengenai sejauh mana kemudahan konsumen didalam membeli ataupun menjumpai suatu produk (makanan organik). Ketersediaan penting untuk memilih makanan organik (Paul dan Rana (2012)). Supermarket konvensional saat ini telah memperhatikan perkembangan popularitas produk organik, dan telah menambahkan makanan

organik ke dalam rak-rak mereka. Peningkatan pemasaran produk organik dapat melalui supermarket konvensional dan outlet ritel besar. Selain itu, tempat-tempat tradisional dan toko-toko khusus juga membuat produk makanan organik mudah diakses oleh para konsumen (Paul dan Rana, 2012).

Adanya ketersediaan produk-produk organik tersebut, dapat dilihat dari kemudahan mendapatkan produk organik dimana saja, konsumen dapat dengan mudah menemukan dan membeli produk organik. Paul dan Rana (2012) menyebutkan bahwa kemudahan dalam mendapatkan sebuah produk merupakan kategori produk tersebut tersedia di pasaran.

Ketersediaan merupakan salah satu faktor utama yang mendorong niat beli. Banyak negara berkembang yang mempunyai permasalahan terkait permintaan dan ketersediaan makanan organik dikarenakan kurangnya akses terhadap informasi pasar. Untuk mengatasi kasus tersebut maka diperlukan suatu upaya penambahan stok yang beredar di pasaran, yakni dengan cara menambah jumlah outlet penjual makanan organik, melengkapi jenis macam makanan organik, serta memperbanyak stok untuk makanan organik tertentu yang sekira banyak diminati oleh sebagian besar konsumen. Suatu penelitian di Amerika menunjukkan kurangnya persediaan makanan organik di kalangan penduduk Afrika-Amerika berkaitan dengan tingkat permintaan makanan organik. (Zepeda, Chang Hui-Shung dan Leviten-Reid, 2004). Penelitian Paul dan Rana (2012) menunjukkan bahwa ketersediaan dari suatu produk dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam membeli produk organik. Zanoli and Naspetti (2002) menyebutkan bahwa alasan penting seseorang tidak melakukan pembelian

terhadap produk organik dikarenakan produk organik tersebut tidak tersedia dan tingginya harga dari produk organik tersebut.

Adapun hipotesis yang disusun oleh peneliti terkait pengaruh ketersediaan terhadap niat beli makanan organik adalah sebagai berikut :

**H3 : Ketersediaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli makanan organik.**

## **2.5 Niat Beli**

Semakin baik sikap terhadap perilaku, semakin kuat niat individu untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Sikap terhadap perilaku mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan atau penilaian dari perilaku yang bersangkutan. Menurut teori perilaku yang direncanakan, kinerja perilaku adalah fungsi bersama dari niat dan kontrol perilaku yang dirasakan. (Tarkiainen dan Sundqvist, 2014). Dalam penelitian Tarkiainen dan Sundqvist (2014) niat beli merupakan niat membeli makanan organik menjadi perilaku pembelian produk organik, selain itu hasil penelitiannya menunjukkan bahwa niat beli dapat diprediksi dari sikap, norma dan perilaku mereka.

Espejel et al., (2008) menyebutkan bahwa niat beli merupakan suatu konsep didalam pemasaran, selain itu niat membeli adalah proyeksi masa depan tentang perilaku konsumen yang secara signifikan akan membantu membentuk sikapnya dalam melakukan suatu pembelian atau tidak melakukan pembelian. Jika kita menganalisis aspek-aspek dasar dari model sikap Assael dalam Espejel et al.,

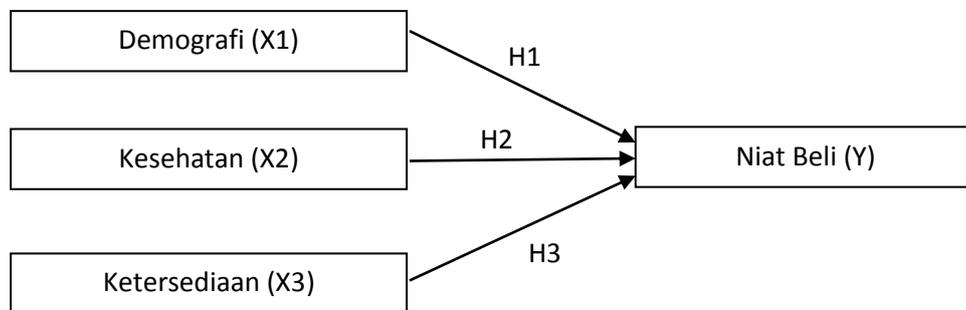
(2008), kita dapat menyatakan bahwa sikap dikembangkan sebagai hasil kombinasi dari tiga elemen mendasar:

- Elemen kognitif. Ini mencerminkan pengetahuan dan keyakinan individu mengenai produk atau layanan tertentu
- Elemen afektif. Itu muncul sebagai konsekuensi dari emosi atau perasaan individu terhadap produk atau layanan.
- Elemen konatif atau perilaku. Ini akan menjadi ekspresi dari niat membeli konsumen

Perilaku niat beli adalah titik kunci penting bagi konsumen selama mempertimbangkan dan mengevaluasi suatu produk tertentu (Keller, 2001). Niat beli merupakan rencana untuk membeli barang atau jasa tertentu di waktu yang akan datang. Niat beli merupakan proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Niat beli menciptakan suatu inovasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya seorang konsumen terdorong untuk memenuhi kebutuhannya dengan mengaktualisasikan apa yang ada di benaknya itu (Arista dan Astuti, 2011).

Niat beli berhubungan dengan suatu rencana dan keinginan konsumen dalam membeli produk tertentu, serta jumlah unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu (Sumarwan, 2004). Niat beli, dalam hal ini niat beli makanan organik, dikonsepsikan sebagai kemungkinan dan keinginan seseorang untuk lebih memilih produk makanan organik dibandingkan produk konvensional dalam pengambilan keputusan beli (Rashid, 2009).

## 2.7 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Penelitian ini menguji dan menganalisis tentang pengaruh konsumen ekologi berdasarkan faktor demografi, kesehatan, ketersediaan dan niat beli makanan organik.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta sendiri mempunyai julukan kota para pelajar yang dimana merupakan pendidikan adalah hal yang paling menonjol atau utama dikota ini. Banyaknya perguruan tinggi negeri ataupun swasta menyebabkan wawasan dan pengetahuan yang luas dan tingkat konsumsitifitas yang tinggi.

#### 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
<b>Faktor Demografi (X<sub>1</sub>)</b>	Perbedaan preferensi tentang makanan organik berdasarkan faktor demografi. (Paul dan Rana, 2012).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Jenis kelamin dan usia</b> Usia yang lebih muda dan wanita menganggap bahwa bahan organik lebih penting.</li> <li>• <b>Pendidikan</b> Pembelian makanan organik dipengaruhi oleh pendidikan juga. Konsumen dengan pendidikan tinggi lebih tertarik untuk membeli makanan organik daripada mereka yang berpendidikan rendah</li> <li>• <b>Pekerjaan</b> Dalam penggambaran demografis konsumen, pendapatan atau pekerjaan adalah faktor lain yang dianggap penting untuk memengaruhi pembelian makanan organik.</li> </ul>	(Paul dan Rana, 2012).
<b>Faktor Kesehatan (X<sub>2</sub>)</b>	Harapan konsumen didalam membeli makanan organik dengan tujuan kesehatan.(Paul dan Rana, 2012).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Makanan organik lebih sehat dari pada makanan anorganik.</b> Memburuknya kesehatan manusia adalah alasan utama konsumen untuk pengaruh untuk berpikir tentang makanan organik</li> <li>• <b>Nilai nutrisi lebih tinggi dari makanan anorganik.</b> Atribut dari makanan organik yang bergizi memberi keunggulan</li> </ul>	(Paul dan Rana, 2012).

