

**ANALISIS INTENSI PEMBELIAN MAKANAN ORGANIK
BERDASARKAN *ATTITUDE TOWARD BUYING* BERBASIS
THEORY PLANNED BEHAVIOR DAN PENGALAMAN MASA
LALU KONSUMEN**

(Studi Kasus Beras Organik Merek Bionic Farm)

SKRIPSI

Nama : Sigit Utomo

NIM : 43112110091



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

**ANALISIS INTENSI PEMBELIAN MAKANAN ORGANIK
BERDASARKAN *ATTITUDE TOWARD BUYING* BERBASIS
THEORY PLANNED BEHAVIOR DAN PENGALAMAN MASA
LALU KONSUMEN**

(Studi Kasus Beras Organik Merek Bionic Farm)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Sigit Utomo

NIM : 43112110091



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT KETERANGAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sigit Utomo

NIM : 43112110091

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya saya sendiri. Apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber kutipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembetulan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Jakarta, 27 Juli 2016



Sigit Utomo

NIM : 43112110091

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sigit Utomo
NIM : 43112110091
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Intensi Pembelian Makanan Organik Berdasarkan *Attitude Toward Buying* Berbasis *Theory Planned Behavior* dan Pengalaman Masa Lalu Konsumen (Studi Kasus Beras Organik Merek Bionic Farm)
Tanggal Lulus Ujian : 18 Agustus 2016

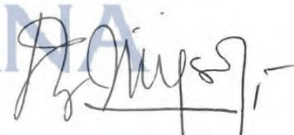
Disahkan Oleh:

Pembimbing, **UNIVERSITAS** Ketua Penguji,



Dr. Rina Astini, SE.,MM

Tanggal : 22/8 2016



Luna Haningsih, SE.,ME

Tanggal :

Dekan,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA

Tanggal :



Dr. Rina Astini, SE.,MM

Tanggal : 23/8 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Intensi Pembelian Makanan Organik Berdasarkan *Attitude Toward Buying* Berbasis *Theory Planned Behavior* dan Pengalaman Masa Lalu Konsumen (Studi Kasus Beras Organik Merek Bionic Farm)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari, sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Dalam kesempatan ini, penulis ucapkan terima kasih, karena dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Penulis juga ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Yunari dan Ibunda Suyati yang telah memberikan segalanya sehingga penulis mampu berada ditingkat seperti ini.

2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen, Bp. Muhammad Sulton, S.Psi, MM, selaku Sekretaris I Program Studi Manajemen dan Ibu Hesti Maheswari, SE, M.Si, selaku Sekretaris II Program Studi Manajemen.
5. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Guru sekaligus mentor luar biasa, Bapak Sarmanto (SOC), Mas Muhanan Widodo (alm.), Bapak The Citojoyo dan Bu Nur Endah Retno W. Yang telah memberikan ilmu dan pengalaman luar biasa dalam perjalanan saya hingga saat ini.
7. Keluarga besar Bionic Farm dan PT Bionic Natura yang telah memberikan kesempatan berkarir yang luar biasa.
8. “*The special one*”, Solikhah, S.E. yang telah memberikan motivasi, dukungan, kesabaran dan keikhlasan yang telah menemani perjuangan menempuh pendidikan ini.
9. Mba’ Lilik, Mas Agus dan Ophan yang tiada henti menyemangati untuk segera menyelesaikan pendidikan ini.

