

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK
SAYURAN ORGANIK
(Studi Kasus Pelanggan Supermarket Total Buah Segar,
Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi)**

***CONSUMER PREFERENCE ANALYSIS OF ORGANIC
VEGETABLE PRODUCTS
(Case Study of Total Buah Segar Supermarket Customers,
North Bekasi District, Bekasi City)***

Fika Anggraini*, Slamet Abadi, Suhaeni

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. HS Ronggowaluyo, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, 41361

*Email: 28fikaanggraini@gmail.com

(Diterima 01-07-2022; Disetujui 03-11-2022)

ABSTRAK

Kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat saat ini telah meningkat, terutama masyarakat modern, sebagian orang menjadi semakin selektif dalam menentukan sayuran yang akan dikonsumsi, bahkan pada saat ini sebagian masyarakat mulai menetapkan berbagai kondisi tertentu dalam menentukan sayuran yang akan dibeli, salah satunya yaitu sayuran organik. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, mengetahui proses pengambilan keputusan dalam pembelian sayuran organik, dan mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut-atribut sayuran organik di Supermarket Total Buah Segar Kecamatan Bekasi Utara. Menggunakan teori preferensi konsumen dan theory of planned behaviour (TPB). Pada penelitian ini peneliti menetapkan 100 orang sebagai responden dengan metode accidental sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Variabel independen sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, serta variabel dependen niat beli. Proses pengambilan keputusan pembelian meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Hasil penelitian menunjukkan variabel sikap dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli sayuran organik. Kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli sayuran organik di Total Buah Segar Kecamatan Bekasi Utara. Implikasi bagi pihak Total Buah Segar Kecamatan Bekasi Utara, perlu memperhatikan preferensi konsumen dalam strategi pemasaran sayuran organik dan dapat lebih aktif dalam mencari informasi mengenai preferensi konsumen secara berkala, agar dapat konsisten dalam menjaga kepuasan konsumen dan selalu meningkatkan fasilitas toko serta kualitas produk sayuran organik.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Sayuran Organik, TPB

ABSTRACT

Public awareness of a healthy lifestyle has increased, especially in modern society, some people are becoming more selective in determining the vegetables to be consumed, even now some people are starting to set certain conditions in determining the vegetables to be purchased, one of which is organic vegetables. This study aims to determine consumer characteristics, the decision-making process in purchasing organic vegetables, and consumer preferences for the attributes of organic vegetables in the Total Buah Segar Supermarket, North Bekasi District. Using consumer preference theory and theory of planned behavior (TPB). In this study, researchers set 100 people as respondents with the accidental sampling method. The analytical method used is descriptive analysis and multiple linear regression. The independent variable is attitude, subjective norm, and behavioral control, as well as the dependent variable purchase intention. The buying decision-

making process includes need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decision and post-purchase evaluation. The results showed that subjective attitudes and norms had a significant effect on the purchase intention of organic vegetables. Behavioral control has no significant effect on the intention to buy organic vegetables in Total Buah Segar, North Bekasi District. The implications for Total Buah Segar, North Bekasi District, need to pay attention to consumer preferences in marketing strategies for organic vegetables and be more active in seeking information about consumer preferences on a regular basis, in order to be consistent in maintaining consumer satisfaction and always improving store facilities and the quality of organic vegetable products.

Keywords: Consumer Preferences, Organic Vegetables, TPB

PENDAHULUAN

Pertanian organik dapat didefinisikan sebagai sistem budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan alami tanpa memakai bahan kimia sintetis. Pertanian organik juga dapat dikatakan sebagai kegiatan bercocok tanam yang ramah lingkungan dengan menggunakan cara yang berusaha dapat meminimalkan efek negatif bagi alam sekitar dengan ciri khusus yaitu menggunakan varietas lokal, pupuk, serta pestisida organik dengan mempunyai tujuan yaitu dapat menjaga kelestarian lingkungan. Prinsip yang digunakan pada pertanian organik yaitu tidak menggunakan pupuk sintetis yang berasal dari bahan bakar minyak, pestisida, atau makanan dari hasil modifikasi genetika (Rachma & Umam, 2021).