		<p>kompetitif terhadap makanan organik dibandingkan barang yang diproduksi secara anorganik.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Investasi kesehatan. membeli makanan organik</b> sebagai investasi dalam kesehatan yang lebih baik</li> </ul>	
<b>Faktor Ketersediaan (X<sub>3</sub>)</b>	Kemudahan konsumen didalam membeli dan menjumpai makanan organik(Paul dan Rana, 2012).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Banyak dijumpai di pasar dan toko, serta jarak toko dengan pembeli yang dekat</b> Peningkatan pemasaran produk organik melalui supermarket konvensional dan gerai ritel besar di samping tempat-tempat tradisional toko khusus, telah membuat produk organik dapat diakses oleh lebih banyak konsumen</li> </ul>	(Paul dan Rana, 2012).
<b>Niat Beli (Y)</b>	Sikap terhadap perilaku mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan suatu produk sehingga terjadi penilaian dan menciptakan perilaku. Sehingga niat didalam diri seseorang merupakan dukungan untuk melakukan sebuah perilaku atau sikap. (Tarkiainen dan Sundqvist, 2014).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Niat membeli makanan organik</b> niat membeli makanan organik menjadi perilaku pembelian organik</li> </ul>	(Tarkiainen dan Sundqvist, 2014)

### 3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden secara langsung maupun tidak langsung yaitu dengan cara mengupload ke situs internet dengan menggunakan *google.docs*.

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis dan ditujukan kepada para responden untuk menjawabnya (Sugiyono, 2015). Metode

penilaian kesionernya menggunakan skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, variabel yang diukur menggunakan skala *likert* yaitu : kesehatan, ketersediaan dan niat beli.

Proses menjawab pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan skala *likert* sebagai berikut :

Sangat Setuju	(SS)	dengan poin	5
Setuju	(S)	dengan poin	4
Kurang Setuju	(KS)	dengan poin	3
Tidak Setuju	(TS)	dengan poin	2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	dengan poin	1

Serta pointer balik untuk pertanyaan negatif, yaitu :

Sangat Setuju	(SS)	dengan poin	1
Setuju	(S)	dengan poin	2
Kurang Setuju	(KS)	dengan poin	3
Tidak Setuju	(TS)	dengan poin	4
Sangat Tidak Setuju	(STS)	dengan poin	5

### 3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah generasi milenium, generasi milenium adalah konsumen yang lahir di tahun 1974 sampai 1996. Generasi millennium dianggap sebagai

konsumen yang paling bertanggung jawab secara sosial, yang perilaku pembeliannya secara langsung dipengaruhi oleh tindakan tanggung jawab sosial (Ntanos, 2014). Pada generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan dan media sosial. Populasi ini merupakan populasi tak terbatas karena tidak diketahui secara pasti ukuran populasi sebenarnya (Horovitz, Bruce, 2012).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian masyarakat yang tinggal di DI Yogyakarta. *Purposive sampling* merupakan sumber data yang dianggap paling mengerti mengenai apa yang diharapkan, sehingga mempermudah peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang sedang diteliti, yang menjadi kepedulian dalam pengambilan sampel (Sugiyono, 2016). Adapun kriteria dalam teknik *purposive sampling* pada penelitian ini adalah:

- 1). Responden yang lahir di tahun 1974 sampai 1996.
- 2). Responden yang telah mengkonsumsi makanan organik.

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus sebagai berikut :

Dimana :

$n$  = jumlah sampel

$Z$  = nilai  $z$  yang ditentukan oleh derajat kepercayaan atau keyakinan

$\alpha$  = tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti

$p$  = nilai proposi dari bagian populasi

$d$  = limit dari error/presisi absolut

tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah sebesar 1% karena biasanya tingkat signifikansi tersebut yang digunakan dalam pengujian statistic. Karena  $\alpha = 1\%$  maka 2,58 (dari tabel z).

Disamping limit maksimal error dari maksimal (d) sebesar 10%, yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pengambilan data tidak boleh melebihi sejumlah 10% dari keseluruhan responden. Jika melebihi 10% maka pengambilan sampel harus diulang. Besarnya sampel minimal yang diperlukan sebesar :

$$n = (2,58)^2 \times 0,5 \times (1-0,5)/(0,1)^2$$

$$n = 1,6641/0,01$$

$$n = 166 \text{ (pembulatan)}$$

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, peneliti menggunakan jumlah sampel sebanyak 166 orang dan dalam hal ini dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti.

### **3.5 Metode Analisis Data**

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dipahami dan diinterpretasikan. Data yang akan dianalisis merupakan data hasil pendekatan survei penelitian dari penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, kemudian dilakukan analisa untuk menarik kesimpulan.

#### **3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Teknik analisis yang akan digunakan adalah dengan menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan

untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2015). Penyajian data dengan menggunakan analisis statistik deskriptif yaitu berupa data tabel.

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi atau gambaran suatu data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), maksimum dan minimum (Ghozali, 2013). Metode analisis yang bersifat menggambarkan keterangan-keterangan dan penjelasan dari koefisien yang diperoleh dan dapat digunakan sebagai pedoman untuk menggambarkan saran. Analisis deskriptif digunakan untuk mendapat suatu gambaran mengenai responden dalam penelitian ini, terutama variabel penelitian yang digunakan.

### **3.5.2 Analisis Data Kuantitatif**

Untuk mendapatkan data kuantitatif digunakan skala likert yang mewakili pernyataan dan digolongkan kedalam lima tingkatan. Skala Likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik dengan susunan sangat tidak setuju, tidak setuju, tidak berpendapat, setuju, dan sangat setuju (Sekaran, 2006). Tiap variabel dibuat dengan menggunakan skala 1-5 kategori jawaban, dengan masing-masing jawaban diberi bobot antara 1 sampai 5, dengan rincian sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	diberi poin	:	5
Setuju (S)	diberi poin	:	4
Netral (N)	diberi poin	:	3
Tidak Setuju (TS)	diberi poin	:	2

Sangat Tidak Setuju (STS) diberi poin : 1

Skor minimum adalah : 1

Skor maksimum adalah : 5

$$interval = \frac{skor\ maksimum - skor\ minimum}{jumlah\ kelas} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

Standard untuk kategori lima tingkatan tersebut adalah : (Simamora, 2004).

1,0 - 1,80 : sangat jelek /sangat rendah

1,81 - 2,60 : jelek / rendah

2,61 - 3,40 : cukup jelek / cukup rendah

3,41 - 4,20 : baik / tinggi

4,21 - 5,00 : sangat baik / sangat tinggi

Selanjutnya pada penelitian ini untuk olah data hasil kuesioner menggunakan program SPSS versi 22.0.