10. Teman – teman satu perjuangan dalam bimbingan : Mba’ Angle, Madhuri, Lisa, Mba’ Nur, Mba’ Tiffani, Sultan, Zaskia dan Mba’ Lia yang selalu kompak, semangat dan saling *support* dalam perjuangan menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh teman – teman seperjuangan mahasiswa Universitas Mercubuana Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen.
12. Keluarga besar Bionic Farm dan PT Bionic Natura yang telah memberikan kesempatan berkarir yang luar biasa.
13. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 8 Agustus 2016

Sigit Utomo

ABSTRAK

Pergeseran gaya hidup ke arah gaya hidup sehat dengan slogan “*back to nature*” telah menjadi tren untuk *global society of the world*. Pangan organik dianggap unggul karena nutrisi dan kandungan anti oksidan lebih tinggi. Kualitas lebih bagus dalam jangka penyimpanan yang sama dengan pangan konvensional. Akan tetapi, makanan organik masih menjadi produk yang belum terlalu menarik perhatian konsumen di Indonesia. Sebagai contoh perbandingan penjualan beras non organik dengan beras organik yang sangat jauh cukup menjadi bukti bahwa produk organik masih sulit diterima oleh pasar lokal.

Penelitian ini membahas mengenai pengukuran intensi pembelian seseorang terhadap produk organik. Studi kasus yang diambil adalah beras organik dengan merek Bionic Farm. Peneliti menggunakan 190 responden dari tiga kota yaitu Jakarta, Tangerang dan Bandung. Analisa dilakukan dengan teknik analisa SEM (Structural Equation Modeling) menggunakan *software* Lisrel 8.80.

Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana variabel – variabel dalam *attitude toward buying (health consciousness, product price dan environmental consciousness)*, *subjective norm, perceived behavioral control* dan *past experiences* mempengaruhi intensi pembelian makanan organik seseorang.

Kata kunci : *health consciousness, product price, environmental consciousness, attitude toward buying, subjective norm, perceived behavioral control, past experiences* dan *purchase intention*.

ABSTRACT

Lifestyle changes to healthy lifestyle with a slogan “back to nature” had been a new trend for global society of the world. Organic food is trusted better than conventional food because it has a lot of nutrition and higher antioxidant. But, organic food is not included in an interesting food for Indonesian consumers. For example, the comparison of sales between organic rice and non-organic rice is too far. It is a real proof that organic food was still difficult to be accepted by the local market.

This study discusses about the people's purchase intention measurement of organic food. The case study was taken from the market of organic rice by Bionic Farm. The researcher used 190 respondents from three areas. There are Jakarta, Tangerang and Bandung. Data were analyzed using analysis techniques SEM (Structural Equation Modeling) and software by Lisrel 8.80.

The result of research shows the variables like attitude toward buying (health consciousness, product price and environmental consciousness), subjective norm, perceived behavioral control and past experiences were influenced toward purchase intention of organic food.

Key word : health consciousness, product price, environmental consciousness, attitude toward buying, subjective norm, perceived behavioral control, past experiences and purchase intention.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN SAMBUTAN | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 16 |
| C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian..... | 17 |
| 1. Tujuan Penelitian | 17 |
| 2. Manfaat Penelitian | 18 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| A. Kajian Pustaka..... | 19 |
| 1. Teori <i>Planned Behavior</i> | 19 |
| a. Sejarah Teori <i>Planned Behavior</i> | 19 |
| b. Perkembangan dan Penjelasan Teori <i>Planned</i> | |

| | |
|---|----|
| <i>Behavior</i> | 20 |
| c. Perbedaan <i>Behavioral Intention</i> dengan <i>Behavior</i> | 23 |
| 2. <i>Purchase Intention</i> | 24 |
| a. Definisi <i>Purchase Intention</i> | 24 |
| b. Pengukuran <i>Purchase Intention</i> | 25 |
| 3. <i>Attitude Toward Buying</i> | 27 |
| a. Definisi <i>Attitude Toward Buying</i> | 27 |
| b. Pengukuran <i>Attitude Toward Buying</i> | 28 |
| c. <i>Health Conciousness</i> | 29 |
| d. <i>Product Price</i> | 31 |
| e. <i>Environment Conciousness</i> | 33 |
| 4. <i>Subjective Norm</i> | 36 |
| 5. <i>Percheived Behavioral Control</i> | 37 |
| 6. <i>Past Experiencess</i> | 39 |
| 7. Makanan Organik..... | 40 |
| B. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis | 45 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 53 |
| B. Desain Penelitian | 53 |
| C. Variabel Penelitian | 53 |
| D. Definisi dan Operasionalisasi Variabel | 54 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian..... | 56 |

