

Dwi Widi Astuti. NIM. 100321100056. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya. Dibawah bimbingan Dr. Elys Fauziyah, SP., MP.

ABSTRAK

Tingkat pendidikan masyarakat yang semakin tinggi mulai berdampak pada kesadaran masyarakat akan gaya hidup yang sehat. Masyarakat mulai melakukan pola pergeseran konsumsi yang awalnya mengkonsumsi produk anorganik kini beralih mengkonsumsi produk organik. Produk organik dianggap memenuhi persyaratan karena produk yang dihasilkan alami tanpa bahan kimia dan aman untuk dikonsumsi, salah satu produk organik adalah sayuran. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sikap konsumen dalam pembelian sayuran organik dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran organik. Penelitian ini dilakukan di Kebun Sayur Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis Multiatribut Fishbein dan analisis Faktor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap konsumen berada pada kategori sikap yang baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran organik dikelompokkan menjadi dua komponen utama, yaitu faktor internal dan fasilitas pendukung yang meliputi lima variabel yaitu, pendapatan, kebiasaan/gaya hidup, motivasi, fasilitas pendukung dan manfaat bagi kesehatan. Faktor kedua yaitu faktor eksternal yang meliputi dua variabel yaitu, keragaman sayuran dan lokasi. Rekomendasi penelitian ini diharapkan mampu memberikan implementasi strategi pemasaran.

Kata kunci: Sayuran Organik, Preferensi Konsumen, Analisis Fishbein, Analisis Faktor.

Dwi Widi Astuti. NIM120321100055. Consumer Preferences Towards Product Organic Vegetables in Surabaya Vegetable Garden. Supervised by Dr. Elys Fauziyah, SP., MP.

ABSTRACT

The education level of the higher society began to have an impact on public awareness of a healthy lifestyle. People are starting to do the shifting patterns of consumption that original inorganic product eating now turning to organic product. Organic products are considered to meet the requirements for products that are produced naturally without chemicals and safe for consumption, one organic is a vegetable. The purpose of this study to determine the attitudes of consumers in the purchase of organic vegetables and the factors that influence organic. This research was conducted in Surabaya Vegetable Garden. This study uses Fishbein Multiatribut analysis and Factor analysis results of this study shows that are in the category of a good attitude. Factor that affect consumers in the purchase of organic vegetables are classified into two main component, namely internal and support facilities which includes five variables, namely income, lifestyle, motivation, support facilities and healthy benefits. The second factor is external factors which include two variables, namely, the diversity of vegetables and location. Recommendations of this study are expected to implementasi marketing strategy.

Key words: Organic Vegetables, Consumer Preferences, Fishbein Analysis Factor Analysis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
BIODATA PENULIS.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Konsumen	4
2.1.1 Faktor Internal dan Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	4
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..	4
2.4 Preferensi Konsumen	7
2.3 Atribut Produk	8
2.4 Pengukuran Sikap Konsumen	8
2.5 Proses Keputusan Pembelian	9
2.6 Sayuran	10
2.6.1 Pengertian Sayuran	10
2.6.2 Pengertian Sayuran Organik	10
2.6.2 Klasifikasi Sayuran	10
2.7 Penelitian Terdahulu	11
2.8 Kerangka Berfikir	14
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.2 Metode Pengumpulan Data	15
3.3 Metode Penentuan Sampel	15
3.4 Pengujian Kuesioner	16
3.4.1 Uji Validitas Multiatribut Fishbein Kepercayaan (bi)	16
3.4.2 Uji Validitas Multiatribut Fishbein Kepentingan (ei)	16
3.4.3 Uji Reabilitas Fishbein (bi) dan (ei).....	17
3.4.4 Uji Validitas dan Reabilitas Analisis Faktor	17
3.5 Skala Pengukuran	18
3.6 Metode Analisis Data	18

3.6.1 Analisis Multiatribut Fishbein	19
3.6.2 Analisis Faktor	20
3.7 Definisi Operasional	21
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1 Profil Kota Surabaya	23
4.1.1 Letak Geografis	23
4.1.2 Penduduk	24
4.1.3 Pertanian	24
4.2 Profil Kebun Sayur Surabaya	25
4.2.1 Sejarah Kebun Sayur Surabaya	25
4.2.2 Visi dan Misi	25
4.2.3 Struktur Organisasi	26
4.3 Karakteristik Responden	27
4.3.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.3.2 Berdasarkan Usia	27
4.3.3 Berdasarkan Jenis Pekerjaan	28
4.3.4 Berdasarkan Domisili	28
BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Sikap Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	30
5.1.1 Analisis Tingkat Kepercayaan (bi)	30
5.1.2 Analisis Tingkat Kepentingan (ei)	31
5.1.3 Analisis Sikap Konsumen (Ao)	32
5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	35
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	44
6.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Tingkat Konsumsi Sayuran Indonesia Tahun 1993 - 2011 dibandingkan Rekomendasi FAO	1
Tabel 3.1	Hasil Validitas Kuesioner Multiatribut Fishbein Tingkat Kepercayaan (bi) Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	16
Tabel 3.2	Hasil Validitas Kuesioner Multiatribut Fishbein Tingkat Kepentingan (ei) Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	17
Tabel 3.3	Hasil Uji Reabilitas (bi) dan (ei) Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	17
Tabel 3.4	Hasil Validitas Analisis Faktor Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	18
Tabel 3.5	Skala Pengukuran Kepercayaan (bi)	19
Tabel 3.6	Skala Pengukuran Kepentingan (ei)	19
Tabel 4.1	Luas Panen Sayur dan Jumlah Pohon Buah yang Berproduksi di Surabaya Pada Tahun 2009 - 2013	24
Tabel 5.1	Frekuensi Skor Tingkat Kepercayaan (bi) Terhadap Atribut Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	31
Tabel 5.2	Frekuensi Skor Tingkat Kepentingan (ei) Terhadap Atribut Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	31
Tabel 5.3	Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Terhadap Atribut Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	32
Tabel 5.4	Nilai Keiser Meyer Olkin (KMO)	36
Tabel 5.5	Nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA) 11 Variabel	36
Tabel 5.6	Nilai Keiser Meyer Olkin (KMO)	37
Tabel 5.7	Nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA) 7 Variabel	37
Tabel 5.8	Nilai Communalilty	37
Tabel 5.9	Nilai Total Variance Explained	38
Tabel 5.10	Hasil Rotated Componen Matrix (faktor loading)	39
Tabel 5.11	Hasil Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Organik di Kebun Sayur Surabaya.....	14
Gambar 4.1	Peta Wilayah Kota Surabaya	23
Gambar 4.2	Grafik Produksi Tanaman Sayur dan Buah Pada Tahun 2011 – 2013	24
Gambar 4.3	Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Kebun Sayur Surabaya	27
Gambar 4.4	Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Usia di Kebun Sayur Surabaya	28
Gambar 4.5	Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan di Kebun Sayur Surabaya	28
Gambar 4.6	Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili di Kebun Sayur Surabaya	29
Gambar 5.1	Grafik Scree Plot	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	48
Lampiran 2.	Tabulasi Data Fishbein	52
Lampiran 3.	Tabulasi Data Faktor	53
Lampiran 4.	Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas	54
Lampiran 5.	Hasil Output SPSS Analisis Faktor	56
Lampiran 6.	Struktur Organisasi Kebun Sayur Surabaya	58
Lampiran 7.	Dokumentasi	59