### 3.5.3 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. (Ghozali, 2013).

### **3.5.4 Uji Reliabilitas**

Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang atas kuesioner tersebut konsisten terhadap pertanyaan (Ghozali, 2013). Pengukuran dilakukan dengan cara mengukur korelasi antar jawaban. Variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0.60$ .

Dalam penelitian ini berarti reliabilitas menunjukkan bagaimana hasil pengukuran yang relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan beberapa kali. Suatu instrument dikatakan reliabel jika mempunyai nilai alpha positif dan lebih besar dari 0,6. Dimana semakin besar nilai alpha, maka alat pengukur yang digunakan semakin handal atau reliabel.

### **3.6 Uji Beda T-test dan One Way Anova**

Teknik analisis uji beda pada penelitian ini adalah dengan T-test dan Anova One Way. Kedua uji beda tersebut digunakan untuk menguji perbedaan persepsi konsumen berdasarkan jenis kelamin (pria/wanita), pendidikan (SD/SMP/SMA/S1/S2/S3), pekerjaan (pelajar/PNS/pegawai swasta/wirusaha/BUMN).

Uji beda T-test digunakan untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda. Uji beda T-test dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dua sampel. Standar error perbedaan dalam nilai rata-rata terdistribusi secara normal. Jadi tujuan uji beda T-test adalah membandingkan rata-rata dua grup yang tidak berhubungan satu dengan yang lain (Ghozali, 2006).

Uji beda Anova merupakan singkatan dari Analysis of variance. Yaitu prosedur uji statistik yang mirip dengan t test. Namun kelebihan dari Anova adalah dapat menguji perbedaan lebih dari dua kelompok. Berbeda dengan independent sample t test yang hanya bisa menguji perbedaan rerata dari dua kelompok saja. Anova digunakan sebagai alat analisis untuk menguji hipotesis penelitian yang mana menilai adakah perbedaan rerata antara kelompok. Hasil akhir dari analisis ANOVA adalah nilai F test atau F hitung. Nilai F Hitung ini yang nantinya akan dibandingkan dengan nilai pada tabel f. Jika nilai f hitung lebih dari f tabel, maka dapat disimpulkan bahwa menerima H1 dan menolak H0 atau yang berarti ada perbedaan bermakna rerata pada semua kelompok.

### **3.7 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian ini dilakukan untuk menguji validitas dari hasil analisis regresi linear berganda, agar hasil kesimpulan yang diperoleh tidak bias (Ghozali, 2013). Adapun pengujian yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi.

#### **3.7.1 Uji Normalitas Data**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Terdapat beberapa uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji apakah residual terdistribusi secara normal, salah satunya adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) (Ghozali, 2013). Pengambilan keputusan apakah data residual berdistribusi normal atau tidak dengan uji K-S adalah :

1. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*  $> 0,05$ , maka disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*  $< 0,05$ , maka disimpulkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal.

### 3.7.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik (*valid*) seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2013). Multikolinearitas terjadi ketika variabel independen yang ada dalam metode berkorelasi satu sama lain, ketika korelasi antar variabel independen sangat tinggi maka sulit untuk memisahkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai *cut-off* yang umumnya adalah :

- a) Jika nilai *Tolerance*  $> 0,01$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.
- b) Jika nilai *Tolerance*  $< 0,01$  dari nilai VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

### 3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Ada banyak cara dalam menguji heteroskedastisitas, akan tetapi dalam penelitian saat ini diuji dengan menggunakan uji *Glejser*. Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

### 3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini akan menguji demografi ekologi berdasarkan faktor kesehatan, ketersediaan, dan niat beli terhadap kepuasan konsumen makanan organik. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan bantuan program *IBM Statistic* (Program SPSS versi 22.0). Sebagai persyaratan pengujian regresi berganda dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data penelitian valid, tidak bias, konsisten, dan penaksiran koefisien regresinya efisien (Gujarati, 2006) yaitu meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji

heterokedastisitas. Selanjutnya pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Adapun model regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + X_2\beta_2 + X_3\beta_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel Niat Beli

X<sub>2</sub> = Variabel Kesehatan

X<sub>3</sub> = Variabel Ketersediaan

α = Konstanta (nilai Y apabila X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, ..., X<sub>n</sub> = 0)

β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### 3.8.1 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*timeseries*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R<sup>2</sup> pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti, nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

Dalam kenyataan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Gujarati (2006) jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R<sup>2</sup>* negatif, maka nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dianggap bernilai nol. Secara matematis, jika nilai  $R^2 = 1$ , maka  $adjusted\ R^2 = R^2 = 1$  sedangkan, jika nilai  $R^2 = 0$ , maka  $adjusted\ R^2 = (1-k) / (n-k)$ . Jika  $k > 1$ , maka *adjusted R<sup>2</sup>* akan bernilai negatif.

### **3.8.2 Uji t (Parsial)**

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk pengujian secara satu per satu pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka hipotesis tidak didukung (koefisien regresi tidak signifikan).
2. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka hipotesis didukung (koefisien regresi signifikan).

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini akan diuraikan hasil penelitian mengenai pengaruh demografi, kesehatan dan ketersediaan terhadap niat pembelian makanan organik, serta untuk mengetahui pengaruh niat pembelian makanan organik. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner. Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Anova, Analisis regresi linear berganda.

#### **4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

##### **4.1.1 Hasil Uji Validitas**

Pengujian validitas dilakukan berdasarkan analisis item yaitu mengkorelasikan skor setiap item dengan skor variabel (hasil penjumlahan seluruh skor item pertanyaan). Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hasil uji validitas dengan metode *Pearson Correlation* dapat dilihat Tabel berikut:

**Tabel 4.1 Validitas**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Ketersediaan	Item 1	0,835	0,361	Valid
	Item 2	0,805	0,361	Valid
	Item 3	0,767	0,361	Valid
Kesehatan	Item 1	0,687	0,361	Valid
	Item 2	0,905	0,361	Valid
	Item 3	0,835	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

Seperti telah dikemukakan pada Tabel 4.1 diatas diperoleh nilai  $r_{hitung}$  dari semua item pada validitas  $> r_{tabel}$ , maka butir-butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid. Sehingga semua butir instrumen pertanyaan yang berhubungan dengan demografi, kesehatan, ketersediaan dan niat pembelian makanan organik, dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan dalam penelitian.

#### **4.1.2 Reliabilitas**

Reliabilitas berarti jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi koefisien reliabilitas semakin reliabel jawaban yang diperoleh dari responden. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's *Alpha* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbachs Coefficient Alpha* lebih kecil 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliable*. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.2

**Tabel 4.2**  
**Reabilitas**

Variabel	<i>Croanbach alpha</i>	Keterangan
Ketersediaan	0,716	Reliabel
Kesehatan	0,740	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, diperoleh nilai nilai *AlphaCronbach* dari semua variabel penelitian yaitu demografi, kesehatan, ketersediaan dan kepuasan menunjukkan lebih besar dari nilai 0,6. Dengan demikian jawaban-jawaban responden dari variabel-variabel penelitian tersebut reliabel, sehingga kuesioner dari variabel-variabel tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.2 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden digunakan untuk mengetahui karakteristik responden. Generasi milenial yang menjadi obyek penelitian, apakah berdasarkan identitas yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama atau kah tidak.

