

Analisis Norma Subjektif, Sikap, dan Intensi Penduduk Jabodetabek dalam Membeli Beras Organik

Bella Amanda V.T., Choky Rais Bawapratama, Krisan Felicia Naomi, Nadya Pratiwi

Program Magister Manajemen, Sekolah Bisnis dan Ekonomi, Universitas Prasetiya Mulya
Jl. RA. Kartini (TB Simatupang), Cilandak Barat Jakarta Selatan, Jakarta 12430, Indonesia

Corresponding author:
nadya@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji perluasan Teori Perilaku Terencana (TPT) dalam konteks pembelian beras organik, yaitu hubungan antara norma subjektif, sikap, dan intensi dalam hal membeli beras organik oleh konsumen di Jabodetabek. Kuesioner dengan metode kuantitatif diadopsi dan diadaptasi dari studi sebelumnya. Kuesioner diberikan kepada pelanggan di kota Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Sebanyak 220 kuesioner yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda dan sederhana. Norma subjektif dan kesadaran akan kesehatan terbukti berpengaruh terhadap sikap membeli beras organik di Jabodetabek. Sikap, persepsi ketersediaan beras, dan pentingnya harga juga terbukti secara positif berpengaruh dan signifikan terhadap intensi membeli beras organik di Jabodetabek. Intensi tersebut secara positif berpengaruh dan signifikan terhadap frekuensi pembelian beras organik di Jabodetabek.

Kata kunci:

Beras organik, norma subjektif, kesadaran akan kesehatan, sikap, intensi, persepsi ketersediaan, pentingnya harga, frekuensi pembelian beras, analisis regresi, Jabodetabek

ABSTRACT

This study aims to examine the expansion of the Theory of Planned Behavior (TPT) in the context of buying organic rice: the relationship between subjective norms, attitudes, and intentions in terms of buying organic rice by consumers in Jabodetabek. Questionnaires with quantitative methods were adopted and adapted from previous studies. Questionnaires were given to customers in the cities of Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi. Total of 220 collected questionnaires were analyzed using multiple and simple regression analysis. Subjective norms and awareness of health are proven to have an effect on attitudes to buying organic rice in Jabodetabek. Attitudes, perceptions of rice availability, and the importance of price were also proven to have a positive and significant effect on the intention to buy organic rice in Jabodetabek. These intentions have a positive and significant impact on the frequency of purchasing organic rice in Jabodetabek.

Keywords:

Organic rice, subjective norms, health awareness, attitude, intention, perceived availability, importance of price, frequency of rice purchase, regression analysis, Jabodetabek

PENDAHULUAN

Beras adalah makanan pokok bagi mayoritas penduduk Indonesia. Beras juga merupakan sumber nutrisi penting dalam struktur pangan. Pentingnya beras selaku makanan pokok menimbulkan ketertarikan peneliti untuk meneliti terkait beras lebih dalam dan dari berbagai aspek.

Beberapa penelitian internasional terkait beras telah banyak dilakukan, beberapa diantaranya yaitu norma subjektif, sikap, dan intensi konsumen akhir dalam membeli tepung dan roti organik (Tarkiainen dan Sundqvist, 2005), perilaku konsumen dalam membeli beras organik (Moslehpour, Kien, dan Danyfisia, 2013), analisis rantai penawaran beras dan model pemilihan pemasok (Surjasa et al, 2013), indikator kunci dari produksi dan konsumsi beras serta prediksi permintaan dan penawaran beras (Sharma dan Patil, 2014), analisis faktor-faktor yang mempengaruhi katering sekolah dalam membeli beras dari petani lokal (Shaibu dan Al-hassan, 2014), analisis biaya penggilingan beras (Chung et al, 2014), kualitas gabah beras dan preferensi konsumen (Cuevas et al, 2016), peran organisasi dan jaringan dalam rantai penawaran beras (Sathapatyanon et al, 2017), perilaku konsumen dan atribut beras (Bunyasiri dan Sirisupluxana, 2018), dan masih banyak penelitian lainnya yang terkait.

Penelitian terkait beras di Indonesia juga telah banyak dilakukan. Dalam penelitian Moslehpour, Kien, dan Danyfisia (2013) ditemukan bahwa responden wanita di Indonesia memiliki lebih banyak pengetahuan akan beras organik dibandingkan responden pria. Akan tetapi, responden wanita kurang minat untuk membeli beras organik karena harganya lebih mahal dibanding beras anorganik. Selain itu juga

ditemukan bahwa konsumen Indonesia memiliki sikap yang positif terhadap beras organik. Sikap konsumen yang dimaksud dalam penelitian tersebut adalah kepercayaan dan kecenderungan untuk mengevaluasi beras organik dengan cara-cara berbeda seperti rasa, kemudahan akses, fokus kesehatan, dan sebagainya. Dengan demikian, sikap positif terhadap beras organik tidak sepenuhnya mengarahkan konsumen untuk membelinya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, belum ada yang melakukan penelitian mengenai norma subjektif, sikap, dan intensi penduduk Jabodetabek dalam membeli beras organik. Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk meneliti hal tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan validasi atas penelitian yang dilakukan Tarkiainen dan Sundqvist (2005).

