



**PENGARUH FAKTOR PENENTU PRIBADI
TERHADAP SIKAP KONSUMEN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA
PRODUK PANGAN ORGANIK DI SUPERMARKET
INDONESIA**



TESIS

**UNIVERSITAS
HAZRIN ZAINAL
MERCU BUANA
55118120140**

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2020



**PENGARUH FAKTOR PENENTU PRIBADI
TERHADAP SIKAP KONSUMEN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA
PRODUK PANGAN ORGANIK DI SUPERMARKET
INDONESIA**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister
Manajemen Pemasaran

**UNIVERSITAS
HAZRIN ZAINAL
MERCU BUANA
55118120140**

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2020

ABSTRACT

Increasing health awareness, organic food knowledge, food safety, and environmental concern affect the increasing consumption of organic food. This study investigates the influence of these personal determinants on consumer attitudes and behavior on organic food consumption—Data analyzed base on 167 respondent reply. Respondent is Ranch Supermarket and FoodMart in the Greater Jakarta Area and outside Greater Jakarta city customers. The data analysis method uses the Structural Equation Model - Partial Least Square (SEM-PLS) with the SmartPLS version 3.3.2 application. The study results proved that personal determinants: health awareness had a negative effect, while the factors of organic food knowledge, food safety, and environmental awareness had a positive and significant effect on consumer attitudes. Determinants factor of health awareness and food knowledge have a positive and significant effect on consumer behavior. Determinant food safety factors have a positive but insignificant effect, while environmental awareness does not affect consumer behavior. Consumer attitudes have a positive but insignificant effect on consumer behavior. This study concluded that organic food knowledge determinants positively and significantly affect consumer attitudes and consumer behavior on organic food. Increasing organic food knowledge places a strategic and influential position in activities to increase organic food consumption. Further research suggested focusing on the influencing factors of health awareness on consumer attitudes and environmental awareness factors on consumer behavior towards organic food.

Keywords: personal determinant factors, health awareness, knowledge of organic food, food safety, environmental awareness, consumer attitudes, consumer behavior, and organic food.

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran kesehatan, pengetahuan makanan organik, keamanan pangan dan kepedulian pada lingkungan berpengaruh pada peningkatan konsumsi makanan organik. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh faktor penentu pribadi tersebut terhadap sikap dan perilaku konsumen pada konsumsi makanan organik. Penelitian dilakukan terhadap 167 konsumen pelanggan di Ranch Supermarket dan FoodMart di wilayah Jabotabek dan luar Jabotabek. Metode analisa data menggunakan Struktural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS) dengan aplikasi SmartPLS versi 3.3.2. Hasil penelitian membuktikan faktor penentu pribadi: kesadaran kesehatan berpengaruh negatif, sedangkan faktor pengetahuan makanan organik, keamanan pangan, dan kesadaran lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Faktor penentu kesadaran kesehatan dan pengetahuan makanan organik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Faktor penentu keamanan pangan berpengaruh positif tapi tidak signifikan, sedangkan kepedulian pada lingkungan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumen. Sikap konsumen berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumen. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor penentu pribadi pengetahuan makanan organik berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen dan perilaku konsumen pada makanan organik, sehingga aspek peningkatan pengetahuan makan organik menempatkan posisi yang strategis dan efektif dalam aktifitas upaya peningkatan konsumsi makanan organik. Perlu penelitian lebih jauh pada faktor pengaruh kesadaran kesehatan terhadap sikap konsumen dan faktor kepedulian lingkungan terhadap perilaku konsumen terhadap makanan organik.

Kata kunci: Faktor penentu pribadi, kesadaran kesehatan, pengetahuan makanan organik, keamanan pangan, kepedulian lingkungan, sikap konsumen, perilaku konsumen, makanan organik.

