



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BERAS ORGANIK**

**(Studi Kasus Di PPAH Desa Sengguruh Kecamatan Kepanjen Kabupaten
Malang)**

SKRIPSI

Oleh :

ZAHWA NURIL FIRDAUSIAH

219.01.0.32034



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2024

RINGKASAN

Zahwa Nuril Firdausiah (219.010.32034) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik (Studi Kasus : Di PPAH Petani Sejatera Desa Sengguruh Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang).

Pembimbing : 1. Dr. Dwi Susilowati, SP., M.P 2. Ir. Sri Hindarti, M. Si.

Indonesia merupakan negara agraris dengan kekayaan sumberdaya alam yang melimpah, sehingga sangat memungkinkan bagi Indonesia dalam mengembangkan sektor agrarian, salah satu subsector agrarian yang dikembangkan adalah komoditas pertanian hortikultura. Melihat masyarakat Indonesia pasca pandemic Covid-19 konsumsi beras organik semakin meningkat, maka fenomena harga yang terjadi saat ini pada beras organik sangat tinggi diperkirakan mampu mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian beras organik. Namun terdapat satu kendala yang dialami seperti kegagalan dalam menjaga kepercayaan konsumen. Kegagalan tersebut tercermin dari perilaku konsumen yang enggan membeli produk organik bahkan mencegah kembali konsumen untuk membeli produk organik. Hal ini menunjukkan kepercayaan Masyarakat mengenai atribut dan manfaat produk organik (beras organik) yang belum mampu memenuhi kebutuhannya dan menciptakan kepuasan dibenak konsumen. Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen beras organik. 2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras organik.

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sengguruh Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang pada bulan Agustus 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* yang mana responden didapatkan berdasarkan orang pertama yang lebih dahulu ditemui peneliti. Dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Dalam melakukan analisis peneliti menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengetahui karakteristik konsumen beras organik. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras organik menggunakan metode analisis regresi logistik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa data kuisisioner yang didapatkan dari hasil wawancara terhadap responden.

Berdasarkan data yang didapatkan diketahui bahwa konsumen beras organik didominasi oleh responden dengan usia 20-30 tahun, jenis kelamin Perempuan dengan Pendidikan terakhir SMA. Pekerjaan responden adalah sebagai wiraswasta dengan pendapatan > Rp. 2.000.000 dalam satu bulan dengan jumlah anggota keluarga 3 dan rata-rata pembelian dalam satu bulan sebanyak 3 minggu sekali dengan jumlah pembelian sebanyak 5 kg dalam satu kali beli.

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa hasil pada nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,893 dimana nilai Nagelkerke R menunjukkan nilai koefisien determinasi, yang artinya 89% variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependen, dan sisanya sebesar 21% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian. Hasil uji G (chi square) menunjukkan nilai Chi-square hitung sebesar $88.350 > 15.507$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa 8 variabel independent yang digunakan didalam penelitian yaitu kualitas produk, kemasan, harga, daya tahan, kepulenan, gaya hidup, pendapatan,

dan Pendidikan dapat menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian beras organik. Hasil uji parsial menggunakan uji wald yang diperoleh secara parsial faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras organik adalah kualitas (X_1), Kemasan (X_2), harga (X_3), gaya hidup (X_6), pendidikan (X_8).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran yang dapat diberikan dari penulis yaitu Kualitas, Kemasan, Harga, Gaya hidup dan Pendidikan menjadi hal yang dipertimbangkan dalam pilihan konsumen maka dari itu PPAH harus menjaga mutu dan kualitas dari beras organik, dengan cara desain kemasan pada produk perlu ditingkatkan agar lebih menarik konsumen dalam berbelanja, serta meningkatkan kualitas guna tetap menjaga kepercayaan konsumen. 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.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dengan kekayaan sumberdaya alam yang melimpah, sehingga sangat memungkinkan bagi Indonesia dalam mengembangkan sektor agraria, salah satu subsektor agraria yang dikembangkan adalah komoditas pertanian hortikultura (warnadi & Nugraheni, 2012). Negara Indonesia sangat didukung oleh kondisi daerah yang memiliki dataran rendah dan dataran tinggi serta beriklim tropis sehingga banyak jenis tanaman hortikultura seperti sayuran yang dapat tumbuh di berbagai daerah di Indonesia. Tanaman pangan merupakan keperluan kontinue maka memiliki harga pasar yang baik dan terjangkau untuk masyarakat (Tafajani, 2011).