Perkembangan pertanian organik tidak lepas dari pertumbuhan jumlah lahan yang dikonversi menjadi lahan organik. Menurut (Institute Organic,

2019), luas areal pertanian organik di Indonesia per tahunnya mengalami fluktuasi yaitu pada tahun 2014 hingga 2018. Pada tahun 2016 luas areal pertanian organik di Indonesia mengalami penurunan yaitu sebesar 126.014,39 ha per tahun. Luas areal pertanian organik di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebesar 208.042,06 ha per tahun pada tahun 2017 dan 251.630,98 ha per tahun yaitu pada tahun 2018. Sedangkan luas areal pertanian organik di Indonesia konsisten mengalami kenaikan sebesar 113.638 ha per tahun pada tahun 2014, dan 130.384,38 ha per tahun pada tahun 2015.

Pada saat ini kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat telah meningkat, terutama pada masyarakat modern, makanan yang memiliki kalori tinggi dan berserat rendah secara perlahan mulai digantikan menggunakan makanan yang lebih menyehatkan bagi tubuh. Sebagian

orang menjadi semakin selektif dalam menentukan sayuran yang akan dikonsumsi, dengan harapan dapat makanan tersebut memberikan manfaat sebanyak-banyaknya bagi tubuh. Bahkan pada saat ini sebagian masyarakat mulai menetapkan berbagai kondisi tertentu dalam menentukan sayuran yang akan dibeli, salah satunya ialah sayuran yang tidak mengandung bahan-bahan residu kimiawi atau pestisida, seperti sayuran organik (Fajarani *et al.*, 2021).

Total buah segar merupakan salah satu supermarket yang menjual berbagai macam sayur-sayuran dan sayur organik yang telah memiliki label sertifikasi organik, selain bangunan yang besar, lokasi supermarket total buah ini mudah dijangkau yang terletak di mana-mana, dan berada pada lokasi yang sangat strategis di Kota Bekasi yang biasanya dekat dengan pemukiman masyarakat dan kawasan perkotaan.

Perilaku konsumen dalam membeli atau mengonsumsi suatu produk, konsumen benar-benar selektif dalam mengambil keputusan pembelian, maka produsen harus memahami perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Tahap pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terdiri

atas pengenalan masalah, pencarian informasi, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Hal ini penting dilakukan untuk melanjutkan strategi pemasaran secara berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual dan dipasarkan tetap diminati oleh konsumen berdasarkan keinginan konsumen (Aiman, *et al.*, 2017).

Selain keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen, terdapat juga kepuasan konsumen yang tercipta melalui suatu upaya, salah satu upaya tersebut yaitu dengan menggunakan tingkat preferensi konsumen terhadap atribut-atribut dari produk tersebut.

Preferensi konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu pilihan produk yang disukai atau tidak disukai oleh konsumen untuk dikonsumsi atau dibeli dari berbagai macam produk yang terdapat. Preferensi konsumen ini dapat digunakan untuk mengetahui seluruh informasi yang berkaitan dengan keinginan, kemauan dan kegemaran konsumen terhadap suatu produk. Hal ini dapat menjadi peluang bagi produsen dalam meningkatkan permintaan suatu produk sehingga dapat menghasilkan produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen (Adelawati, 2020).

Model yang menjadi acuan dasar pengembangan kerangka penelitian ini yaitu model *Theory of Planned Behavior* (TPB). *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan model sikap yang dikembangkan dari model sikap *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah model sikap yang memperkirakan minat atau niat konsumen untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan. (Harsono, 2019)

Theory of Planned Behavior (TPB) terdiri atas sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Sikap terhadap perilaku (*Attitude Towards Behavior*) dapat didefinisikan sebagai derajat kegemaran atau kesetujuan setiap individu atas hal-hal yang bersangkutan dengan sikap tertentu atau dapat dievaluasi secara positif maupun negatif. Norma subyektif (*Subjective Norm*) didefinisikan sebagai persepsi individu berdasarkan tekanan sosial (*perceived social pressure*), terhadap harapan orang lain yang dianggap penting baginya. Kontrol perilaku (*Behavior Control*) dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari taraf kepercayaan individu yang bisa mengontrol atau memberikan suatu sikap serta keyakinan individu bahwa terdapat faktor pendukung atau penghambat