| | |
|---|----|
| F. Teknik Pengumpulan Data | 57 |
| G. Jenis Data Penelitian..... | 58 |
| H. Analisa Data | 58 |
| 1. Uji Validitas | 58 |
| 2. Uji Reabilitas..... | 59 |
| 3. Metode Statistik | 60 |
| 4. Tahap – Tahap Dalam SEM..... | 62 |
| 5. Pengujian Hipotesis..... | 69 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum PT Bionic Natura | 71 |
| 1. Gambaran Umum Produk Bionic Farm | 71 |
| 2. Gambaran Umum Pemasaran Produk Bionic Farm | 72 |
| B. Hasil Uji Statistik Deskriptif..... | 72 |
| 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 74 |
| 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia..... | 75 |
| 3. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir | 76 |
| C. Hasil Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian..... | 77 |
| 1. Uji Kecocokan Model Pengukuran untuk Masing-Masing Variabel Penelitian..... | 77 |
| a. Variabel <i>Health Conciousness</i> | 78 |
| 1) Uji Validitas | 78 |
| 2) Uji Reliabilitas | 79 |

| | |
|--|----|
| b. Variable <i>Product Price</i> | 80 |
| 1) Uji Validitas | 80 |
| 2) Uji Reliabilitas | 82 |
| c. Variabel <i>Environmentan Conciousness</i> | 83 |
| 1) Uji Validitas | 83 |
| 2) Uji Reliabilitas | 84 |
| d. Variabel <i>Attitude Toward Buying</i> | 85 |
| 1) Uji Validitas | 85 |
| 2) Uji Reliabilitas | 86 |
| e. Variabel <i>Subjective Norm</i> | 87 |
| 1) Uji Validitas | 87 |
| 2) Uji Reliabilitas | 88 |
| f. Variabel <i>Percheived Behavioral Control</i> | 89 |
| 1) Uji Validitas | 89 |
| 2) Uji Reliabilitas | 90 |
| g. Variabel <i>Past Experiences</i> | 91 |
| 1) Uji Validitas | 91 |
| 2) Uji Reliabilitas | 92 |
| h. Variabel <i>Purchase Intention</i> | 93 |
| 1) Uji Validitas | 93 |
| 2) Uji Reliabilitas | 94 |
| 2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model pengukuran..... | 95 |

