



PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS

ORGANIK

SKRIPSI

Oleh :

Ni Made Putri Agustini Dharma

217.01.032.107



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2021



PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS ORGANIK

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Strata Satu (S-1)

Ni Made Putri Agustini Dharma

217.01.032.107



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2021

i

Perilaku Konsumen dalam Pembelian Beras Organik di Kota Malang

Ni Made Putri Agustini Dharma¹, Nikmatul Khoiriyah², Titis Surya Maha Rianti²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : nmadeagustini@gmail.com

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email : nikmatul@unisma.ac.id Email : rianti.titis@unisma.ac.id

Abstract

The increasing number of products made from chemicals in the market has led to increased public knowledge about the importance of health in consuming chemical-free foods. This study aims to analyze consumer behavior that affects the purchase of organic rice. The research was conducted at Lai-lai Supermarket, Ranch Market, Super Indo, Hypermart, Transmart, Wholesale Stores, and Traditional Stores in Malang City. Data collection is done online via google form. Sampling was done by convenience sampling with a sample of 100 consumers. The research approach is a qualitative method. The analysis used is multiple linear regression analysis. The results showed that the importance of health, product availability, price, packaging, quality, and free of chemicals affect consumer behavior in buying organic rice. While the importance of being environmentally friendly, trends, and lifestyles do not affect consumer behavior in buying organic rice. This research is expected to provide an overview and information on consumer behavior of organic rice that helps in the sustainability of organic rice marketing.

Keywords: Consumer Behavior, Organic Rice, Chemical Free

Abstrak

Semakin maraknya produk-produk yang berbahan kimia dipasaran, menyebabkan meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang pentingnya kesehatan dalam mengonsumsi makanan bebas bahan kimia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perilaku konsumen yang berpengaruh terhadap pembelian beras organik. Penelitian dilakukan di Lai-lai Supermarket, Ranch Market, Super Indo, Hypermart, Transmart, Toko Grosir, dan Toko Tradisional di Kota Malang. Pengambilan data dilakukan secara online melalui google form. Pengambilan sampel dilakukan secara *convenience sampling* dengan sampel sebanyak 100 konsumen. Pendekatan penelitian adalah metode kualitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya kesehatan, ketersediaan produk, harga, kemasan, kualitas, dan bebas bahan kimia mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli beras organik. Sedangkan pentingnya ramah lingkungan, trend, dan gaya hidup tidak mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli beras organik. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi perilaku konsumen beras organik yang membantu dalam keberlangsungan pemasaran beras organik.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Beras Organik, Bebas Bahan Kimia

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketahanan pangan yang tercermin dari tersedianya pangan sangat penting dalam pembangunan ekonomi negara untuk mewujudkan ketahanan pangan nasional yang berbasiskan kemandirian pangan domestik (Mewa, 2010). Ketahanan pangan di suatu wilayah diukur dari ketersediaan pangan, daya beli, dan tingkat konsumsi. Dari aspek gizi kecukupan konsumsi energi dan protein dapat menjadi indikator yang digunakan untuk analisis tingkat konsumsi masyarakat (Saputri dkk, 2016). Pemenuhan pangan akan berkaitan dengan kesesuaian antara produksi sektor pertanian dengan kebutuhan pangan masyarakatnya (Pujiati dkk, 2020).

Sektor pertanian berfungsi dalam hal penyerapan tenaga kerja, penyedia bahan baku dan pasar, mengendalikan inflasi, serta merupakan penyedia kebutuhan sehari-hari untuk manusia. Menurut survey (McKinsey Global Institute, 2012) diperkirakan ekonomi Indonesia menjadi terbesar ketujuh dunia pada 2030 dan salah satu sektor yang berpengaruh dalam laju perekonomian Indonesia di masa mendatang merupakan sektor pertanian. Menurut data (BPS, 2016) sektor pertanian juga memiliki kontribusi pada Produk Domestik Bruto 1,51% tanaman hortikultura, 3,42% tanaman pangan, 3,46% tanaman perkebunan, 1,62% peternakan, 0,20% jasa pertanian dan perburuan, 2,56% perikanan, dan 0,69% kehutanan. Kedudukan utama tersebut menimbulkan bidang pertanian semakin berkembang dan berkelanjutan. Untuk membangun pertanian yang konsisten dan berkelanjutan, dibutuhkan kontribusi yang besar dari sektor pertanian untuk meningkatkan

pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat di Indonesia (Setyawati & Yasa, 2018).