dalam menunjukkan perilaku tersebut (Chrysanthini *et al.*, 2018),

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik konsumen sayuran organik, mengetahui proses pengambilan keputusan dalam pembelian sayuran organik, dan mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut-atribut sayuran organik di Supermarket Total Buah Segar Kecamatan Bekasi Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Supermarket Total Buah Segar yang berlokasi di Ruko Ruby Commercial Blok TA, RT.01/RW.005, Marga Mulya, Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17143. Waktu penelitian telah dilakukan pada bulan Maret sampai dengan bulan April 2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan metode survei melalui wawancara dan kuesioner, penyusunan kuesioner dilakukan menggunakan skala likert. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, instansi, dan kelembagaan terkait.

Peneliti menetapkan 100 orang sebagai responden yang diambil menggunakan teknik *sampling insidental* atau *accidental sampling*. Menurut Sugiyono dalam (Imron, 2019), *accidental sampling* merupakan suatu teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, dengan pertimbangan sampel yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data yang dibutuhkan.

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan beberapa analisis. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis Regresi Linear Berganda.

1. Analisis Deskriptif

Menurut Nazir dalam (Chrysanthini *et al.*, 2018), analisis deskriptif memiliki tujuan untuk membuat penjelasan atau gambaran secara terstruktur, faktual dan tepat, mengenai kenyataan, keadaan, serta hubungan antar fenomena yang diteliti. Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen terhadap niat beli sayuran organik dan untuk mengidentifikasi bagaimana proses keputusan pembelian konsumen sayuran organik.

2. Metode Suksesif Interval (MSI)

Suatu analisis statistik parametrik dibutuhkan skala pengukuran seminimnya merupakan data interval. Biasanya data yang diperoleh dari lapangan kerap berupa data dengan skala pengukuran ordinal. Salah satunya yaitu dalam analisis data yang menggunakan regresi linier berganda, memiliki syarat data yang digunakan dalam melakukan analisis tersebut hendaknya berskala interval atau rasio.

Salah satu cara yang dapat digunakan dalam mentransformasi data dengan skala ordinal menjadi data berskala interval adalah Transformasi MSI. Transformasi MSI merupakan sebuah metode transformasi data ordinal menjadi data interval dengan mengubah proporsi kumulatif setiap perubahan pada kategori menjadi nilai kurva normal bakunya (Ningsih & Dukalang, 2019).

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menjadi salah satu syarat yang harus dilakukan sebelum pengujian analisis regresi linear berganda terhadap hipotesis penelitian. Pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah untuk mengetahui data berdistribusi secara normal atau tidak, dan apakah dalam penelitian terjadi penyimpangan gejala atau tidak. Pengujian asumsi klasik

biasanya terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji linearitas (Ghozali, 2018).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y). Bentuk permodelan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel niat beli

β_0 = Koefisien konstanta

$\beta_{(1,2,3)}$ = nilai parameter koefisien

X_1 = Variabel sikap

X_2 = Variabel norma subjektif

X_3 = Variabel kontrol perilaku

e = Residual/Galat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan melibatkan 100 responden yang melakukan pembelian produk sayuran organik minimal sebanyak 2 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

Pada penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, perempuan memiliki persentase sebesar 85%, sementara laki-laki sebesar 15%. Rata-rata usia responden pada penelitian ini yaitu 30,17 tahun dengan nilai simpangan baku sebesar 8,48 tahun. Pendidikan terakhir responden mayoritas SMA atau sederajat dengan persentase 41%, dan mayoritas pekerjaan responden yaitu ibu rumah tangga dengan persentase 36%. Rata-rata pendapatan responden yang di dapat yaitu sebesar Rp 4.000.000 dengan nilai simpangan baku sebesar Rp 2.360.000.

Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan dalam penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif, yang terbagi menjadi 5 tahapan. Tahap pertama yaitu pengenalan kebutuhan, disimpulkan bahwa responden memiliki motivasi konsumsi sayuran organik karena manfaat kesehatan sayuran organik (94%), dengan tujuan konsumsi untuk memelihara kesehatan (promotif) (84%). Tahap kedua yaitu pencarian informasi, dapat diketahui bahwa internet sebagai sumber pencarian informasi terbesar (48%), dan keluarga merupakan sumber pengaruh terbesar dalam proses pencarian informasi sayuran organik. Tahap

evaluasi alternatif menghasilkan informasi bahwa sebagian responden memilih manfaat dari sayuran organik sebagai pertimbangan utama (26%), dan kesegaran sayuran organik yang menjadikan kepuasan akan kualitas sayuran organik (47%).