##### 4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 166 responden diperoleh data tentang jenis kelamin responden. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.3.

**Tabel 4.3.**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-laki	36	21,7
2	Perempuan	130	78,3
<b>Total</b>		<b>166</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden dibedakan jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden perempuan sebanyak 130 atau 78,3 % dan laki-laki sebanyak 36 atau 21,7%.

#### 4.2.2 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 166 responden diperoleh data tentang pendidikan terakhir responden. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir ditunjukkan pada Tabel 4.4

**Tabel 4.4.**  
**Responden Pendidikan Terakhir**

No	Usia	Frekuensi	%
1	SMA	78	47,0
2	Diploma	7	4,2
3	Sarjana	77	46,4
4	Pasca Sarjana	4	2,4
<b>Total</b>		<b>166</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, menunjukkan bahwa pendidikan responden mayoritas SMA sebanyak 78 atau 47,0%, pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 77 orang atau 46,4%, pendidikan terakhir Diploma sebanyak 7 orang atau 4,2%, kemudian pendidikan terakhir Pasca Sarjana sebanyak 4 orang atau 2,4%.

### 4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 166 responden diperoleh data tentang pekerjaan. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan pekerjaan ditunjukkan pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5.**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	%
1	PNS	7	4,2
2	Wiraswasta	25	15,1
3	Ibu Rumah Tangga	2	1,2
4	Pegawai Swasta	20	12,0
5	DII	112	67,5
<b>Total</b>		<b>166</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden dengan mayoritas pekerjaan DII (dan lain-lain diluar pilihan yang diberikan) sebanyak 112 orang atau 67,5%. Kemudian pekerjaan sebagai Wiraswasta sebanyak 25 orang atau 15,1%, pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebanyak 20 orang atau 12,0%, pekerjaan sebagai PNS 7 orang atau 4,2% dan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 2 orang atau 1,2%.

### 4.3 Deskriptif Hasil Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden digunakan untuk mengetahui tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap dimensi kesehatan, ketersediaan, niat pembelian makanan organik dan kepuasan. Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari

responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Kurang Setuju

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

#### **4.3.1 Analisis Penilaian Responden**

Berikut adalah hasil analisis penilaian responden terhadap variabel kesehatan, ketersediaan, niat pembelian makanan organik dan kepuasan.

##### **4.3.1.1 Variabel Kesehatan**

Hasil penilaian responden terhadap variabel kesehatan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.6**  
**Penilaian Responden Kesehatan**

Indikator	N	Mean	Kriteria
Saya merasa makanan organik lebih sehat dibandingkan makanan anorganik	166	4,34	Sangat setuju
Nilai nutrisi yang ada pada makanan organic lebih tinggi dibandingkan makanan anorganik	166	4,43	Sangat setuju
Saya mengkonsumsi makanan organic untuk investasi kesehatan yang lebih baik dimasa depan	166	4,17	Setuju
<b>Rata-rata</b>	166	<b>4,32</b>	<b>Sangat setuju</b>

Sumber: Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dipaparkan bahwa dari 166 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 4,32 dan nilai tersebut kategori sangat setuju. Penilaian tertinggi responden pada indikator nilai nutrisi yang ada pada makanan organic lebih tinggi dibandingkan makanan anorganik, yaitu dengan rata-rata sebesar 4,43 dengan kategori sangat setuju, sedangkan penilaian terendah yaitu pada saya mengkonsumsi makanan organik untuk investasi kesehatan yang lebih baik dimasa depan dengan rata-rata sebesar 4,17 dengan kategori setuju.

#### **4.3.1.2 Variabel Ketersediaan**

Hasil penilaian responden terhadap variabel Ketersediaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.7**  
**Penilaian Responden Ketersediaan**

Indikator	N	Mean	Kriteria
Makanan organik banyak dijumpai di pasaran	166	3,54	Setuju
Makanan organik didistribusikan di toko-toko / supermarket / grocery	166	3,89	Setuju
Pembeli dapat dengan mudah membeli makanan organik ditoko-toko terdekat	166	3,50	Setuju
<b>Rata-rata</b>	<b>166</b>	<b>3,64</b>	<b>Setuju</b>

Sumber: Data primer diolah, tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 166 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,64 dan nilai tersebut kategori setuju. Penilaian tertinggi responden pada indikator makanan organik didistribusikan di toko-toko / supermarket / grocery, yaitu dengan rata-rata sebesar 3,89 dengan kategori setuju, sedangkan penilaian terendah yaitu pada pembeli dapat dengan mudah membeli makanan organik ditoko-toko terdekat dengan rata-rata sebesar 3,50 dengan kategori setuju.

#### **4.4 Uji ANOVA**

Anova merupakan singkatan dari “*analysis of varian*“. *Analysis of Varian* adalah salah satu uji komparatif yang digunakan untuk menguji perbedaan mean (rata-rata) data lebih dari dua kelompok. Pengambilan keputusan didasarkan pada:

Ho : Tidak terdapat pengaruh demografi terhadap niat pembelian makanan organik.

Ha : Terdapat pengaruh demografi terhadap niat pembelian makanan organik.

#### 4.4.1 Uji F

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka didapat hasil pengujian anova pada demografi terhadap niat pembelian makanan organik adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.10**  
**Uji Anova pada Demografi terhadap Niat Pembelian Makanan Organik**

		<b>Sum of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<b>Jenis Kelamin</b>	Between Groups	1,256	3	0,419	2,519	0,060
	Within Groups	26,936	162	0,166		
	Total	28,193	165			
<b>Pendidikan Terakhir</b>	Between Groups	5,576	3	1,859	0,816	0,487
	Within Groups	369,057	162	2,278		
	Total	374,633	165			
<b>Pekerjaan</b>	Between Groups	11,132	3	3,711	2,342	0,075
	Within Groups	256,705	162	1,585		
	Total	267,837	165			

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan hasil sebagai berikut :

- a. Berdasarkan dari hasil uji anova menunjukkan bahwa pada variabel jenis kelamin diperoleh nilai sig. = 0,060. Dikarenakan nilai sig. lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,060 > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak  $H_o$  diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh jenis kelamin pada generasi milenial terhadap niat pembelian makanan organik.
- b. Berdasarkan dari hasil uji anova menunjukkan bahwa pada variabel pendidikan terakhir diperoleh nilai sig. = 0,487.

Dikarenakan nilai sig. lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,487 > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak  $H_o$  diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh pendidikan terakhir pada generasi milenial terhadap niat pembelian makanan organik.

- c. Berdasarkan dari hasil uji anova menunjukkan bahwa pada variabel pekerjaan diperoleh nilai sig. =  $0,075$ . Dikarenakan nilai sig. lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,075 > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak  $H_o$  diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh pekerjaan pada generasi milenial terhadap niat pembelian makanan organik.