Pembangunan pertanian berkelanjutan juga dilakukan dalam pembangunan pertanian organik oleh pemerintah seiring dengan kebijakan “*Go Organic*” yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan dengan melakukan pertanian organik yang berkelanjutan dan berdaya saing internasional (Sari dkk, 2020). Pertanian organik merupakan teknik budidaya pertanian yang menggunakan bahan alami dan tidak menggunakan bahan kimia sintesis yang bertujuan menyediakan produk-produk pertanian, terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumen serta tidak merusak lingkungan (Northa dkk, 2012).

Secara bisnis, pertanian organik di Indonesia masih memiliki peluang yang besar dengan jumlah penduduk Indonesia yang sedemikian banyak merupakan potensi besar sebagai konsumen produk organik. Walaupun tidak semua kalangan masyarakat Indonesia mampu membeli hasil pertanian organik, karena harga hasil produk pertanian organik biasanya tergolong cukup mahal. Peluang bisnis produk pertanian organik ini sudah mulai banyak dimanfaatkan terbukti ada peningkatan jumlah lahan pertanian organik Indonesia berdasarkan data Statistik Pertanian Organik Indonesia (Ariesusanty dkk, 2010). Perkembangan zaman yang semakin modern terhadap mudahnya mendapatkan informasi yang membuat semakin banyak masyarakat yang sadar akan gaya hidup sehat membuat masyarakat beralih mengonsumsi bahan-bahan pangan yang organik. Potensi terbesar di Indonesia

dalam mengonsumsi bahan pangan organik adalah beras. Ketergantungan penduduk Indonesia terhadap beras sangat tinggi, hal ini ditandai dengan rata-rata konsumsi beras pada periode tahun 2010-2014 sebesar 98,57 kg/kapita/tahun (Kementrian Pertanian RI, 2015).

Beras merupakan bahan pokok sebagian besar masyarakat Indonesia yang memiliki kesempatan untuk pengembangannya, khususnya dibidang pengembangan pasar ataupun perdagangannya (Joni & Agung, 2010). Kesempatan ini dapat diwujudkan dengan membuat produk beras mempunyai nilai tambah yang lebih baik dibanding dengan produk beras yang sudah terdapat di pasaran, baik itu dari segi mutu ataupun segi kuantitas. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan mutu beras yang diawali dari budidaya hingga pengolahan produk secara organik untuk menjamin kualitas beras yang bermutu dari segi kesehatan dan kelestarian lingkungan.

Beras organik merupakan beras yang bebas dari bahan kimia buatan dan bahan lainnya yang membahayakan kesehatan sehingga sehat dikonsumsi oleh balita, dewasa, maupun manula (Ida dkk, 2017). Keunggulan beras organik tidak didapatkan dengan cara yang mudah karena budidaya beras organik harus berada pada tanah yang ramah lingkungan, lokasi harus jauh dari polusi dan hanya menggunakan pupuk dan pestisida organik (Setiawan, 2016). Disisi keunggulan beras organik memiliki kelemahan dalam hal pemasaran dikarenakan kegiatan budidaya beras organik relatif sulit serta lahan yang ramah lingkungan masih sangat terbatas membuat budidaya beras organik tidak sebanyak budidaya beras non

organik, sehingga pemasaran harga beras organik relatif tinggi. Tingginya harga beras organik menyebabkan konsumennya pun merupakan kalangan terbatas yaitu masyarakat yang mengerti keunggulannya dan bersedia membayar dengan harga lebih mahal (Andoko, 2010).