Pada tahap keputusan pembelian, sebanyak (70%) responden menyatakan tempat pembelian sayuran organik yaitu di swalayan atau supermarket, sebanyak (62%) responden menyatakan waktu pembelian sayuran organik yaitu tergantung situasi (membeli saat membutuhkan), dan komoditas sayuran organik yang paling diminati yaitu bayam hijau dengan persentase (34%). Tahap terakhir yaitu evaluasi pasca pembelian responden selaras menyatakan puas pada tingkat kepuasan secara keseluruhan (64%), pada tingkat kepuasan harga (69%), dan pada tingkat kepuasan kualitas (64%).

Metode Suksesif Interval (MSI)

Berdasarkan transformasi MSI yang dilakukan dalam penelitian ini, menghasilkan nilai skor 1 pada skala ordinal berubah menjadi 1,000 pada skala interval, nilai skor 2 pada skala ordinal berubah menjadi 1,846 pada skala interval, nilai skor 3 pada skala ordinal berubah menjadi 2,770 pada skala

interval, nilai skor 4 pada skala ordinal berubah menjadi 3,793 pada skala interval, dan nilai skor 5 pada skala ordinal berubah menjadi 5,005 pada skala interval.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menjadi salah satu syarat dalam sebelum melakukan regresi linier berganda. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian yang dilakukan berdistribusi secara normal atau tidak, dan apakah dalam penelitian terjadi penyimpangan atau tidak.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan teknik uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), dengan kriteria nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) $> 0,05$. Nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) yang didapat sebesar 0,200 yang berarti ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan data pada penelitian ini berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *Tolerance* $> 0,10$ atau *Variance Inflation Factor* (VIF) $< 10,00$. Nilai *Tolerance* yang didapat pada variabel sikap sebesar 0,239, variabel norma subjektif sebesar 0,352, dan variabel kontrol perilaku sebesar 0,296 yang berarti ($< 10,00$). Nilai VIF

yang didapat pada variabel sikap sebesar 4,182, variabel norma subjektif sebesar 2,838, dan variabel kontrol perilaku sebesar 3,383 ($< 10,00$). Maka tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan teknik uji Glejser dengan kriteria nilai Sig $> 0,05$. Nilai yang didapat pada variabel sikap sebesar 0,630, variabel norma subjektif sebesar 0,117, dan variabel kontrol perilaku sebesar 0,390 yang berarti Sig ($< 0,05$). Maka data dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan cara melihat nilai Durbin-Watson (DW). Nilai yang *Durbin-Watson* yang didapat sebesar 1,856, nilai DW yang berada di antara dua ($1,736 < DW (1,856) < 4-du (2,264)$) menunjukkan tidak adanya autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Koefisien determinasi (*R-Square*) dilakukan untuk mengukur seberapa besar persentase variabel independen mampu menjelaskan atau menerangkan terhadap variabel dependen. Hasil

koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | |
|----------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| ,762 ^a | ,580 | ,567 | 2,182132 |

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan output Tabel 1, dapat dilihat nilai koefisien determinasi (*R-Square*) yaitu sebesar 0,580 dapat dikatakan bahwa variabel independen (sikap, norma subjektif, kontrol perilaku) mampu menerangkan atau menjelaskan terhadap variabel dependen (niat beli) sebesar 58%, dan sisanya sebesar 48% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel independen atau variabel yang tidak diteliti.

Uji F (Simultan) dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen, yang dilakukan secara simultan atau bersama-sama. Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Simultan

| ANOVA | | | | | |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Regresi | 631,28 | 3 | 210,42 | 44,192 | ,000 ^b |
| Residual | 457,12 | 96 | 4,762 | | |
| Total | 1088,4 | 99 | | | |

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan output Tabel 2, dapat dilihat nilai signifikansi yang didapat dari hasil perhitungan yaitu sebesar 0,000 yang berarti $< 0,05$, maka dapat

disimpulkan bahwa variabel independen (sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen niat beli.