Dewasa ini kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat mulai mengalami peningkatan terutama pada masyarakat modern, dimana pada masa ini sebagian besar masyarakat menjadi semakin selektif dalam memilih beras yang dikonsumsi dengan harapan agar mendapat manfaat baik untuk tubuhnya. Beberapa menerapkan syarat ketika memilih bahan pangan yang akan dikonsumsi, salah satunya ialah bebas dari bahan kimia, pestisida atau biasa disebut organik. Teknologi ini mempunyai keunggulan yaitu mengurangi atau pun menghilangkan sama sekali residu pestisida atau zat kimia lainnya. Teknologi ini memudahkan masyarakat menemukan bahan pangan aman untuk dikonsumsi serta ramah lingkungan.

Menurut (Kongolo, 2014) : pertanian organik merupakan teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami yang diperoleh dari alam seperti: pupuk kandang, pupuk kompos dan berbagai bahan-bahan lainnya, tanpa sedikitpun menggunakan campuran bahan-bahan sintetis/buatan. Tujuan utama dari pertanian organik adalah mengoptimalkan kesehatan dan produktivitas mikroorganisme tanah, tumbuhan, hewan dan manusia. Saat ini, Gaya hidup sehat dengan ungkapan "back to nature" telah menjadi tren masyarakat dunia. Masyarakat semakin sadar bahwa penggunaan bahan kimia dalam Produksi

pertanian memiliki effect merugikan pada Kesehatan manusia dan lingkungan. kesadara ditimbulkan dari penggunaan bahan kimia sintetik dalam pertanian membuat pertanian organik menarik perhatian baik produsen maupun konsumen.

Pertanian organik menjadi salah satu alternarif menuju pembangunan pertanian yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Tujuan utama sistem pertanian organik adalah menghasilkan produk pangan yang aman bagi kesehatan konsumen dan produsen serta tidak merusak lingkungan. Salah satu yang dihasilkan dari pertanian organik adalah beras organik. Beras organik merupakan jenis beras yang ditanam/dibudidaya tanpa menggunakan bahan kimia dan ramah lingkungan. Kelebihan beras organik yaitu lebih sehat, rasa lebih enak serta tidak merusak lingkungan (Nafis, 2011). Berdasarkan kompilasi data Statistik Pertanian Organik Indonesia (SPOI) tercatat pada tahun 2018 luas pertanian organik Indonesia meningkat menjadi 251.630,98 Ha yang sebelumnya 208.042,06 Ha pada tahun 2017.

Tabel 1.1 Rata-Rata Konsumsi dan Pengeluaran Perkapita Beras Sebulan di Kota Malang 2018-2023

Rata-Rata Konsumsi dan Pengeluaran Perkapita Beras	Rata-Rata Konsumsi dan Pengeluaran Perkapita Beras Sebulan di Kota Malang					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Konsumsi (kg)	4.50	4.58	4.64	4,80	5,22	5,03
Pengeluaran (rupiah)	49700.50	46151.26	48642.01	52 546,21	59 084,21	63 013,83

Sumber : BPS, Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS)

Berdasarkan data hasil SUSENAS-BPS rata-rata konsumsi beras di Kota Malang pada tahun 2018 adalah 4,50 kg/kapita/bulan, tahun 2019 adalah 4,58 kg/kapita/bulan, tahun 2020 sebesar 4,64 kg/kapita/bulan, sedangkan pada tahun 2021 sebesar 4,80 kg/kapita/bulan, tahun 2022 sebesar 5,22 kg/kapita/bulan tahun 2023 sebesar 5,03 kg/kapita/bulan. Dari sini bisa dilihat bahwa trend konsumsi beras masyarakat malang semakin meningkat. Sementara itu pertumbuhan pasar makanan organik di Indonesia terlihat dengan meningkatnya jumlah petani organik, outlet-outlet supermarket dan rumah makan yang menjual produk beras organik (Thio, 2008). Kabupaten Malang adalah salah satu kota dengan jumlah penduduk pertumbuhannya cukup pesat. Konsumen beras organik terdiri dari