Konsumen dalam kalangan terbatas dalam melakukan pembelian salah satunya didukung dengan atribut keunggulan beras organik. Pembelian dapat dipengaruhi oleh atribut seperti kepuasan konsumen, performasi produk, kesehatan produk, lokasi pembelian, harga produk, dan sumber informasi produk. Atribut tersebut akan memberikan informasi dalam pembelian beras organik dan merupakan faktor penting karena akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian beras organik. Pemahaman akan perilaku konsumen mempengaruhi keberlangsungan permintaan tinggi rendahnya pembelian beras organik serta kepuasan konsumen dalam membeli beras organik. Kepuasan konsumen merupakan fokus dari proses manajemen berorientasi pada konsumen, bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan pelanggan adalah kualitas (Supranto, 2011).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi perilaku konsumen beras organik yang membantu dalam keberlangsungan pemasaran beras organik baik kepada produsen dan swalayan sehingga dapat dijadikan dasar dalam strategi pemasaran dalam memenuhi kepuasan konsumen dan membantu pemerintah dalam mengembangkan pertanian organik sehingga dapat meningkatnya masyarakat yang mengonsumsi beras organik.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas beras merupakan komoditas pangan utama masyarakat Indonesia dimana hampir semua masyarakat mengonsumsi beras, hal ini menyebabkan komoditas beras memiliki nilai yang strategis. Akan tetapi budidaya beras non-organik dapat mencemari lingkungan di masa depan jika terus-menerus menggunakan bahan kimia sintesis dalam budidayanya sehingga pertanian berkelanjutan perlu dilakukan dengan kebijakan “*Go Organic*” yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan.

Salah satu hasil pertanian organik adalah beras organik yang budidaya dan pengolahannya tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintesis sehingga memiliki keunggulan dibandingkan hasil pertanian beras non organik. Keunggulan beras organik juga memiliki kelemahan dimana sistem budidaya beras organik yang tidak mudah dan sertifikat organik yang mahal mengakibatkan harga beras organik sangat mahal dan hanya konsumen dikalangan tertentu yang sadar akan gaya hidup sehat dan kalangan menengah atas yang bersedia membeli beras organik.

Terbatasnya konsumen beras organik akan mempengaruhi tinggi rendahnya pembelian sehingga dalam mengenali konsumen terhadap produk beras organik harus didasarkan pada karakteristik dan perilaku-perilaku yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Untuk itu perlu dilakukan penelitian keputusan pembelian beras organik terhadap perilaku konsumen yang didasari oleh faktor-faktor perilaku konsumen, atribut produk, dan keutamaan konsumen dalam melakukan pembelian yang sesuai kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan,

sehingga rumusan masalah yang didapat yaitu perilaku konsumen apa saja yang berpengaruh dalam keputusan pembelian beras organik dan variabel produk beras organik yang berpengaruh dominan dalam keputusan pembelian beras organik.

1.3 Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah di atas, maka disusun tujuan sebagai berikut :

1. Menganalisa variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras organik.
2. Menganalisa variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian beras organik.

1.4 Batasan Penelitian

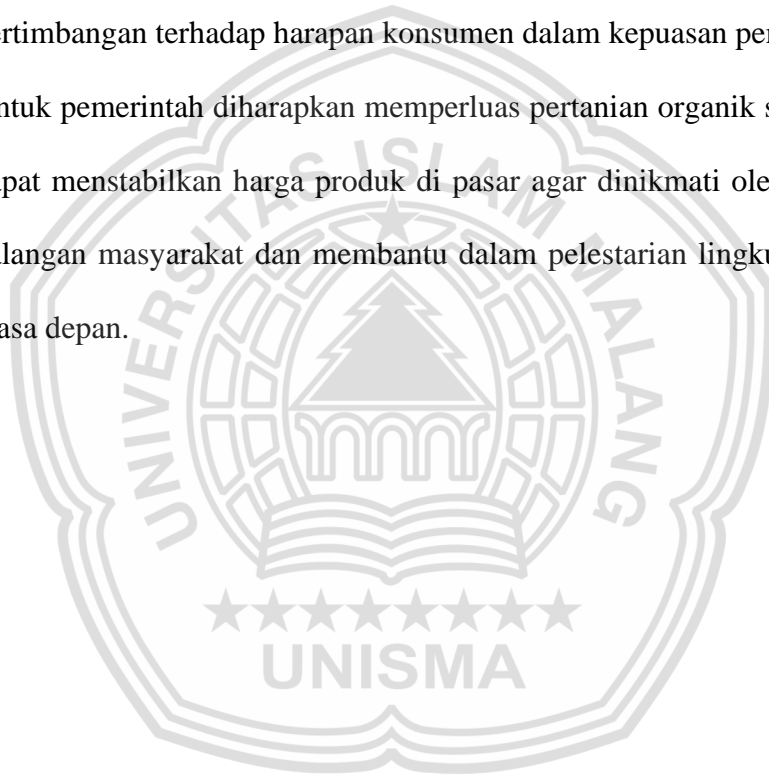
Berdasarkan luasnya pembahasan penelitian ini, maka penelitian ini dibatasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Penelitian hanya dibatasi pada permasalahan yang ada pada tingkat keputusan konsumen dalam pembelian beras organik di Kota Malang.
2. Permasalahan yang ada ditingkat produsen beras, swalayan dan toko hanya digunakan acuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif.
3. Penelitian tidak mempertimbangkan varietas atau jenis beras organik yang ada di pasaran.
4. Penelitian melakukan survey konsumen secara online dan tidak mempertimbangkan satu supermarket dan toko yang menjual beras organik.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut :

1. Untuk produsen beras organik mengetahui tingkat minat dan faktor-faktor pembelian yang memberikan keuntungan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Untuk swalayan dan toko yang menjual beras organik mengetahui pertimbangan terhadap harapan konsumen dalam kepuasan pembelian.
3. Untuk pemerintah diharapkan memperluas pertanian organik sehingga dapat menstabilkan harga produk di pasar agar dinikmati oleh semua kalangan masyarakat dan membantu dalam pelestarian lingkungan di masa depan.



BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel pentingnya kesehatan (X1), ketersediaan produk (X3), harga (X6), kemasan (X7), kualitas (X8), dan bebas bahan kimia (X9) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik (Y). Sedangkan tiga variabel lainnya yaitu pentingnya ramah lingkungan (X3), trend (X4), dan gaya hidup (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik (Y).
2. Variabel bebas bahan kimia (X9) mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian beras organik (Y) dengan nilai koefisien regresi (*Standardized Coefficient Beta*) sebesar 0,306.

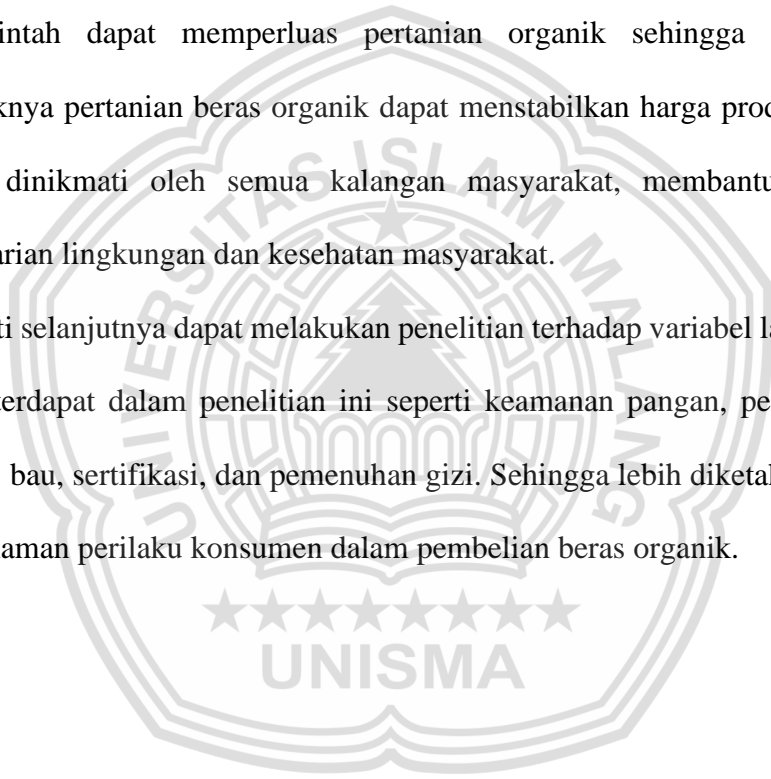
6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran sebagai berikut :

1. Produsen dapat meningkatkan penjualan dan minat konsumen terhadap beras organik dengan menerapkan beberapa strategi pemasaran seperti meningkatkan mutu dan kualitas produk, memasarkan produk melalui media sosial dan meningkatkan penyediaan produk dengan berat/kemasan 5 kg karena banyak diminati konsumen sehingga konsumen beras organik semakin merasa puas dan konsumen beras non-organik dapat tertarik,

mengetahui beras organik dan dapat beralih ke beras organik sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