#### 4.4.2 Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,048	,459		10,999	,000
	Jenis Kelamin	-,351	,178	-,155	-1,974	,050
	Pendidikan Terakhir	,024	,051	,039	,479	,632
	Pekerjaan	-,088	,061	-,119	-1,427	,156

a. Dependent Variable: NIAT

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan hasil sebagai berikut :

- a. Berdasarkan dari hasil uji t menunjukkan bahwa pada variabel jenis kelamin diperoleh nilai sig. = 0,050. Dikarenakan nilai sig. lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,050 > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak  $H_o$  diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh jenis kelamin pada generasi milenial terhadap niat pembelian makanan organik.
- b. Berdasarkan dari hasil uji anova menunjukkan bahwa pada variabel pendidikan terakhir diperoleh nilai sig. = 0,632. Dikarenakan nilai sig. lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,632 > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak  $H_o$  diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh pendidikan terakhir pada generasi milenial terhadap niat pembelian makanan organik.
- c. Berdasarkan dari hasil uji anova menunjukkan bahwa pada variabel pekerjaan diperoleh nilai sig. = 0,156. Dikarenakan nilai sig. lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,156 > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak  $H_o$  diterima, yang berarti tidak terdapat pengaruh pekerjaan pada generasi milenial terhadap niat pembelian makanan organik.

#### **4.5 Analisis Regresi**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kesehatan, ketersediaan terhadap niat pembelian makanan organik. Serta untuk mengetahui pengaruh niat pembelian makanan organik terhadap kepuasan.

#### 4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kesehatan, ketersediaan terhadap niat pembelian makanan organik. Berikut hasil analisis regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel 4.11.

**Tabel 4.12**  
**Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,613	,378		1,622	,107
1 kesehatan	,161	,032	,348	5,063	,000
ketersediaan	,132	,024	,383	5,572	,000

a. Dependent Variable: NIAT

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

##### 4.5.1.1 Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

##### 1. Pengujian Hipotesis 1

##### a. Hipotesis:

Ho: Tidak terdapat pengaruh kesehatan terhadap niat pembelian makanan organik

Ha: Terdapat pengaruh kesehatan terhadap niat pembelian makanan organik

##### b. Kriteria uji hipotesis:

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka Ha diterima dan Ho ditolak.

Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

c. Kesimpulan:

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya hipotesis kedua Terdapat pengaruh kesehatan terhadap niat pembelian makanan organik, **terbukti**.

## 2. Pengujian Hipotesis 2

a. Hipotesis:

$H_o$ : Tidak terdapat pengaruh ketersediaan terhadap niat pembelian makanan organik

$H_a$ : Terdapat pengaruh ketersediaan terhadap niat pembelian makanan organik

b. Kriteria uji hipotesis:

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

c. Kesimpulan:

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya hipotesis kedua Terdapat pengaruh ketersediaan terhadap niat pembelian makanan, **terbukti**.

### 4.5.1.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel kesehatan dan ketersediaan terhadap niat pembelian makanan

organik. Berikut disajikan hasil koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 <sup>a</sup>	,388	,380	,735

a. Predictors: (Constant), ketersediaan, kesehatan  
Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada nilai *Adjusted R Square* adalah 0,380 Nilai ini dapat diartikan bahwa sebesar 38% kontribusi dari kesehatan dan ketersediaan terhadap niat pembelian makanan organik, sedangkan sisanya 68% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel tersebut.

## 4.6 Uji Asumsi Klasik

### 4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Berikut adalah hasil dari uji normalitas sebagai berikut :

**Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		166
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0250769
	Std. Deviation	,74359670
	Absolute	,100
Most Extreme Differences	Positive	,049
	Negative	-,100
Kolmogorov-Smirnov Z		1,283
Asymp. Sig. (2-tailed)		,074

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

Dari analisis kurva dapat dilihat bahwa data nilai signifikansi pada *asympt sig* sebesar  $0,074 > \alpha (0,05)$  maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas terpenuhi.

#### 4.6.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujian adanya multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan besarnya tolerance value dan besarnya VIF (Ghozali, 2005). Jika nilai tolerance value  $> 0,10$  atau  $< 1$  dan VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada Tabel 4.16 berikut:

**Tabel 4.17**  
**Data Hasil Uji Multikolinieritas**

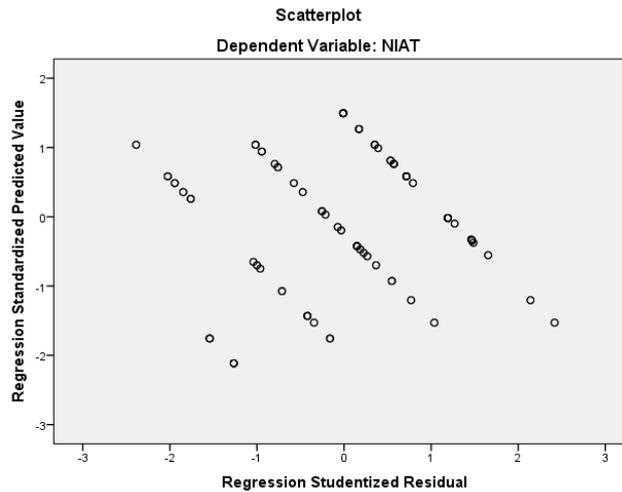
Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,613	,378		1,622	,107		
	Kesehatan	,161	,032	,348	5,063	,000	,796	1,257
	Ketersediaa	,132	,024	,383	5,572	,000	,796	1,257
	n							

a. Dependent Variable: NIAT  
Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah  $< 10$ . Dengan nilai VIF dari kesehatan sebesar 1,257, nilai VIF dari ketersediaan sebesar 1,257. Sedangkan untuk nilai *Tolerance*  $> 0,10$  atau  $< 1$  dengan nilai *Tolerance* dari kesehatan sebesar 0,796, nilai *Tolerance* dari ketersediaan sebesar 0,796. Jadi berdasarkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinieritas, sehingga pengujian selanjutnya dapat dilanjutkan karena telah memenuhi syarat pengujian asumsi klasik yaitu tidak terjadi multikolinieritas.

#### 4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul ketika varian dari distribusi probabilitas gangguan tidak konstan untuk seluruh pengamatan atas variabel penelitian. Metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini memakai diagram *scatterplot*. Gambar 1 menunjukkan hasil *scatterplot* pada variabel kin sebagai variabel dependen yaitu sebagai berikut:



**Gambar 1. Scatterplot**  
 Sumber: Data primer diolah, Tahun 2018

Melalui grafik *scatter plot* pada gambar diatas maka dapat dilihat pola penyebaran data yang ada. Pola penyebaran data yang berupa titik-titik pada scatter plot menyebar di atas dan di bawah dan penyebarannya tidak membentuk pola tertentu, sehingga dari pola penyebaran ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Jadi Asumsi Heteroskedastisitas terpenuhi.

## 4.7 Pembahasan

### 4.7.1 Demografi Terhadap Niat Pembelian Makanan Organik

Uji anova mendapatkan hasil bahwa hubungan demografi yang terdiri dari jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan melalui media sosial terhadap sikap generasi milenial yang terdiri dari sikap kognitif, sikap afektif dan perilaku sikap. Berdasarkan hasil uji anova, jenis kelamin terhadap niat pembelian makanan organik  $0.060 > 0.000$  dapat disimpulkan bahwa demografi yaitu jenis kelamin tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian makanan organik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai demografi jenis kelamin tidak

akan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya niat pembelian organik pada generasi milenial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat pembelian makanan organik tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Penentuan pembelian makanan organik tidak dipengaruhi oleh bagaimana pemikiran seseorang berdasarkan jenis kelamin mereka.