beragam tingkatan sosial, salah satunya bisa dilihat melalui tingkat pendapatan masyarakat. Garis pendapatan konsumsi menunjukkan bahwa perbedaan pendapatan yang diperoleh menyebabkan perbedaan pola konsumsi pada setiap konsumen. Di Malang hanya sebagian masyarakat yang rela mengeluarkan dana lebih besar demi mendapatkan beras organik, walaupun beras organik relatif lebih mahal (Mamilianti, 2015).

Sejak tahun 2016, Indonesia telah melakukan swasembada beras, yang dibuktikan dengan terpenuhinya konsumsi beras dari produksi beras dalam negeri. Berdasarkan data BPS (2017), diketahui bahwa neraca perdagangan untuk komoditas peetanian pada tahun 2017 terjadi surplus USD 10.98 miliar yang mana Sebagian diperoleh dari kegiatan ekspor.

Permintaan beras organik belum terlalu besar meskipun masyarakat menyadari akan manfaat yang baik dari beras organik. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan pemikiran dan alasan dari masing-masing konsumen dalam keputusan pembelian beras organik. Konsumen akan membeli produk apabila produk sesuai dengan keinginannya. Keputusan pembelian beras organik tidak terjadi begitu saja, melainkan karena adanya perhatian masyarakat terhadap atribut yang melekat pada beras organik dan juga adanya keberhasilan strategi pemasaran yang tentunya dipengaruhi minat konsumen dalam membeli produk tersebut (Dewi & Hayati, 2021)

Melihat Masyarakat Indonesia pasca pandemi covid-19 ini konsumen beras organik meningkat sekitar 15 persen peningkatan ini memang tidak terlalu signifikan dikarenakan kapasitas produksinya yang memang masih terbatas, hal ini diperkirakan mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian beras organik. Namun terdapat satu kendala yang dialami seperti kegagalan dalam menjaga kepercayaan konsumen. Kegagalan tersebut tercermin dari perilaku konsumen yang enggan membeli produk oganik bahkan mencegah kembali konsumen untuk membeli produk organik. Hal ini menunjukkan kepercayaan masyarakat mengenai atribut dan manfaat produk organik (beras organik) yang belum mampu memenuhi kebutuhannya dan menciptakan kepuasan dibenak konsumen. Meskipun konsumen semakin menyadari manfaat beras organik, masih terdapat kendala yang perlu diatasi, seperti harga yang tinggi dan kegagalan dalam

mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk organik. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap beras organik, terutama di tingkat desa seperti Desa Sengguruh.

Penelitian ini fokus pada PPAH sebagai lokasi penelitian, yang mungkin memiliki karakteristik dan dinamika pasar yang berbeda dibandingkan dengan lokasi penelitian di kota-kota besar. Selain itu, penelitian ini juga mencakup beberapa variabel yang belum pernah diteliti sebelumnya dalam konteks pembelian beras organik di tingkat desa. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dalam memahami perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi pembelian beras organik di level lokal yang lebih terperinci. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan beras organik dalam penelitian ini, diantaranya adalah karena sesuai dengan gaya hidup sehat. Gaya hidup sehat tentu pula akan seiring dengan tingginya kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Selain gaya hidup sehat tentunya masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian beras organik. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan membahas lebih lanjut tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap pembelian beras organik di Desa Sengguruh. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian tersebut dengan beberapa variabel yang sudah ada pada penelitian terdahulu dan yang belum pernah diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik konsumen beras organik ?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian beras organik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen beras organik.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap

keputusan pembelian beras organik.