Uji t (Parsial) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen pada suatu penelitian. Hasil uji parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial

| Variabel | Koefisien Parameter | Sig |
|-----------------------------------|---------------------|-------|
| (Constant) | 2,974 | 0,013 |
| X ₁ (Sikap) | 0,217 | 0,000 |
| X ₂ (Norma Subjektif) | -0,130 | 0,045 |
| X ₃ (Kontrol Perilaku) | 0,123 | 0,085 |

Sumber : Data Primer (diolah), 2022
 Keterangan : *taraf nyata 5%

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat hasil uji Parsial dalam penelitian ini yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

- a. Variabel sikap memiliki nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$, berkesimpulan variabel sikap berpengaruh signifikan terhadap variabel niat beli.
- b. Variabel norma subjektif memiliki nilai Sig sebesar $0,045 < 0,05$, berkesimpulan variabel norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap variabel niat beli.
- c. Variabel kontrol perilaku memiliki nilai Sig sebesar $0,085 > 0,05$, maka berkesimpulan variabel kontrol

perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel niat beli.

Model regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil regresi terhadap niat beli sayuran organik dapat dilihat pada persamaan fungsi berikut.

$$Y = 2,974 + 0,271 X_1 - 0,130 X_2 + 0,123 X_3$$

Berdasarkan persamaan fungsi di atas preferensi terhadap niat beli sayuran organik dengan pendekatan *Theory of Planned Behaviour*, dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

- a. Nilai konstanta yang didapat sebesar 2,974 maka memiliki arti bahwa apabila variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku nilai konstantanya diasumsikan bernilai 0 maka nilai niat beli adalah sebesar 2,974.
- b. Nilai koefisien regresi variabel sikap bernilai positif sebesar 0,271 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1 satuan variabel sikap akan menyebabkan kenaikan pada niat beli sebesar 0,271.
- c. Nilai koefisien regresi variabel norma subjektif bernilai negatif sebesar (-0,130) maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1 satuan

variabel norma subjektif akan menyebabkan penurunan pada niat beli sebesar 0,130.

- d. Nilai koefisien regresi variabel kontrol perilaku bernilai positif sebesar 0,123 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1 satuan variabel kontrol perilaku akan menyebabkan kenaikan pada niat beli sebesar 0,123.

Preferensi Konsumen terhadap Sayuran Organik

Preferensi konsumen terhadap produk sayuran organik di Total Buah Segar Kecamatan Bekasi Utara, dengan pendekatan *Theory of Planned Behaviour* meliputi sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat beli. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai pilihan atau suatu hal yang lebih disukai oleh konsumen terhadap suatu produk yang dapat dipengaruhi berbagai macam aspek.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat dilihat preferensi konsumen berdasarkan variabel X_1 sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, dan memiliki pengaruh tertinggi. Hal tersebut sejalan dengan asumsi (Yadav dan Pathak, 2016) yang menyatakan bahwa sikap biasanya mempunyai pengaruh paling tinggi

terhadap niat pembelian, tetapi setiap individu mempunyai sikap yang berbeda terhadap apa yang akan dilakukan. Semakin kuat sikap pembelian sayuran organik maka semakin tinggi niat beli konsumen sayuran organik.

Pada variabel X_2 norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli sayuran organik, akan tetapi nilai koefisien yang didapat pada variabel ini negatif, dimana apabila terdapat kenaikan 1 satuan variabel norma subjektif maka akan mengalami penurunan niat beli sayuran organik. Hal ini sejalan dengan penelitian (Chrysanthini, *et al.*, 2018), (Delviola, 2018), dan (Maichum, *et al.*, 2016) yang menyatakan variabel norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat beli sayuran organik, namun hanya memberikan pengaruh yang kecil.

Penyebab niat beli sayuran organik mengalami penurunan dalam variabel norma subjektif salah satunya yaitu karena dalam penelitian ini responden menyatakan bahwa kurang setuju dan ragu-ragu dengan adanya saran atau promosi yang didapat dari lingkungan sekitar bahkan suatu media masa. Selain itu, konsumen juga menyatakan dalam frekuensi konsumsi sayuran organik tidak mengkonsumsi sayuran organik setiap hari.