2. Swalayan dan toko dapat menjaga ketersediaan produk dengan cara saat produk mulai berkurang perlu adanya cadangan produk lebih sehingga konsumen selalu mendapatkan produk yang diinginkan dan akan merasa puas.
3. Pemerintah dapat memperluas pertanian organik sehingga semakin banyaknya pertanian beras organik dapat menstabilkan harga produk agar dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat, membantu dalam pelestarian lingkungan dan kesehatan masyarakat.
4. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti keamanan pangan, pelayanan, warna, bau, sertifikasi, dan pemenuhan gizi. Sehingga lebih diketahui akan pemahaman perilaku konsumen dalam pembelian beras organik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F & Herwin. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik di Jakarta*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB), 4 (1) : 1-8. Fakultas Ekonomi UNIAT.
- Agustina, Titin. 2011. *Analisis Perilaku Konsumen Beras Organik Di Kabupaten Jember*. J-SEP Vol. 5 No.3.
- Ainur, R. 2020. *Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia*. Jurnal Inovasi Penelitian Vol.1 No.7. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Aji, M. M. J., & Widodo, A. 2010. *Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Organik di Kabupaten Jember dan Faktor Yang Mempengaruhinya*. J-SEP Vol.4 No.3.
- Andoko, A. 2010. *Budidaya Padi Secara Organik*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Annisa, dkk. 2019. *Analisis Pemasaran Beras Merah Organik di Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman*. JOSETA: Journal of Socio Economic on Tripical Agriculture Vol.1 No.2 : 48-57. ISSN: 2686-0953.
- Arianto, A. B. 2013. *Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang*. Jurnal Aplikasi Manajemen Vol. 11 No.2, 294-305.
- Ariesusanty, L., dkk. 2010. *Statistik Pertanian Organik Indonesia*. AOI. Bogor.
- Bambang, M. 2020. *Tindakan Produsen Dalam Menyikapi dan Mengenal Perilaku Konsumen*. Universitas Islam Batik Surakarta.
- BPS. 2016. *Indikator Pertanian*. ISSN:0854-9427. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- BPS. 2020. *Sensus Penduduk Kota Malang*. Badan Pusat Statistik. Malang.
- BPS. 2021. *Sejarah dan Letak Geografis, Demografi Kota Malang 2020*. Badan Pusat Statistik. Malang.
- Dewi, P. D. A., & Suaryana, I. G. N. A. 2013. *Pengaruh EPS, DER, dan PBV Terhadap Harga Saham*. E-Jurnal Akuntansi 4.1 (215-229). Universitas Udayana.

- Dorney, Z. 2007. *Research Methods in Applied Linguistics*. New York: Oxford University Press.
- Fadhila, S., dkk. 2020. *Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan*. SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol.8 No.1 (53-60).
- Ferryal, A., Herwin. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik di Jakarta*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.4 No.1. Universitas Islam Attahiriyah.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Dengan Program SPSS*. Semarang. Univeritas Diponegoro.
- Golan, H., & Renza, P. 2018. *Perilaku Konsumen dan Faktor yang Mempengaruhi Customer Loyalty Pada Perusahaan Retail*. Jurnal Elektornik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Vol.2 No.1. ISSN: 2598-8107.
- Gulla, R., dkk. 2015. *Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn*. Jurnal EMBA Vol.3 No.1, 1313 – 1322.
- Hambarto, B. 2002. *Studi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Barbershop Di Surabaya Timur*. Seminar Nasional Ilmu Terapan IV. Universitas Widya Kartika.
- Hanafiah, M. S., Irianto, H., & Ani, W. S. 2020. *Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Beras Organik Di Kota Surakarta*. AGRISTA Vol.8 No.3. ISSN : 2302-1713.
- Herlisia, M. 2020. *Peningkatan Pemasaran Produk Beras Organik Oku Timur di Desa Karang Sari Kecamatan Belitang III Kabupaten Oku Timur*. Jurnal BUDIMAS Vol.02 No.1. STIE Trisna Negara Sumatera Selatan.
- I Komang, T., I Putu, G., & Ni Nyoman, K. 2016. *Perilaku Konsumen Mengonsumsi Beras Organik di Kota Denpasar Berdasarkan Theory Of Planned Behavior*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.8 : 2609-2638. ISSN: 2337-3067.
- Ida, S., dkk. 2017. *Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik di Kota Surakarta*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