1.4 Batasan Masalah

Mengingat begitu banyak permasalahan yang harus diatasi, agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, maka peneliti membuat batasan sebagai bahan acuan yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini fokus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan konsumen.
2. Keputusan pembelian beras organik dan non organik konsumen di PPAH Petani Sejahtera Desa Sengguruh Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang.
3. Produk yang diteliti berfokus pada produk beras organik dan non organik.
4. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu di PPAH Petani Sejahtera Desa Sengguruh Kecamatan Kepanjen Kabupaten Malang

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian sehingga dapat dituliskan beberapa kegunaan dari penelitian ini, yaitu :

1. Bagi pemerintah harapannya penelitian ini mampu untuk memberikan informasi sehingga pemerintah dapat lebih mendukung masyarakat dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan dan mendukung produk-produk organik.
2. Bagi masyarakat Kabupaten Malang harapannya hasil dari penelitian ini dapat membantu sebagai referensi dalam menjaga dan melestarikan lingkungan agar lingkungan tetap lestari.
3. Bagi peneliti harapannya adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai pembelajaran, terutama dalam menganalisa kesadaran konsumen terhadap kepedulian lingkungan serta pengaruhnya terhadap niat beli produk ramah lingkungan. Pada masa yang akan datang, harapannya penelitian ini juga akan berguna untuk penelitian selanjutnya dan dapat menjadi acuan penulisan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik konsumen berdasarkan umur yaitu rata-rata umur 20-30 tahun sebanyak (43%), berjenis kelamin perempuan sebanyak (53%), Pendidikan rata-rata SMA sebanyak (46%), dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak (25%), dengan pendapatan rata-rata \leq Rp. 2500.000 sebanyak (53%), jumlah tanggungan keluarga 3 sebanyak (39%), rata-rata pembelian dalam 1 bulan yaitu 3 minggu sekali sebanyak (39%), jumlah pembelian dalam 1 kali beli yaitu 5 kg sebanyak (45%).
2. Berdasarkan hasil analisis logit dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian beras organik yaitu Kualitas (X1), Kemasan (X2), Harga (X3), Gaya Hidup (X6), Pendidikan (X8).

5.2 Saran

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

1. Kualitas, Kemasan, Harga, Gaya hidup dan Pendidikan menjadi hal yang dipertimbangkan konsumen dalam pemilihan beras organik maka dari itu PPAH harus menjaga mutu dan kualitas dari beras organik, dengan cara desain kemasan pada produk perlu ditingkatkan agar lebih menarik konsumen dalam berbelanja, serta meningkatkan kualitas guna tetap menjaga kepercayaan konsumen.
2. 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.
3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti keamanan pangan,, warna,

bau, sertifikasi, dan pemenuhan gizi. Sehingga lebih diketahui akan pemahaman perilaku konsumen dalam pembelian beras organik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Ahmad Abid. 2022. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Beras Pada Ud. Padi Abadi Kabupaten Blitar." *Agribisnis* (8.5.2017):2003–5.
- Aji, Joni Murti Mulyo. 2010. "Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Bermerek Di Kabupaten Jember Dan Faktor Yang Mempengaruhinya." 4(3).
- Al Farisi, M. S. (2020). Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal di Dusun Mlangi Yogyakarta. *JMBK* , 1, 60-75
- Andoko, A. 2002. *Budidaya Padi Secara Organik*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Ananthama, D. *et. al.* 2022. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Sapi Pasteurisasi di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Agristan*. 4 (1): 11-29
- 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* 11 (2), 294-305.
- BPS (Badan Pusat Statistik). 2017. *Kajian Konsumsi Bahan Pokok 2017*. Jakarta
- Bella Dadas, M. Yamin, and Lifianthi Lifianthi. 2022. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Mengonsumsi Beras Organik di Kota Palembang." *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 6(1):79–93.
- Dewi, R. M., Perdhana, M. S., & Manajemen, J. (2016). Peran Gender, Usia, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–9.
- Dlamini, D. F., & Kongolo, M. 2014. Resource Use Efficiency in Organic Vegetable Production: A Case Study of Manzini Region, Swaziland. *Journal of Agricultural Studies*, 2(2), 52. <https://doi.org/10.5296/jas.v2i2.5958>
- Dwi Susanti, Ida Ayu Made, I. Made Tamba, Ni Putu Sukanteri, I. Made Budiasa, and Grasiani Agusta Jarut. 2023. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Beras Organik 'Mentik Susu' di Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sidan." *Media Agribisnis* 7(2):21–32. doi: 10.35326/agribisnis.v7i2.3815.
- Chamila, N., Susilowati, D., & Siswadi, B.,. 2021. " Analisis Faktor Sosial Ekonomi yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Untuk Alih Fungsi Lahan Ke Sektor Non Pertanian Studi Kasus Di Desa Bocek

Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang”. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan agribisnis*.