| | | |
|-----------------------------------|---|-----|
| 3. | Uji Kecocokan Model Struktural (<i>Uji T-Value</i>) | 99 |
| D. | Pengujian Hipotesis Penelitian..... | 101 |
| E. | Pembahasan Hasil Penelitian | 105 |
| 1. | Pengaruh <i>Health Conciousness</i> Terhadap <i>Attitude Toward Buying</i> | 104 |
| 2. | Pengaruh <i>Product Price</i> Terhadap <i>Attitude Toward Buying</i> | 106 |
| 3. | Pengaruh <i>Environmental Conciousness</i> Terhadap <i>Attitude Toward Buying</i> | 107 |
| 4. | Pengaruh <i>Attitude Toward Buying</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 108 |
| 5. | Pengaruh <i>Subjective Norm</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 110 |
| 6. | Pengaruh <i>Percheived Behavioral Control</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 111 |
| 7. | Pengaruh <i>Past Experiencess</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> | 112 |
| | | |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | | |
| A. | Simpulan..... | 114 |
| B. | Saran | 116 |
| | | |
| DAFTAR PUSTAKA | | 121 |
| LAMPIRAN | | 126 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|-----|
| Tabel 1.1 | Perbandingan Pelaku Usaha yang Dibina Ditjen PPHP.... | 6 |
| Tabel 1.2 | Produk Organik Indonesia Berdasarkan Komoditas dan Luas Area | 7 |
| Tabel 3.1 | Definisi Operasional Variabel..... | 54 |
| Tabel 3.2 | Simbol Notasi Dalam Lisrel..... | 61 |
| Tabel 3.3 | <i>Goodness of Fit Index</i> | 66 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 75 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia..... | 75 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 76 |
| Tabel 4.4 | Uji Validitas Variabel <i>Health Concioussness</i> | 79 |
| Tabel 4.5 | Uji Validitas Variabel <i>Product Price</i> | 81 |
| Tabel 4.6 | Uji Validitas Variabel <i>Health Concioussness</i> | 83 |
| Tabel 4.7 | Uji Validitas Variabel <i>Attitude Toward Buying</i> | 85 |
| Tabel 4.8 | Uji Validitas Variabel <i>Subjective Norm</i> | 87 |
| Tabel 4.9 | Uji Validitas Variabel <i>Percheived Behavioral Control</i> .. | 89 |
| Tabel 4.10 | Uji Validitas Variabel <i>Past Experiences</i> | 91 |
| Tabel 4.11 | Uji Validitas Variabel <i>Purchase Intention</i> | 93 |
| Tabel 4.12 | Uji Kecocokan Model Pengukuran (Non Modifikasi).... | 95 |
| Tabel 4.13 | Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi)..... | 98 |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji Kecocokn Struktural Model Penelitian | 100 |
| Tabel 4.15 | Hasil Pengujian Hipotesis | 102 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|--|-----|
| Gambar 1.1 | Negara Asia dengan luas lahan organik terluas | 3 |
| Gambar 1.2 | Negara Asia dengan luas lahan organik terluas (2) | 4 |
| Gambar 1.3 | Pelaku usaha organik yang dibina Dijten PPHP | 5 |
| Gambar 1.4 | Data Penjualan Beras Organik Bionic Farm | 10 |
| Gambar 1.5 | Data <i>attitude</i> konsumen beras organik | 14 |
| Gambar 2.1 | <i>The Construct of Theory of Planned Behavior</i> | 22 |
| Gambar 2.2 | Rerangka Pemikiran Penelitian | 48 |
| Gambar 4.1 | Model Pengukuran Variabel <i>Health Concioussness</i> | 78 |
| Gambar 4.2 | Model Pengukuran Variabel <i>Product Price</i> | 81 |
| Gambar 4.3 | Model Pengukuran Variabel <i>Environmental Concioussness</i> | 83 |
| Gambar 4.4 | Model Pengukuran Variabel <i>Attitude Toward Buying</i> | 85 |
| Gambar 4.5 | Model Pengukuran Variabel <i>Subjective Norm</i> | 87 |
| Gambar 4.6 | Model Pengukuran Variabel <i>Percheived Behavioral Control</i> | 89 |
| Gambar 4.7 | Model Pengukuran Variabel <i>Past Experiencess</i> | 91 |
| Gambar 4.8 | Model Pengukuran Variabel <i>Purchase Intention</i> | 93 |
| Gambar 4.9 | Model Pengukuran Konstruk Variable Penelitian (Non Modifikasi)..... | 96 |
| Gambar 4.10 | Model Pengukuran Konstruk Variable (Modifikasi) | 98 |
| Gambar 4.11 | Model Struktural (<i>T-Value</i>)..... | 100 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|---------------------------------|-----|
| Lampiran 1 | Kuesioner Penelitian | 127 |
| Lampiran 2 | Input Data Kuesioner | 129 |
| Lampiran 3 | Input Data Kuesioner (2) | 134 |
| Lampiran 4 | Model Pengukuran | 140 |
| Lampiran 5 | Model Struktural | 148 |
| Lampiran 6 | Rekap Data Pra Penelitian | 150 |