- Indriyo, G. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : IKAPI 272.
- Joni, M. M. A., & Agung, W. 2010. *Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Bermerk di Kabupaten Jember dan Faktor Yang Mempengaruhinya*. J-SEP Vol.4 No.3. Universitas Jember.
- Kementrian Pertanian RI. 2015. *Rencana Strategis Kementrian Pertanian Tahun 2015-2019*. Jakarta.
- Khan, et al. 2016. *The Impact Of Product and Service Quality On Brand Loyalty : Evidence From Quick Service Restaurants*. American Journal Of Marketing Research Vol. 2 No. 3.
- Khoirotunnisa, A., & Titis, S. D. 2016. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Asus*. Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 21 No.1, 28-35.
- Kotler, P. 2012. *Marketing Management*. Edition 14th. England: Pearson Education.
- Kotler, P., & G, Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lakkana, R., & Montalee, S. 2017. *The Factors Affecting Decisions To Purchase Rice and Consumer Perception of Organic Rice in Bangkok, Thailand*. International Journal of Advances in Agricultural and Environmental Engineering 4 (1), 6-11.
- Lee, H., J. 2016. *Individual and Situational Determinants of U.S Consumer's Buying Behavior of Organic Foods*. Journal of International Food and Agribusiness Marketing Vol. 28 No. 2 : 117-131.
- Lilik, R., dkk. 2018. *Analisis Permintaan dan Perilaku Konsumen Fintech Syariah Model Crwodfunding*. Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan 2 (1). E-ISSN: 2597-9434.
- Linggar, E. S., dkk. 2017. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.46 No.2. Universitas Brawijaya.
- Makaleuw, Marghie, M., Sumaruw, J., & Ogi, I. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado)*. Jurnal EMBA.

- Maria, M., & Anshori, M. Y. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Vol.6 No.1.
- Massoud, M., Pham, V. K., and Ilham, D. 2014. *Differences of Customer Purchase Behavior Toward Organic Rice in Indonesia and Taiwan*. International Journal of Quality and Service Sciences.
- McKinsey Global Institute. 2012. *The Archipelago Economy : Unleashing Indonesia's Potential*.
- Mewa, A. 2010. *Analisis Konsumsi Pangan Tingkat Masyarakat Mendukung Pencapaian Diversifikasi Pangan*. Gizi Indon 33 (1) : 20-28.
- Muhajirin. 2013. *Desain Produk, Pengertian dan Ruang Lingkupnya*. Jurnal Desain Vol.7 No.2.
- Muhammad, Z., dkk. 2019. *Elastisitas Permintaan Beras Organik di Kabupaten Hulu Sungai Utara*. Rawa Sains, Vol.9 No.1, Hal 681-687 ISSN: 2354-6379.
- Nasution, A., & Syamsuri, A. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Stie Labuhanbatu)*. Jurnal Ecobisma Vol.3 No.1.
- Northa, I., dkk. 2012. *Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik*. Jurnal Manajemen & Agribisnis, Vol.9 No.2. Institut Pertanian Bogor.
- Novia, D., N. 2020. *Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup Dalam Perspektif Islam*. Tanwirul Uqul Vol.01 No.01. Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Al-Anwar Bangkalan.
- Pacharee, J., and Donyaprueth, K. 2019. *Factors Influencing Purchase Intention of Organic Rice in Thailand*. Journal of Food Products Marketing 25 (8), 805-828.
- Pradana, M., & Reventiary, A. 2016. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customer Indonesia)*. Jurnal Manajemen Vol.6 No.1, 1-10.
- Pujiati, S. A., dkk. 2020. *Analisis ketersediaan, keterjangkauan dan pemanfaatan pangan dalam mendukung tercapainya ketahanan pangan masyarakat di Provinsi Jawa Tengah*. JSEP 16 (2) : 123-133.