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL : PENGARUH FAKTOR PENENTU RIBADI
TERHADAP SIKAP KONSUMEN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN PADA PRODUK PANGAN
ORGANIK DI SUPERMARKET
INDONESIA

BENTUK TESIS : PENELITIAN

NAMA : HAZRIN ZAINAL

NIM : 55118120140

PROGRAM : MAGISTER MANAJEMEN

TANGGAL : 22 Februari 2021

MENGESAHKAN

PEMBIMBING

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Prof. DR. Hapzi Ali, MM, MPM)

DIREKTUR PROGRAM PASCA SARJANA

KETUA PROGRAM STUDY



(Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dudi Permana, Ph.D)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Faktor Penentu Pribadi terhadap Sikap Konsumen dan dampaknya terhadap Perilaku Konsumen pada Makanan Organik di Supermarket Indonesia

Bentuk Tesis : Penelitian Kuantitatif

Nama : Hazrin Zainal

NIM : 55118120140

Program : Magister Manajemen Marketing

Tanggal : 14 Desember 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di Perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah Dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Feb



(Ir. Hazrin Zainal)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Ir. Hazrin Zainal
NIM : 55118120140
Program Studi : Marketing Manajemen

Dengan judul:

“STRATEGIC POSITION OF PRODUCT KNOWLEDGE FACTOR ON INCREASING ORGANIC FOOD CONSUMPTION IN DEVELOPING COUNTRY: INDONESIA”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan system Turnitin pada tanggal 23/Jan/21, didapatkan nilai persentase sebesar 30%.

Jakarta, 23 Januari 2021
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Pengaruh Faktor Penentu Pribadi terhadap Sikap Konsumen dan dampaknya terhadap Perilaku Konsumen pada makanan Organik di Supermarket Indonesia ”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus, selaku Direktur Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Prof. DR. Hapzi Ali, MM, MPM, selaku dosen pembimbing Tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini.
5. Prof. DR. Djumarno, MBA selaku Penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
6. Management PT. Supra Boga Lestari (Ranchmarket) yang telah bersedia menjadikan toko supermarketnya sebagai tempat bagi Peneliti menjalankan Penelitian ini.
7. Teristimewa, Saudara dan keluarga tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 22 Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	I
ABSTRAK	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
LEMBAR PERNYATAAN	IV
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VII
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi, Tujuan, Pembatasan Masalah Penelitian.....	9
1.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian.....	9
1.2.2. Rumusan Penelitian.....	11
1.2.3. Batasan Masalah Penelitian	12
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II.	
KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN	14
HIPOTESIS	14
2.1. Kajian Pustaka	14
2.1.1. Kerangka Teori Perilaku Konsumen	14
2.1.2. Tatanan Konsep Sikap Konsumen.....	16

2.1.3. Tatanan Konsep Kesadaran Konsumen.....	20
2.1.4. Tatanan Konsep Pengetahuan Makanan Organik.....	21
2.1.5. Tatanan Konsep Keamanan Pangan	23
2.1.6. Tatanan Konsep Kepedulian Lingkungan	25
2.1.7. Tatanan Konsep Faktor Penentu Pribadi	26
2.1.8. Pengaruh dan Hubungan Antar Variabel	27
2.2. Kerangka Penelitian.....	44
2.3. Hipotesis	45
BAB III .	
METODE PENELITIAN	47
3.1. Jenis dan Periode Penelitian.....	47
3.1.1. Jenis Penelitian	47
3.1.2. Tempat dan Periode Penelitian	48
3.1.3. Variabel Penelitian	49
3.2. Definisi Operasional Variable.....	50
3.2.1. Variabel Kesadaran pada Kesehatan (X1)	50
3.2.2. Pengetahuan Makanan Organik (X2).....	50
3.2.3. Keamanan Pangan (X3).	50
3.2.4. Kepedulian Pada Lingkungan (X4).....	50
3.3. Oprasionalisasi Variabel.....	51
3.4. Pengukuran Variabel.....	55
3.5. Populasi dan Sampel	56
3.5.1. Populasi.....	56
3.5.2. Sampel.....	56
3.6. Data dan Metode Pengumpulan Data	57
3.6.1. Jenis dan Sumber Data	57
3.6.2. Data Primer	57
3.6.3. Data Sekunder	58
3.7. Metode Pengumpulan Data	58
3.8. Metode Analisis Data.....	59
3.8.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	60
3.8.2. Evaluasi Model Struktural (Inner model Test)	65
3.9. Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	67

