

ABSTRAK

Konsumen sayur umumnya sangat sedikit yang memilih sayur organik padahal sayur organik memiliki kualitas lebih baik dari sayur lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji besarnya pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat beli baik secara parsial maupun secara simultan. Teori yang digunakan adalah *Theory of Planned Behavior*, penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif eksplanatori. Jumlah responden sebanyak 400 orang dengan populasinya konsumen sayur, obyek penelitian ini adalah sayur organik. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan bantuan Google Form. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan model regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jika ketertarikan konsumen meningkat maka minat beli konsumen pada sayur organik akan meningkat, jika dukungan keluarga, teman, produsen dan pemerintah semakin tinggi maka minat beli konsumen sayur organik semakin tinggi, konsumen yang sudah terbiasa membeli sayur organik tidak akan pernah merasa kesulitan untuk mendapatkan produk organik.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku dan Minat Beli



ABSTRACT

Consumers of vegetables are very few who choose organic vegetables whereas organic vegetables have better quality than other vegetables. The purpose of this study to examine the magnitude of the influence of attitudes, subjective norms and behavioral control of purchase intentions either partially or simultaneously. Theory used is Theory of Planned Behavior, this research was conducted used quantitative approach with explanatory descriptive method. Number of respondents as many as 400 people with population of vegetable consumers, the object of this research is organic vegetables. The sampling technique uses a questionnaire with the help of Google Form. The data obtained were analyzed by using multiple regression model. The results of this study indicate that if the consumer interest increases then consumer purchase intentions in organic vegetables will increase, if the support of family, friends, producers and government the higher the purchase intentions of organic vegetables consumers higher, consumers who are accustomed to buying organic vegetables will never feel Difficulty getting organic products.

Keywords: Attitude, Subjective Norm, Behavior Control and purchase intentions



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
Bab I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	7
Bab II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Perilaku Konsumen.....	8
2.1.1. Sikap.....	10
2.1.1.1. Komponen Sikap.....	11
2.1.1.2. Karakteristik Sikap.....	12
2.1.1.3. Faktor yang Mempengaruhi Sikap.....	13
2.1.1.4. Fungsi Sikap.....	15
2.1.1.5. Pengukuran Sikap.....	16
2.1.1.6. Indikator Sikap.....	18
2.1.2. Norma Subjektif	18
2.1.2.1. Pemahaman Norma Subyektif.....	18
2.1.2.2. Indikator Norma Subyektif.....	19
2.1.3. Kontrol Perilaku.....	19
2.1.3.1. Pemahaman Kontrol Perilaku.....	19
2.1.3.2. Indikator Kontrol Perilaku.....	20
2.2. Minat Beli.....	20
2.2.1. Pemahaman Dasar Minat Beli.....	20
2.2.2. Indikator Minat Beli.....	21
2.3. Hubungan antara Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku dengan Minat Beli	21
2.4. Kewirausahaan Sayur Organik.....	23

2.5. Penelitian Sebelumnya.....	24
Bab III RERANGKA PEMIKIRAN, MODEL DAN HIPOTESIS	
3.1. Rerangka Pemikiran.....	26
3.2. Model dan Hipotesis.....	27
Bab IV OBYEK DAN METODE PENELITIAN	
4.1. Obyek penelitian.....	30
4.2. Metode penelitian.....	30
4.2.1. Jenis Penelitian.....	30
4.2.2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
4.2.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data.....	33
4.3. Operasionalisasi Variabel.....	34
4.4. Teknik Analisis.....	37
4.4.1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
4.4.1.1. Uji Validitas.....	37
4.4.1.2. Uji Reliabilitas.....	38
4.4.2. Uji Asumsi Klasik.....	39
4.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
4.4.4. Koefisien Determinasi.....	42
4.4.5. Uji Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Sayur Organik.....	43
Bab V PEMBAHASAN PENELITIAN	
5.1 Karakteristik Responden.....	45
5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
5.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
5.4 Uji Hipotesis.....	56
5.4.1 Uji t.....	56
5.4.2 Uji F.....	59
5.5 Pembahasan.....	61
5.5.1 Pengaruh Sikap terhadap Minat Beli.....	61
5.5.1 Pengaruh Norma Subyektif terhadap Minat Beli.....	62
5.5.1 Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli.....	62
5.5.1 Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli.....	63
5.6 Implikasi Managerial.....	63
Bab VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	69
6.2 Saran.....	70

DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	72
LAMPIRAN A.....	LA - 1
LAMPIRAN B.....	LB - 1
LAMPIRAN C.....	LC - 1

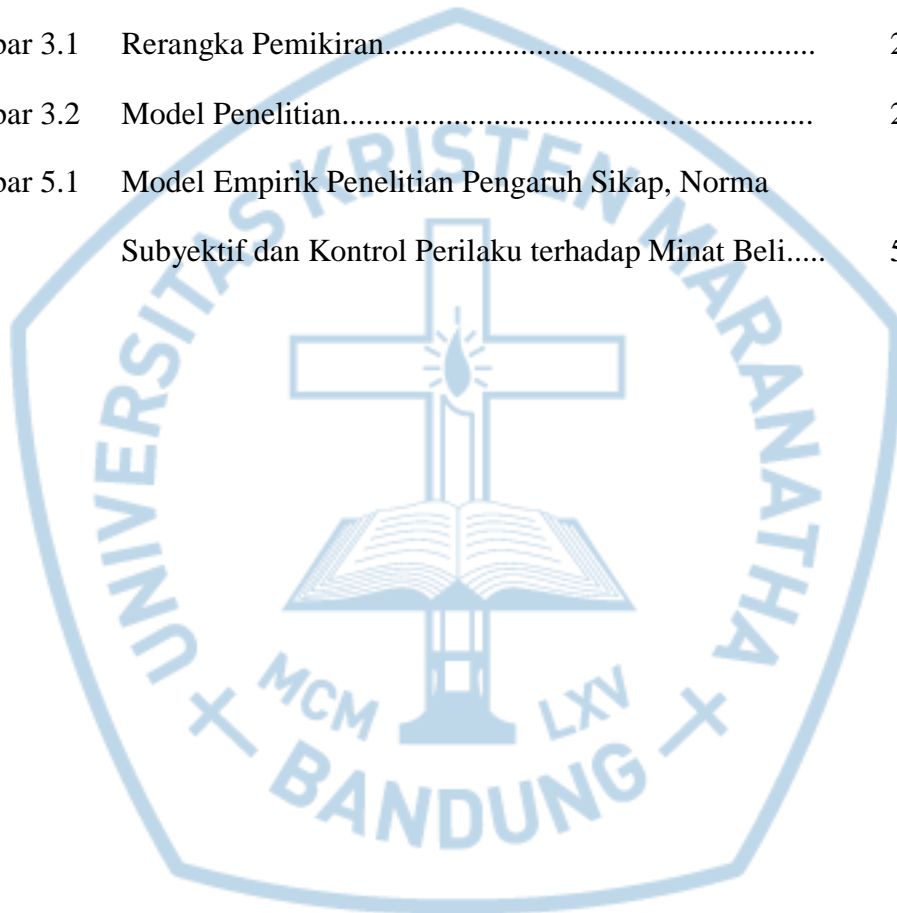


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya..... 25
Tabel 4.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian..... 35
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.... 45
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 46
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 47
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pengenalan Produk..... 48
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Belanja per Bulan..... 48
Tabel 5.6	Uji Kecukupan Sampel..... 49
Tabel 5.7	Hasil Uji Validitas Dengan Metode CFA..... 50
Tabel 5.8	Hasil Uji Reliabilitas Koefisien Alpha..... 51
Tabel 5.9	Hasil Uji Normalitas..... 53
Tabel 5.10	Hasil Uji Multikolinearitas..... 54
Tabel 5.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas..... 55
Tabel 5.12	Tabel Koefisien Hasil Uji t..... 57
Tabel 5.13	Hasil Uji F (Simultan) Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli..... 60
Tabel 5.14	Tabel Model Summary Uji F..... 61

DAFTAR GAMBAR

Notasi	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Aktifitas Perilaku Konsumen.....	8
Gambar 2.2	Model <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	22
Gambar 2.3	Model Penelitian Sebelumnya.....	24
Gambar 3.1	Rerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.2	Model Penelitian.....	27
Gambar 5.1	Model Empirik Penelitian Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	LA - 1
Lampiran B	LB - 1
Lampiran C	LC - 1