Farah, D. A. (2017). Minat konsumen Untuk Membeli Beras organik Di pasar Modern Yogyakarta, 1-12

Febriani, Nola. 2020. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Di Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir.” *JURNAL AGRIBISNIS* 9(1):47–53.

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hakim, A. (2006). *Manajemen Industri*. Andi Offset.

Hendayana, R.(2012). Penerapan Metode Regresi Logistik Dalam Menganalisis Adopsi Teknologi Pertanian *Application Method of Logistic Regression Analyze the Agricultural Technology Adoption*. 2, 1–9.

Hidayat, Syarif Imam, and Silvy Emalia Savitri. 2020. “Preferensi Konsumen Beras Di Pasar Krian Kabuapten Sidoarjo.” *Jurnal Social Economic of Agriculture* 9(2):101. doi: 10.26418/j.sea.v9i2.43005.

Imaniar, N., Aries, M., Muhajirin, M. S., Syauqiyyah, A. N., dan Ahsan, M. Z. 2022. Pengaturan Pola Makan Rendah Karbon Melalui Pendidikan Low Carbon Diet Pada Mahasiswa Ipb. 1(1), 25–33.

Indriyo, G. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : IKAPI 272

Ildrakasih, Nurul, Diana Chalil, and Sri Fajar Ayu. 2013. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Beras Organik (Studi Kasus: Japps, Brastagi Supermarket Dan Carrefour Plaza Medan Fair).” *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics* 2(5):15066.

Junaedi, M. F. S. 2006. Pengembangan Model Perilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan Di Indonesia : Studi Perbandingan Kota Metropolitan Dan Non Metropolitan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 21(4), 2006.

Kartikasari, Ratih Dwi, Kusriani Prasetyowqati, and Suswadi Suswadi. 2019. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik Di Surakarta.” *JURNAL ILMIAH AGRINECA* 19(2). doi: 10.36728/afp.v19i2.897.

Kartikasari, D., Arifin, Z., Hidayat, K., Administrasi, F. I., Brawijaya, U., & Pembelian, K. 2013. Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. 1–8.

- Kumboro, E. R. H. 2016. Pengaruh Karakteristik dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Membeli Beras di Kota Medan. Tesis. Fakultas Pertanian Jurusan Magister Agribisnis. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Kuhar, A., & Juvancic, L. 2010. Determinants of purchasing behaviour for organic and integrated fruits and vegetables in Slovenia. *Agricultural Economics Review*, 11(389-2016–23461), 70.
- Kusumo, G. G. 2021. Ekstraksi Tepung Konyak Glukomanan Dari Umbi Porang (*Amorphophallus Muelleri Blume*) Pada Berbagai Perbandingan (Sampel Didapatkan Dari Desa Klangon Kabupaten Saradan) *Conjact Glucomannan 61 Flour Extraction From Porang Tube (Amorphophallus Muelleri Blum.* 6(2), 119–122.
- Kotler., P., dan Susanto, A. B. 2001 *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran I*. (B. Molan, Ed.) (12th ed.). Jakarta.
- Kotler, Philip, and Keller, K. L. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Edisi ke-11 In Jakarta: PT. indeks
- Lilik, R., dkk. 2018. Analisis Permintaan dan Perilaku Konsumen Fintech Syariah Model Crwodfunding. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* 2 (1). EISSN: 2597-9434.
- Mamilianti, W. 2015. Analisis Ekonomi Usahatani Padi Organik di Prigen Pasuruan. *Agromix Universitas Yudharta Pasuruan, Volume 7 N*, 20–37.
- Mahendra, Mas'ud, and Wenny Mamilianti. 2020. "Persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras premium." *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)* 1(1):1. doi: 10.33474/jase.v1i1.7150.
- Muflihah, I. Z. 2017. Analisis financial distress perusahaan manufaktur di Indonesia dengan regresi logistik. *Majalah Ekonomi*, 22(2): 254-269.
- Nafis, F. 2011. Analisis Usahatani Padi Organik dan Sistem Tataniaga Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat. Skripsi. Bogor: Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB.
- Nasution, M. N. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu* (8th ed.). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nazir, Moh, 2014. *Metode Penelitian*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta