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1. Deskripsi Perusahaan Lokasi Penelitian	68
4.1.1. Profil Perusahaan Ranch Market	68
4.1.2. Profile Perusahaan Foodmart dan Hypermart.....	69
4.2. Deskripsi dan Profile Responden	70
4.2.2. Usia Responden	71
4.2.3. Domisili Responden	72
4.2.4. Pendidikan Responden	73
4.2.5. Pekerjaan Responden	74
4.2.6. Penghasilan	75
4.3. Metode Analisis Data.....	76
4.3.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	77
4.3.2. Construct Realibility.....	83
4.3.3. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	86
4.3.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
BAB V.	
KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1. Kesimpulan.....	107
5.2. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	111
DAFTAR LAMPIRAN	121
Lampiran 1. Questioner Penelitian.....	121
Lampiran 2. Data Jawaban Questioner / Respond Pelanggan.....	132
Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup Penulis	135
Lampiran 4. Similarity Index.	137

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1. ALASAN MEMILIH MAKANAN ORGANIK.....	7
TABEL 2. 1. REKAPITULASI PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN.....	37
TABEL 3. 1. OPERASIONALISASI VARIABEL.....	52
TABEL 3. 2. SKALA LIKERT	55
TABEL 3. 3. RULE KRITERIA EVALUASI MODEL PENGUKURAN	62
TABEL 3. 4. RULE MODEL CONSTRUCT REALIBILITY.....	63
TABEL 3. 5. RULE OF THE THUMB MODEL STRUCTURAL ASSESSMENT	66
TABEL 4. 1. HASIL PENGUJIAN CONVERGENT VALIDITY	78
TABEL 4. 2. VALIDITAS DATA CONSTRUCT PARAMETER AVE	80
TABEL 4. 3. PENILAIAN FORNELL-LARCKER CRITERION	81
TABEL 4. 4. CROSS LOADING INDICATOR.....	82
TABEL 4. 5. HASIL PENGUJIAN CRONBACH'S ALPHA.....	84
TABEL 4. 6. HASIL UJI COMPOSITE REALIBILITY.....	84
TABEL 4. 7. HASIL UJI R-SQUARE	87
TABEL 4. 8. HASIL UJI PREDICTIVE RELEVAN	88
TABEL 4. 9. HASIL MODEL FIT TEST	88
TABEL 4. 10. HASIL PENGUKURAN KOEFISIEN JALUR.....	89
TABEL 4. 11. HASIL UJI PATH COEFFICIENTS	91

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1. ALASAN RESPONDEN MENGGONSUMSI MAKANAN ORGANIK	8
GAMBAR 2. 1. MODEL TEORI PLANED BEHAVIOUR (TPB).....	15
GAMBAR 2. 2. HUBUNGAN ANTAR FAKTOR PEMBENTUKAN PERILAKU KONSUMEN	19
GAMBAR 2. 3. PERAN PENGETAHUAN DAN KONSTRUKSI PERILAKU KONSUMEN	22
GAMBAR 2. 4. TERORI MOTIVASI PERLINDUNGAN DIRI (PMT).....	24
GAMBAR 2. 5. KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN	45
GAMBAR 3. 1. PENEMPATAN SHELFTALKER QR-CODE LINK FORM SURVEY	48
GAMBAR 4. 1. KOMPOSISI JENIS KELAMIN RESPONDEN	71
GAMBAR 4. 2. KOMPOSISI USIA RESPONDEN.....	72
GAMBAR 4. 3. DOMISILI RESPONDEN.....	73
GAMBAR 4. 4. KOMPOSISI TINGKAT PENDIDIKAN RESPONDEN.....	74
GAMBAR 4. 5. KOMPOSISI PEKERJAAN RESPONDEN	75
GAMBAR 4. 6. GOLONGAN PENDAPATAN RESPONDEN	76
GAMBAR 4. 7. HASIL LOADING FACTOR INDIKATOR SMARTPLS PENELITIAN	77
GAMBAR 4. 8. MODEL STRUKTURAL HASIL UJI SMARTPLS	86