

Hatijah. NIM 150321100068. Faktor-faktor dan Sikap yang Mempengaruhi Konsumen terhadap Pembelian Beras Organik di Bangkalan. Dibawah bimbingan Dr. Fuad Hasan, SP., MP.

ABSTRAK

Beras organik merupakan hasil budidaya padi menggunakan teknik pertanian organik. Beras organik memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan beras non organik karena budidayanya yang lebih rumit, seperti harus berada pada tanah yang ramah lingkungan, lokasi harus jauh dari polusi dan hanya menggunakan pupuk dan pestisida organik. Hal tersebut menyebabkan segmen pasar beras organik terbatas, sehingga beras organik kurang dikenal oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, pemasaran beras organik harus didasarkan pada karakteristik dan perilaku konsumen. Salah satu studi perilaku konsumen yang perlu diketahui yaitu proses pengambilan keputusan serta komponen-komponen yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena dapat menjadi landasan yang penting didalam pemasaran sehingga dapat membidik pembeli secara lebih terarah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian beras organik di Bangkalan serta menganalisis sikap konsumen dalam pembelian beras organik. Penelitian dilakukan di pasar modern Hypermart cabang Bangkalan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis multiatribut fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor produk (X_1), tempat (X_3) dan motivasi (X_5) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) beras organik. Sedangkan hasil dari analisis multiatribut fishbein menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap beras organik adalah netral atau cukup baik, kemudian dari hasil tersebut juga diketahui atribut yang paling penting yang menjadi pertimbangan dalam proses keputusan pembelian beras organik yaitu atribut khasiat, keamanan dikonsumsi dan daya tahan nasi.

Kata kunci: Beras Organik, Pengambilan Keputusan, Sikap

Hatijah. NIM 150321100068. Factors and Attitudes that Affect Consumers to Purchase Organic Rice in Bangkalan. Supervised by Dr. Fuad Hasan, SP., MP.

ABSTRACT

Organic rice is the result of rice cultivation using organic farming techniques. Organic rice has a price that is more expensive than non-organic rice because its cultivation is more complicated, such as having to be on environmentally friendly land, the location must be far from pollution and only use organic fertilizers and pesticides. This causes the market segment of organic rice to be limited, so that organic rice is less well known by the general public. Therefore, marketing organic rice must be based on consumer characteristics and behavior. One study of consumer behavior that needs to be known is the decision-making process and the components that influence purchasing decisions, because it can be an important foundation in marketing so that it can target buyers more directed. The purpose of this study is to determine the factors that influence consumers in making purchasing decisions for organic rice in Bangkalan and analyze consumer attitudes in purchasing organic rice. The study was conducted at the modern Hypermart market in Bangkalan branch. The research method used is multiple linear regression analysis and fishbein multi-attribute analysis. The results showed that product factors (X_1), place (X_3) and motivation (X_5) partially influence the purchasing decisions (Y) of organic rice. While the results of the multi-attribute fishbein analysis show that the consumer attitude towards organic rice is neutral or good enough, then from these results it is also known the most important attributes that are taken into consideration in the process of purchasing organic rice are attributes of efficacy, safety consumed and durability of rice.

Key words: Organic Rice, Decision Making, Attitude

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
BIODATA PENULIS.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Landasan Teori	4
2.1.1 Perilaku Konsumen	4
2.1.2 Sikap.....	11
2.1.3 Beras Organik.....	12
2.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	13
2.1.5 Analisis Deskriptif	14
2.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	14
2.1.7 Analisis <i>Fishbein</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Berpikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.2 Metode Penentuan Responden	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	24
3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	26
3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	26
3.5.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Analisis Faktor	27
3.5.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Analisis Sikap	28
3.5.4 Analisis Deskriptif	29
3.5.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
3.5.6 Analisis <i>Fishbein</i>	31
3.6 Definisi Operasional	32

BAB IV GAMBARAN UMUM	35
4.1 Kondisi Umum Wilayah Kota Bangkalan	35
4.1.1 Letak Geografis	35
4.1.2 Letak Demografis	36
4.2 Karakteristik Responden	37
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	38
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan untuk Membeli Beras Organik	39
4.3 Proses Pengambilan Keputusan	40
4.3.1 Pengenalan Kebutuhan	40
4.3.2 Pencarian Informasi	42
4.3.3 Evaluasi Alternatif	43
4.3.4 Proses Pembelian	43
4.3.5 Pasca Pembelian	45
4.4 Deskripsi Variabel	46
4.4.1 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
4.4.2 Variabel Produk (X_1)	47
4.4.3 Variabel Harga (X_2)	48
4.4.4 Variabel Tempat (X_3)	49
4.4.5 Variabel Pribadi (X_4)	50
4.4.6 Variabel Motivasi (X_5)	50
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	52
5.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Beras Organik	55
5.1.1 Uji Asumsi Klasik	55
5.1.2 Koefisien Determinasi	56
5.1.3 Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)	57
5.1.4 Uji Regresi Secara Parsial (Uji T)	58
5.2 Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Beras Organik	52
5.2.1 Analisis Tingkat Kepentingan Atribut Beras Organik (e_i)	52
5.2.2 Analisis Tingkat Kepercayaan Atribut Beras Organik (b_i)	53
5.2.3 Analisis Sikap Konsumen	54
BAB VI PENUTUP	60
6.1 Simpulan	60
6.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Kandungan Nutrisi pada beras Organik dengan Beras Non Organik.....	13
Tabel 3.1 Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Penelitian	28
Tabel 3.2 Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Penelitian	29
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur di Kabupaten Bangkalan, 2017	36
Tabel 4.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kabupaten Bangkalan, 2017.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan	38
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	39
Tabel 4.8 Pengenalan Kebutuhan Konsumen Beras Organik	41
Tabel 4.9 Pencarian Informasi Konsumen Beras Organik.....	42
Tabel 4.10 Evaluasi Alternatif Konsumen Beras Organik	43
Tabel 4.11 Proses Pembelian Konsumen Beras Organik.....	44
Tabel 4.12 Pasca Pembelian Beras Organik	45
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Y	46
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel X_1	47
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel X_2	49
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel X_3	49
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel X_4	50
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden pada Variabel X_5	51
Tabel 5.1 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 5.2 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 5.4 Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 5.5 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	57
Tabel 5.6 Hasil Uji Parsial (Uji T)	58
Tabel 5.7 Peringkat Tingkat Kepentingan (ei) Atribut Konsumen Beras Organik	53
Tabel 5.8 Peringkat Tingkat Kepercayaan (bi) Atribut Konsumen Beras Organik	53
Tabel 5.9 Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein terhadap Konsumen Beras Organik	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Pengambilan Keputusan	7
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Bangkalan.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 2. Identitas Responden.....	69
Lampiran 3. Data Input Analisis <i>Fishbein</i>	70
Lampiran 4. Data Input Analisis Regresi Linier Berganda	72
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	74
Lampiran 6. Output SPSS Uji Asumsi Klasik	76
Lampiran 7. Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda	80
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian	81