
ABSTRACT

Entering the 21st century, now a days healthy life style with theme “Back to Nature” has became a new trend for all people in the world. People have realized that using materials that contain chemicals non natural, such as pesticide, fertilizer that contain chemicals materials in agriculture production it can make a bad cause to human being and environment. People have aware that source of a good food is come from natural sources and natural agriculture. The main source of food is rice. Organic Rice is the main commodity that has a high demand in the market. A good lifestyle by consumed an organic rice is one of the main opportunities for the farmer to fulfill the needed of an organic rice. This study has the main purpose to find the impact of product attribute against the consumer demand on organic rice (green product). Product variable attributes used in this study are consist of color, distribution channel, price, taste, benefit, and packaging, while the demand variables are consist of demand of consumption, and intention to consumpt. Research method used in this study is survey method findings of this study showe that there is a positive relationship between product attributes and intention to buy.

Key Words: Product Attributes, Demand to buy, Organic Rice, and Green Product.

ABSTRAK

Memasuki abad 21 ini, gaya hidup sehat dengan slogan “*Back to Nature*” telah menjadi trend baru masyarakat dunia. Orang makin menyadari bahwa penggunaan bahan-bahan kimia non-alami, seperti: pupuk dan pestisida kimia sintetis serta hormon tumbuhan dalam produksi pertanian ternyata berdampak negatif terhadap kesehatan manusia dan lingkungan hidup. Masyarakat sadar akan bahan makanan yang sehat yang bersumber dari pertanian organik. Salah satu bahan makanan yang mendasar adalah beras. Beras organik merupakan komoditas yang memiliki daya jual tinggi. Pola hidup sehat dengan konsumsi beras organik menjadi salah satu peluang petani agar mencukupi kebutuhan beras organik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap minat beli konsumen pada beras organik (*green product*). Variabel atribut produk terdiri dari warna, saluran distribusi, harga, rasa, manfaat, dan kemasan, sedangkan variable minat beli terdiri dari tertarik mengkonsumsi, ingin mengkonsumsi, dan akan mengkonsumsi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan penjelasan yang bersifat deskriptif analisis dan verifikatif. Hasil analisis statistik menunjukkan adanya hubungan yang positif antara atribut produk terhadap minat.

Kata kunci : atribut produk, minat beli, beras organik, dan *green product*.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHANAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Kepustakaan.....	9
2.1.1 Pengertian <i>Green Product</i>	9
2.1.2 Pengertian Pemasaran	9
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Pengertian Produk.....	11
2.1.5 Tingkatan Produk.....	13
2.1.6 Pengertian Atribut Produk.....	14
2.1.7 Pentingnya Atribut Produk	18
2.1.8 Pengertian Minat Beli	19
2.1.9 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli.....	21
2.1.10 Kerangka Pemikiran.....	22
2.1.11 Hipotesis Penelitian.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.7 Alat Analisis.....	33

3.7.1 Metode Analisis Data	33
3.7.2 Uji Validitas.....	33
3.7.3 Teknik Pengolahan Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Karakteristik Responden	38
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	40
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	42
4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Mengkonsumsi..	43
4.2 Pembahasan.....	44
4.2.1 Pernyataan Responden Mengenai Atribut Produk.....	44
4.2.1.1 Pernyataan Responden Mengenai Atribut Produk: Warna	44
4.2.1.2 Pernyataan Responden Mengenai Atribut Produk: Rasa.....	45
4.2.1.3 Pernyataan Responden Mengenai Atribut Produk: Manfaat.....	47
4.2.1.4 Pernyataan Responden Mengenai Atribut Produk: Harga	49
4.2.1.5 Pernyataan Responden Mengenai Atribut Produk: Kemasan	50
4.2.2 Pernyataan Responden Mengenai Minat Beli	52
4.2.2.1 Pernyataan Responden Mengenai Minat Beli:	
Tertarik Mengkonsumsi	52

4.2.2.2 Pernyataan Responden Mengenai Minat Beli:	
Ingin Mengkonsumsi	53
4.2.2.3 Pernyataan Responden Mengenai Minat Beli:	
Akan Mengkonsumsi	54
4.3 Uji Validitas	56
4.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	58
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	63
 DAFTAR PUSTAKA	
65	
 LAMPIRAN	
67	
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	
79	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli.....	21
Gambar 2.2 Bagan Alur Penelitian Beras Organik.....	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Validitas Atribut Produk Terhadap Minat Beli.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3.2 Pembobotan Skala Likert	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	42
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Mengkonsumsi	43
Tabel 4.6 Warna Beras Organik Lebih Putih Dari Beras Biasa.....	45
Tabel 4.7 Rasa Beras Organik Lebih Enak Dari Beras Biasa.....	46
Tabel 4.8 Rasa Beras Organik Lebih Pulen Dari Beras Biasa.....	47
Tabel 4.9 Beras Organik Bermanfaat Bagi Kesehatan.....	48
Tabel 4.10 Beras Organik Bebas Dari Bahan Kimia	49
Tabel 4.11 Beras Lebih Mahal Dari Beras Biasa.....	50
Tabel 4.12 Kemasan Beras Organik Lebih Menarik Dari Beras Biasa.....	51
Tabel 4.13 Tertarik Mengkonsumsi Beras Organik.....	52
Tabel 4.14 Ingin Mengkonsumsi Beras Organik	54
Tabel 4.15 Akan Mengkonsumsi Beras Organik	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Atribut Produk	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Minat Beli.....	57
Tabel 4.18 Pengaruh (Koefisiensi Determinasi) Atribut Produk Pada Beras Organik	58
Tabel 4.19 Tingkat Signifikasi Produk Pada Beras Organik.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	67
Lampiran 2 Hasil Karakteristik Responden	71
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	74
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Dan Uji Kefisien Determinasi.....	77