- Novandari, W. 2011. Analisis Motif Pembelian Dan Profil Perilaku "Green Product Customer" (Studi Pada Konsumen Produk Pangan Organik di Purwokerto). *JEBA*, 13(1), 1–8.
- Paul, J., & Rana, J. 2012. Consumer behavior and purchase intention for organic food. *Journal of Consumer Marketing*, 29(6), 412–422. <https://doi.org/10.1108/07363761211259223>
- Pertanian, B. P. dan P. 2012. Pertanian Organik (Persyaratan, Budidaya, dan Sertifikasi).
- Pentury, T., Aulele, S. N., & Wattimena, R. 2016. Analisis Regresi Logistik Ordinal. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 10(1): 55-60.
- Piyani, O dan Syahrani. 2018. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Merek Sony (Studi di Kota Jakarta). *Jurnal Borneo Humaniora*. ISSN : 2599 – 3305
- Rafsayani, Hamzah. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen UD. Aji Jaya Makmur Di Morowudi Cerme Gresik." *Agribisnis* 5(3):248–53.
- Ria, A. W., dkk. 2020. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Pada PT. Indomarco Prisma di Banjarmasin. Universitas Islam Kalimantan.
- Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021). Preferensi Konsumen terhadap Produk Minuman Kopi di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *AGRISCIENCE*, 1, 548-562.
- Savitri, M. H., Suhariyono, & Kusumawati, A. 2016. Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen Tupperware di Distributor Resmi PT Adicitra Prima Kencana Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2), 7–16.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2013. .Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset.
- Siska, M.H., Heru, I. dan Susi, W.A. 2020. Faktor-Faktor yang Di Pertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Beras Organik Di Kota Surakarta. *Agriasta* : Vol.8 No. 3 : 37-47.
- Subagio, Risad Aditiawan., Suharyono., dan Kusumawati, Andriani. 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*, 23(1)
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, U. 2002. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor
- Sutarni, et. al. 2017. Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*. Program Studi Agribisnis Politeknik Negeri Lampung.
- Suharto. 2016. Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan. *Jurnal Derivatif* Vol.10 No.1.
- Thio, 2008. Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 4, No. 1, pp. 18-27.
- Tisnawati, N. M. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Beras Organik Di Kota Denpasar. *Piramida*, 11(1), 13–19
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen Jasa*. Malang: Bayu Media Publising.
- Utami, N. A., & Tamami, N. D. B. 2020. Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Batik Tulis di Pamekasan. *Agriscience*, 1(1): 260-271.
- Warnadi dan Irma Lusi Nugraheni. “Penyerapan Tenaga Kerja pada Usaha Tani Padi Sawah di Desa Ambarketawang Kecamatan Gamping, Sleman-D.I. Yogyakarta”. *Spatial Wahana Komunikasi Dan Informasi Geografi* Vol. 10 No.1. (2012): 1.
- Wahdah, R., Langai, B., dan Sitaresmi, T. 2012. Keragaman Karakter Varietas Lokal Padi Pasang Surut Kalimantan Selatan. *Jurnal Penelitian Tanaman Pangan*, 31(3), 158165.
- Widjoyo, S., Hatane, P., Brahmana, R. K. M. R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., dan Siwalankerto, J. 2014. Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen restoran happy garden surabaya. 2(1), 1–9.
- Zanoli, R., & Naspetti, S. 2002. Consumer motivations in the purchase of organic food: A means-end approach. *British Food Journal*, 104(8), 643–653. <https://doi.org/10.1108/00070700210425930>
- Zepeda, L., Chang, H.-S., dan Leviten-Reid, C. 2006. Organic Food Demand: A Focus Group Study Involving Caucasian and African-American Shoppers. *Agriculture and Human Values*, 23(3), 385. <https://doi.org/10.1007/s10460-006-9001-9>