Hasil uji anova, pendidikan terakhir terhadap niat pembelian makanan organik  $0.487 > 0.000$  dapat disimpulkan bahwa demografi yaitu pendidikan terakhir tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian makanan organik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai demografi pendidikan terakhir tidak akan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya niat pembelian organik pada generasi milenial. Hasil penelitian tidak menunjukkan bahwa status sosial tertentu dengan pendidikan terakhir yang tinggi yang mampu membayar harga mahal untuk produk organik, dan konsumen tertentu yang peduli akan kesehatan mereka.

Hasil uji anova, pekerjaan terhadap niat pembelian makanan organik  $0.075 > 0.000$  dapat disimpulkan bahwa demografi yaitu pekerjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian makanan organik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai demografi pekerjaan tidak akan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya niat pembelian organik pada generasi milenial. Berdasarkan hal yang telah disebutkan, maka factor demografi seperti jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan tidak berpengaruh terhadap niat pembelian makanan organik.

#### **4.7.2 Kesehatan Terhadap Niat Pembelian Makanan Organik**

Berdasarkan hasil uji hipotesis kesehatan mendapatkan hasil sebesar  $0.000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa kesehatan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap niat pembelian makanan organik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai kesehatan, maka semakin meningkatkan niat pembelian konsumen.

Pengaruh positif memiliki arti bahwa semakin tinggi nilai dari kesehatan maka akan semakin tinggi niat pembelian konsumen, demikian pula sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Paul dan Rana (2012) yang menyebutkan bahwa kesehatan berpengaruh terhadap niat pembelian makanan organik. Kemudian penelitian yang dilakukan Degutis (2017) menunjukkan bahwa faktor kesehatan berpengaruh terhadap niat pembelian makanan organik.

Kesehatan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen memilih produk organik, yaitu karena makanan organik lebih sehat, nutrisi yang dikandung produk organik lebih tinggi dan untuk investasi kesehatan jangka panjang. Konsumen yang sadar kesehatan cenderung akan menunjukkan keinginan yang tinggi untuk membeli makanan organik, dengan ini maka konsumen yang berorientasi kesehatan memiliki sikap positif terhadap makanan organik. Sehingga kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian makanan organik.

#### **4.7.3 Ketersediaan Terhadap Niat Pembelian Makanan Organik**

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketersediaan mendapatkan hasil sebesar  $0.000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa ketersediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian makanan organik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ketersediaan, maka semakin meningkatkan niat beli makanan organik.

Pengaruh positif memiliki arti bahwa semakin tinggi ketersediaan maka akan semakin tinggi niat beli konsumen, demikian pula sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paul dan Rana (2012) menyebutkan bahwa ketersediaan berpengaruh terhadap niat pembelian makanan organik. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Zanolli dan Naspetti (2002) menunjukkan bahwa ketersediaan berpengaruh terhadap niat pembelian makanan organik.

Adanya ketersediaan produk-produk organik, dapat dilihat dari kemudahan mendapatkan produk organik dimana saja, konsumen dapat dengan mudah menemukan dan membeli produk organik. Ketersediaan dalam mendapatkan makanan organik pada saat ini sudah dapat dilihat dengan banyaknya toko yang menyediakan makanan organik. Oleh karena itu konsumen tertarik untuk membeli makanan organik.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil bahwa variabel kesehatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat beli makanan organik.
2. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil bahwa variabel ketersediaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat beli makanan organik Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ketersediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian makanan organik.
3. Berdasarkan hasil uji anova menunjukkan faktor demografi yang berupa jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian makanan organik.
4. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pengaruh yang paling kuat pada niat pembelian adalah kesehatan dengan bobot nilai 0,161 dan ketersediaan dengan bobot nilai 0,132.

#### **5.2. Saran**

1. Bagi perusahaan makanan organik, untuk variabel demografi sebaiknya pelaku bisnis ini menggunakan strategi segmentasi targetting dan positioning yang tepat agar produknya mampu diterima.
2. Bagi perusahaan, dari segi kualitas pelaku bisnis harus selalu menjaga

kualitas produknya meliputi penggunaan bahan baku yang segar, tanpa bahan pengawet, dan gizi yang baik.

3. untuk variabel ketersediaan harus lebih mudah dijumpai dengan cara menambah toko toko baik dipasar tradisional maupun modern.
4. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah variasi penelitian, misalkan dengan menambah variable lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arista, E.Desiarista dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2011. Analisis Pengaruh Iklim , Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Aset*, Vol 13 (1): Hal. 37-45.
- Baker, S., Thompson, K.E. & Engelken, J.. 2004. *Mapping the values driving organic food choice: Germany vs the UK*. *European Journal of Marketing* 3 (8.), pp. 995-1012.
- Burhanuddin, S. H. (2016). Integrasi Ekonomi dan Lingkungan Hidup dalam Pembangunan Yang Berkelanjutan. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(1).
- Buzby, J.C.. 2001. *Effects of food-safety perceptions on food demand and global trade*, In: Regmi, A. 2001. Ed.. *Changing Structure of Global Food Consumption and Trade*, Washington, DC: United States Department of Agriculture (USDA), Economic Research Service. 65 (2), pp. 55-66
- Chakrabarti S.. 2010. *Factors Influencing Organic Food Purchase In India – Expert Msurvey Insights*. *British Food Journal*, Emerald Group Publishing Limited, 112 (8), pp. 902-915
- Chen Yu-San dan Chang Ching-Hsun. 2013. *Greenwash and green trust: The mediation effect of green consumer confusion and green perceived risk*. *Journal of Bussines Ethic* Vol. 114 489-500.
- Cranfield J., Henson S., Holliday J.. 2010. *The motives, benefits, and problems of conversion to organic production*, *Agric Hum Values* 27 pp. 291–306.
- Espejel, J., Fandos, C., & Flavian, C. (2008). Consumer satisfaction: A key factor of consumer loyalty and buying intention of a PDO food product. *British Food Journal*, 110(9), 865-881.
- Ferrinadewi, Erna. 2005. *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7 (2): 127-139.

- Gineikiene, J., Kiudyte, J., & Degutis, M. (2017). Functional, organic or conventional? Food choices of health conscious and skeptical consumers. *Baltic Journal of Management*, 12(2), 139-152.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gonzalez J. A. A.. 2009. *Market Trends And Consumer Profile At The Organic Farmers Market In Costa Rica*. *British Food Journal*, 111 (5), pp. 498-510.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2006). *Dasar-dasar ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. L. (2001). *Building customer-based brand equity: A blueprint for creating strong brands* (pp. 3-27). Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- Kotler. P dan Keller K.L (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jakarta : Erlangga.
- Mayrowani, H. (2012). *Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia*. Pusat sosial Ekonomi dan kebijakan Pertanian. Pp: 92-97
- Mowen, John dan Michael Minor. (2002), *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Ntanos, A., Skordoulis, M., & Ntanos, S. (2014). Millennial consumers' perceptions on the organic products.
- Oliver, Richard L. 1999. *Whence Loyalty*. *Journal of Marketing*. Vol 63: pp 33-44.
- Paco, A. & Raposo, M. 2009. *"Green' Segmentation: An Application to the Portuguese Consumer Market"*. *Marketing Intelligence and Planning*, 364379.