Pada variabel X_3 kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli sayuran organik, tidak signifikannya kontrol perilaku dalam penelitian ini didukung dengan kondisi lapang bahwa niat responden dalam membeli sayuran organik tergantung dari kemampuan seseorang untuk dapat mengontrol faktor-faktor yang mempengaruhi perilakunya. Biasanya terdapat hambatan sumberdaya yang dimiliki, tentu akan dapat mempengaruhi niat dalam membeli sayuran organik, di mana seseorang yang tidak memiliki kemudahan akses dalam membeli sayuran organik ataupun sumberdaya maka tidak akan berniat untuk membeli sayuran organik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa.

1. Karakteristik konsumen dalam pembelian sayuran organik di Supermarket Total Buah Segar di didominasi oleh perempuan, sedangkan rata-rata usia responden dalam penelitian ini yaitu 30,17 tahun, dengan jenjang pendidikan terakhir SMA atau sederajat. Jenis pekerjaan

konsumen didominasi oleh ibu rumah tangga. Pendapatan konsumen sayuran organik ini relatif tinggi dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp 4.000.000.

2. Proses pengambilan keputusan dalam pembelian sayuran organik di Supermarket Total Buah Segar Kecamatan Bekasi Utara, terdiri atas lima tahapan yaitu, tahap pengenalan kebutuhan, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif, tahap keputusan pembelian, dan tahap evaluasi pasca pembelian.
3. Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat beli sayuran organik. Sikap dan norma subjektif secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat beli sayuran organik. Kontrol perilaku secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli sayuran organik di Total Buah Segar Kecamatan Bekasi Utara.

Saran

Berdasarkan pada kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Total Buah Segar Kecamatan Bekasi Utara, perlu

memperhatikan preferensi konsumen dalam strategi pemasaran sayuran organik dan dapat lebih aktif dalam mencari informasi mengenai preferensi konsumen secara berkala, agar dapat konsisten dalam menjaga kepuasan konsumen dan selalu meningkatkan kualitas sayuran organik, baik dari segi fasilitas toko maupun atribut sayuran organik.

2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat menganalisis preferensi terhadap produk sayuran organik dengan menggunakan teori yang sama untuk menentukan seberapa besar variabel norma subjektif agar optimal.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menganalisis preferensi terhadap produk sayuran organik dengan lingkup penelitian yang lebih luas. Penelitian dapat dilakukan dengan lebih luas lagi seperti faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi preferensi maupun resistensi terhadap pembelian produk sayuran organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelawati, K. 2020. Analisis konjoin preferensi konsumen terhadap sayuran organik di brastagi supermarket medan. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Aiman, A, Handaka, A, dan Lili, W. 2017. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Memebeli Produk Olahan Perikanan Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*. (8) 1: 8-18.
- Chrysanthini, B., Sumarwan, U., & Rifin, A. 2018. Preferensi Konsumen terhadap Produk Sayuran Organik (Studi Kasus Konsumen UD Fabela-Myfarm) di Bogor Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*. 12(2). 151.
- Delviola, S. 2018. Niat Individu Mengkonsumsi Sayur Organik Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Fajarani, E., Wildayana, E., & Putri, N. E. 2021. Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang. *KaliAgri*. 2(1). 38–50.
- Ghozali Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harsono, A, A. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi, Resistensi, dan Proses Market Education Terhadap Konsumsi Jamu (Studi Kasus Pengunjung Kampong Djamoek Organik (KaDO) Martha Tilaar Cikarang). *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Islam “45.” Bekasi.
- Institute Organic, Yayasan Alifia, & Kombas.id. 2019. *Statistik Pertanian Organik Indonesia*. Aliansi Organik Indonesia. Bogor.
- Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K. C. 2016. *Application of the extended theory of planned behavior model to investigate purchase intention of green products among Thai consumers*.

- Sustainability (Switzerland)*, 8(10), 1–20.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. 2019. Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53.
- Rachma, N & Umam, A. S. 2021. Pertanian Organik Sebagai Solusi Pertanian Berkelanjutan Di Era New Normal. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan*. 1(4). 328–338
- Yadav, dan Pathak. 2016. *Intention to purchase organic food among young consumers: Evidence from a developing nation*. *Appetite*, 96, 122–128.