- Putra, E. T. K. I., Sukaatmadja, G. P. I., & Yasa, K. N. N. 2016. *Perilaku Konsumen Mengonsumsi Beras Organik Di Kota Denpasar Berdasarkan Theory of Planned Behavior*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Unud 5.8 : 2609-2638.
- Ratih, D. K., dkk. 2019. *Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik di Surakarta*. Jurnal Ilmiah Agrineca.
- Ria, A. W., dkk. 2020. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Pada PT. Indomarco Prismatama di Banjarmasin*. Universitas Islam Kalimantan.
- Safitri, S. A., dkk. 2014. *Strategi Pengembangan Sistem Agribisnis Beras Organik (Studi Kasus : Desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai)*. JurnalUSU, 5 (1) : 1-10.
- Santoso, I., & Fitryani, R. 2016. *Green Packaging, Green Product, Consumer Perception, and Purchasing Interest (in Indonesian)*. Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen 9 (2), 147-158.
- Saputra, Setiawan, T., Hidayat, K., & Sunarti. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 50 No.6.
- Saputri, R., dkk. 2016. *Pola Konsumsi Pangan dan Tingkat Ketahanan Pangan Rumah Tangga di Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Jurnal Gizi Klinik Indonesia Vol 12 No 3 (123-130).
- Sari, Y., dkk. 2020. *Willingness To Pay Konsumen Beras Organik Dan Faktor-faktor Yang Berkaitan Dengan Ketersediaan Konsumen Untuk Membayar Lebih*. Forum Agribisnis Vol. 10 No. 1.
- Sarr, T. 2014. *Ini Dia Buah, Sayur, dan Herbal Beracun*. Trans Idea Publishing. Yogyakarta.
- Setiawan, Arif. 2016. *Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu*. Universitas Lampung.
- Setyawati, N. M., & Yasa, I. G. 2018. *Pengaruh Subsidi pupuk, Luas Lahan, Terhadap Biaya Produksi dan Pendapatan Petani Padi di Desa Jatiluwih, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan*. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol.7, 273.

- Shaharudin, M. R., Pani, J. J., Mansor, S. W., & Elias, S. J. 2010. *Factors Affecting Purchase Intention of Organic Food in Malaysia's Kedah State*. Cross-Cultural Communication Vol. 6 No. 2 : 105-116.
- Siregar, Sofiyan. 2020. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Edisi 1 Cetakan 3. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sri, H., dkk. 2018. *Efisiensi Usahatani Padi Organik di Kecamatan Candipuro*. Politeknik Negeri Lampung.
- Sri, W. 2011. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Maliyah Vol.01 No.01.
- Subagio, dkk. 2015. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Low Cost Green Car Astra Daihatsu Ayla di PT. Jolo Abadi, Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis-JAB Vol.23 No.1.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Cetakan ke-18. ALFABETA CV.
- Suharto. 2016. *Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan*. Jurnal Derivatif Vol.10 No.1.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta : PT. Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryadi, Ludfi, D. 2020. *Analisis Pengaruh Atribut Produk Sepeda Motor Terhadap Perilaku Konsumen*. Jurnal Administrasi dan Bisnis Vol.14 No.1. ISSN: 1978-726X.
- Tjelani, E., I. 2013. *Kepemilikan Manajerial dan Institusional Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Hitung Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3. ISSN 2303-1174.
- Utami, Panuntun, D. 2011. *Analisis Pilihan Konsumen Dalam Mengonsumsi Beras Organik di Kabupaten Sragen*. Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian. MEDIAGRO Vol. 7 No.1.

- Wenhao, W., Lin, Z., & Hsiaoping, C. 2019. *Impact of Consumer Awareness, Knowledge, and Attitudes on Organic Rice Purchasing Behavior in China*. *Journal of Food Products Marketing* 25 (5), 549-565.
- Widoyoko, S. E. P. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Wijesinghe, A. G. K., and Nazreen, A. H. P. 2020. *Consumer Willingness to Pay for Organic Rice : With Reference to Kurunegala District in Sri Lanka*. *Kelaniya Journal of Management* Vol.9 (1).
- Xie, B., Wang, L., Yang, H., Wang, Y., & Zhang, M. 2015. *Consumer Perception and Attitudes of Organic Food Products in Eastern China*. *British Food Journal* Vol. 117 Iss. 3 ; 1105-1121.
- Yulia, S., dkk. 2020. *Willingness To Pay Konsumen Beras Organik dan Faktor-faktor yang Berkaitan Dengan Ketersediaan Konsumen Untuk Membayar Lebih*. *Forum Agribisnis* Vol.10 No.1. ISSN: 2252-5491.