- Paul, J., & Rana, J. (2012). Consumer behavior and purchase intention for organic food. *Journal of consumer Marketing*, 29(6), 412-422.
- Prihatiningsih. 2008. *Pola Perilaku pengambilan keputusan pembelian pada segmen pasar*. Jurnal Pengembangan Humaniora. 8(1). 20-26
- Rashid, Nik Ramlik Nik Abdul, 2009, Awareness of Eco-label in Malaysia's Green Marketing Initiative, *International Journal of Business and Management*, Vol 4 No. 8, pp: 132-141.
- Rimal A.P., Moon W., Balasubramaniam, S. 2005. *Agri-Biotechnology and organic Food Purchase in the United Kindom*. *British Food Journal*, 107 (2) 84.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*, Jilid 2, Edisi Keempat, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Pelanggan, teori dan penerapannya dalam pemasaran*.
- Sylwia Zakowska-Biemans. 2011. *Polish consumer food choices and beliefs about organic food*. *British Food Journal*, 113 (1), pp. 122-137.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British food journal*, 107(11), 808-822.
- Tjiptono, Fandy (2014). *Costumer satisfaction*. Yogyakarta : Andi offset.

Van Doorn, J., & Verhoef, P. C. (2011). Willingness to pay for organic products: Differences between virtue and vice foods. *International Journal of Research in Marketing*, 28(3), 167-180.

Zanoli, R., & Naspetti, S. (2002). Consumer motivations in the purchase of organic food: a means-end approach. *British food journal*, 104(8), 643-653.

Zepeda L., Chang Hui-Shung, Leviten-Reid C.. 2004. *Organic food demand: A focus group study involving Caucasian and African-American shoppers*, *Agri and Human Values*, 23, :pp. 385–394.

## LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN

#### IDENTITAS RESPONDEN

Untuk kelengkapan data penelitian, kami mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi data dibawah ini dengan cara diberi tanda centang  $\checkmark$

- Apakah anda lahir pada tahun 1974-1996 ?
- Apakah anda sudah pernah mengkonsumsi makanan organik ?

1. Jenis Kelamin :

- a. Pria
- b. Wanita

2. Pendidikan Terakhir :

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. Diploma (D1/D2/D3)
- e. Sarjana (S1)
- f. Pascasarjana (S2)
- g. Doktor (S3)

3. Pekerjaan :

- a. PNS
- b. Wiraswasta
- c. Ibu rumah tangga
- d. Pegawai Swasta
- e. Dll.

### **PETUNJUK PENGISIAN**

Berilah tanda  $\surd$  (centang) pada kolom penilaian yang sesuai dengan pilihan anda.

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

TS = Tidak Setuju (2)

N = Ragu – ragu (3)

S = Setuju (4)

SS = Sangat Setuju (5)

### **Kesehatan**

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa makanan organik lebih sehat dibandingkan makanan anorganik					
2	Nilai nutrisi yang ada pada makanan organik lebih tinggi dibandingkan makanan anorganik					
3	Saya mengkonsumsi makanan organik untuk investasi kesehatan yang lebih baik dimasa depan					

### **Ketersediaan**

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Makanan organik banyak dijumpai di pasaran					
2	Makanan organik didistribusikan di toko-toko / supermarket / grocery					
3	Pembeli dapat dengan mudah membeli makanan organik ditoko-toko terdekat					

## Validitas kesehatan

Correlations

		KS1	KS2	KS3	TOTALKESEHATAN
KS1	Pearson Correlation	1	.455 <sup>*</sup>	.260	.687 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.011	.166	.000
	N	30	30	30	30
KS2	Pearson Correlation	.455 <sup>*</sup>	1	.733 <sup>**</sup>	.905 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.011		.000	.000
	N	30	30	30	30
KS3	Pearson Correlation	.260	.733 <sup>**</sup>	1	.835 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.166	.000		.000
	N	30	30	30	30
TOTALKESEHATAN	Pearson Correlation	.687 <sup>**</sup>	.905 <sup>**</sup>	.835 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

## Validitas ketersediaan

Correlations

		KET1	KET2	KET3	TOTALKETERSEDIAAN
KET1	Pearson Correlation	1	.624 <sup>**</sup>	.404 <sup>*</sup>	.835 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000	.027	.000
	N	30	30	30	30

KET2	Pearson Correlation	.624**	1	.377*	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000		.040	.000
	N	30	30	30	30
KET3	Pearson Correlation	.404*	.377*	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.027	.040		.000
	N	30	30	30	30
TOTALKETERSEDIAAN	Pearson Correlation	.835**	.805**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability kesehatan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	3

## Reliability ketersediaan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	3

## Frequency Table

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	36	21.7	21.7	21.7
	Perempuan	130	78.3	78.3	100.0
	Total	166	100.0	100.0	

### Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	78	47.0	47.0	47.0
	Diploma	7	4.2	4.2	51.2
	Sarjana	77	46.4	46.4	97.6
	Pasca Sarjana	4	2.4	2.4	100.0
	Total	166	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	7	4.2	4.2	4.2
	Wiraswasta	25	15.1	15.1	19.3
	Ibu Rumah Tangga	2	1.2	1.2	20.5

Pegawai Swasta	20	12.0	12.0	32.5
DII	112	67.5	67.5	100.0
Total	166	100.0	100.0	

### Lampiran Output

## Anova

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Jenis Kelamin	Between Groups	1,256	3	,419	2,519	,060
	Within Groups	26,936	162	,166		
	Total	28,193	165			
Pendidikan Terakhir	Between Groups	5,576	3	1,859	,816	,487
	Within Groups	369,057	162	2,278		
	Total	374,633	165			
Pekerjaan	Between Groups	11,132	3	3,711	2,342	,075
	Within Groups	256,705	162	1,585		
	Total	267,837	165			

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		166
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0250769
	Std. Deviation	,74359670
	Absolute	,100
Most Extreme Differences	Positive	,049
	Negative	-,100
Kolmogorov-Smirnov Z		1,283
Asymp. Sig. (2-tailed)		,074

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

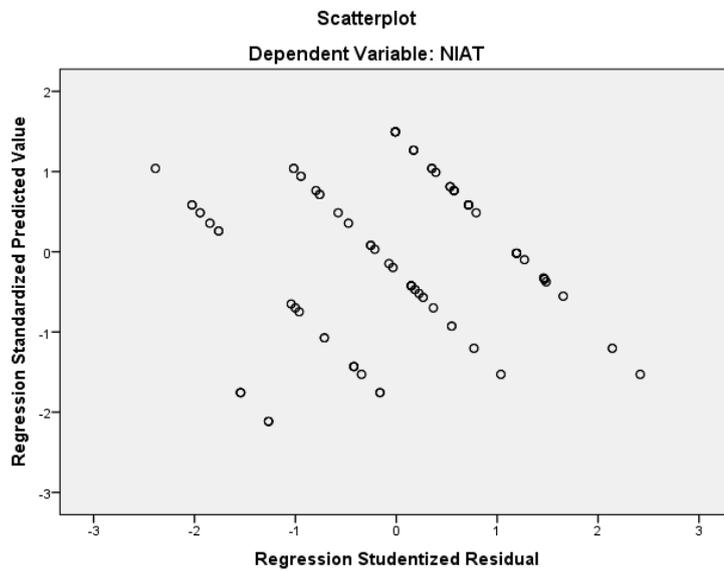
### Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,613	,378		1,622	,107		
1 kesehatan	,161	,032	,348	5,063	,000	,796	1,257
ketersediaan	,132	,024	,383	5,572	,000	,796	1,257

a. Dependent Variable: NIAT

### Uji Heteroskedastisitas



### Analisis Regresi Linear Berganda

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ketersediaan, kesehatan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: NIAT

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 <sup>a</sup>	,388	,380	,735

a. Predictors: (Constant), ketersediaan, kesehatan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55,793	2	27,897	51,660	,000 <sup>b</sup>
	Residual	88,020	163	,540		
	Total	143,813	165			

a. Dependent Variable: NIAT

b. Predictors: (Constant), ketersediaan, kesehatan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,613	,378		1,622	,107
	kesehatan	,161	,032	,348	5,063	,000
	ketersediaan	,132	,024	,383	5,572	,000

a. Dependent Variable: NIAT

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,600 <sup>a</sup>	,360	,356	2,441

a. Predictors: (Constant), NIAT

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	549,099	1	549,099	92,163	,000 <sup>b</sup>
	Residual	977,093	164	5,958		
	Total	1526,193	165			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), NIAT

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,130	,863		8,258	,000
	NIAT	1,954	,204	,600	9,600	,000

a. Dependent Variable: kepuasan

KS1	KS2	KS3	kesehatan	KET1	KET2	KET3	ketersediaan
5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	5	13	4	5	4	13
5	5	5	15	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	4	4	4	12
5	5	5	15	4	4	3	11
5	5	5	15	3	5	3	11
5	5	5	15	4	4	3	11
4	4	3	11	4	4	3	11
5	5	5	15	4	4	4	12
5	5	5	15	4	4	3	11
5	5	5	15	5	4	4	13
5	4	4	13	3	3	3	9
4	4	4	12	3	3	3	9
5	4	4	13	3	3	3	9
5	5	4	14	4	4	5	13
4	5	5	14	1	5	2	8
5	5	5	15	5	5	3	13
3	4	4	11	3	3	2	8
4	4	4	12	4	3	2	9
5	5	5	15	3	4	3	10
5	5	5	15	2	4	2	8
3	3	4	10	5	5	2	12
3	5	5	13	4	5	4	13
4	5	4	13	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	2	8
4	4	5	13	3	2	5	10
5	5	3	13	2	4	2	8
5	5	5	15	2	2	2	6
5	2	2	9	1	5	3	9
5	5	5	15	3	4	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9
5	5	5	15	3	2	2	7
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	4	4	13
4	4	3	11	2	4	2	8
5	5	5	15	3	5	3	11
5	5	4	14	3	4	2	9
4	4	3	11	3	4	3	10
4	5	5	14	5	4	4	13

5	5	5	15	5	5	5	15
3	3	3	9	3	3	3	9
5	5	4	14	4	5	5	14
5	5	4	14	4	4	5	13
5	4	4	13	2	4	3	9
5	5	5	15	5	5	5	15
3	3	4	10	4	4	5	13
3	4	4	11	3	2	2	7
4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	4	5	5	14
4	5	2	11	1	1	2	4
5	4	5	14	3	4	3	10
3	3	3	9	3	4	4	11
5	5	5	15	4	4	3	11
4	5	4	13	4	5	4	13
4	4	4	12	3	4	3	10
3	4	2	9	2	3	3	8
3	4	2	9	2	3	3	8
3	5	5	13	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	12
4	5	4	13	4	5	5	14
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	4	4	13
5	3	4	12	4	2	2	8
5	5	3	13	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	5	13	4	5	4	13
5	5	5	15	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	4	4	4	12
5	5	5	15	4	4	3	11
5	5	5	15	3	5	3	11
5	5	5	15	4	4	3	11
4	4	3	11	4	4	3	11
5	5	5	15	4	4	4	12
5	5	5	15	4	4	3	11
5	5	5	15	5	4	4	13
5	4	4	13	3	3	3	9
4	4	4	12	3	3	3	9
5	4	4	13	3	3	3	9
5	5	4	14	4	4	5	13
4	5	5	14	1	5	2	8

5	5	5	15	5	5	3	13
3	4	4	11	3	3	2	8
4	4	4	12	4	3	2	9
5	5	5	15	3	4	3	10
5	5	5	15	2	4	2	8
3	3	4	10	5	5	2	12
3	5	5	13	4	5	4	13
4	5	4	13	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	2	8
4	4	5	13	3	2	5	10
5	5	3	13	2	4	2	8
5	5	5	15	2	2	2	6
5	2	2	9	1	5	3	9
5	5	5	15	3	4	3	10
3	3	3	9	3	3	3	9
5	5	5	15	3	2	2	7
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	4	4	13
4	4	3	11	2	4	2	8
5	5	5	15	3	5	3	11
5	5	4	14	3	4	2	9
4	4	3	11	3	4	3	10
4	5	5	14	5	4	4	13
5	5	5	15	5	5	5	15
3	3	3	9	3	3	3	9
5	5	4	14	4	5	5	14
5	5	4	14	4	4	5	13
5	4	4	13	2	4	3	9
5	5	5	15	5	5	5	15
3	3	4	10	4	4	5	13
3	4	4	11	3	2	2	7
4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	4	5	5	14
4	5	2	11	1	1	2	4
5	4	5	14	3	4	3	10
3	3	3	9	3	4	4	11
5	5	5	15	4	4	3	11
4	5	4	13	4	5	4	13
4	4	4	12	3	4	3	10
3	4	2	9	2	3	3	8
3	4	2	9	2	3	3	8
3	5	5	13	5	5	5	15

4	4	4	12	4	4	4	12
4	5	4	13	4	5	5	14
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	4	4	13
5	3	4	12	4	2	2	8
5	5	3	13	4	4	4	12
5	5	4	14	4	4	5	13
5	4	4	13	2	4	3	9
5	5	5	15	5	5	5	15
3	3	4	10	4	4	5	13
3	4	4	11	3	2	2	7
4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	4	5	5	14
4	5	2	11	1	1	2	4
5	4	5	14	3	4	3	10
3	3	3	9	3	4	4	11
5	5	5	15	4	4	3	11
4	5	4	13	4	5	4	13
4	4	4	12	3	4	3	10
3	4	2	9	2	3	3	8
3	4	2	9	2	3	3	8
3	5	5	13	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	12
4	5	4	13	4	5	5	14
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	4	4	13
5	3	4	12	4	2	2	8
5	5	3	13	4	4	4	12
5	5	4	14	4	4	5	13
5	4	4	13	2	4	3	9
5	5	5	15	5	5	5	15
3	3	4	10	4	4	5	13
3	4	4	11	3	2	2	7
4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	4	5	5	14
4	5	2	11	1	1	2	4
5	4	5	14	3	4	3	10
3	3	4	10	4	4	5	13
3	4	4	11	3	2	2	7
4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	4	5	5	14
4	5	2	11	1	1	2	4
5	4	5	14	3	4	3	10
3	3	4	10	4	4	5	13
3	4	4	11	3	2	2	7
4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	4	5	5	14
4	5	2	11	1	1	2	4

4,34	4,43	4,17	12,95	3,54	3,89	3,50	10,93
		4,32				3,64	