TINJAUAN PUSTAKA

Pada penelitian ini, kami mengambil jurnal dari British Food Journal dengan judul "Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food" (Norma Subjektif, Perilaku dan Intensi dari Konsumen Finlandia dalam Membeli Makanan Organik) yang dibuat oleh Anssi Tarkiainen dan Sanna Sundqvist pada tahun 2005. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menguji perpanjangan teori perilaku terencana (TPT) dalam konteks pembelian makanan organik.

Pada jurnal yang kami jadikan rujukan dalam penelitian ini, terdapat pertanyaan yang kemudian kami jadikan referensi atas pertanyaan pada kuesioner kami. Pertanyaan-pertanyaan tersebut antara lain ditampilkan pada Tabel 1.

Dalam penelitiannya, Tarkiainen dan Sundqvist (2005) menguji perluasan

Table 1. Pernyataan Referensi dari Jurnal “Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food”

Construct	Item Kuesioner Asli	Terjemahan Bahasa Indonesia
Intention to buy	I intend to buy organic bread in the near future	Saya berniat membeli roti organik dalam waktu dekat
	I intend to buy organic flour in the near future	Saya berniat membeli tepung organik dalam waktu dekat
Attitudes towards buying	I think that buying organic bread is reasonable	Saya berpikir bahwa membeli roti organik itu masuk akal
	I think that buying organic flour is reasonable	Saya berpikir bahwa membeli tepung organik itu masuk akal
Subjective norms	People, who are important to me, think that I should buy organic bread	Orang-orang, yang penting bagi saya, berpikir bahwa saya harus membeli roti organik
	People, who are important to me, think that I should buy organic flour	Orang-orang, yang penting bagi saya, berpikir bahwa saya harus membeli tepung organik
Importance of price	The price of a product is very important to me	Harga produk sangat penting bagi saya
Health consciousness	I choose food carefully to ensure good health	Saya memilih makanan dengan hati-hati untuk memastikan kesehatan saya
	I think of myself as a health-conscious consumer	Saya memandang diri saya sebagai konsumen yang sadar kesehatan
	I think often about health issues	Saya sering berpikir mengenai isu-isu kesehatan
Perceived availability	Organic bread is always sufficiently available	Roti organik selalu tersedia secara cukup
	Organic flour is always sufficiently available	Tepung organik selalu tersedia secara cukup
Self-reported behavior	How often buys organic bread	Seberapa sering membeli roti organik
	How often buys organic flour	Seberapa sering membeli tepung organik

Sumber: Hasil Olahan Sendiri

Teori Perilaku Terencana (TPT) dalam konteks pembelian makanan organik, yaitu hubungan antara norma subjektif, sikap, dan intensi dalam membeli makanan organik oleh konsumen hypermarket di bagian Tenggara Finlandia. Penelitian tersebut menemukan bahwa model yang diusulkan dari model TPT yang dimodifikasi berdasarkan data akan memberikan hasil yang lebih baik dibandingkan model asli. Hal ini dapat diartikan bahwa dalam konteks

pembelian makanan organik, norma subjektif memiliki peran yang berbeda dengan teori perilaku yang direncanakan yang asli. Secara tidak langsung, pembentukan sikap mempengaruhi intensi membeli dalam hal pembelian makanan organik. Selain daripada itu, jurnal juga menunjukkan bahwa modifikasi dari model TPT yang asli mampu memprediksi intensi membeli makanan organik lebih baik daripada model yang asli.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, sikap pembeli dapat memprediksi intensi konsumen untuk membeli makanan organik ($R^2 = 0,558$), yang selanjutnya dapat pula diprediksi oleh norma subjektif ($R^2 = 0,374$). Selain daripada itu, perilaku konsumen yang dilaporkan sendiri dapat diprediksi oleh intensi perilaku ($R^2 = 0,824$). Hanya saja penelitian tersebut hanya fokus pada roti dan tepung organik, sehingga hasilnya tidak dapat diekspektasikan untuk menjelaskan perilaku konsumen atas semua produk organik. Berangkat dari itu, kami ingin melakukan penelitian serupa terhadap beras organik.

Adapun model dan hipotesis dari penelitian yang dilakukan oleh Tarkiainen dan Sundqvist (2005) digambarkan pada Gambar 1.

H1: Norma subjektif akan secara positif mempengaruhi sikap terhadap pembelian beras organik.

H2: Identifikasi diri konsumen sebagai yang sadar akan kesehatan akan mempengaruhi secara positif sikap terhadap pembelian beras organik.

H3: Sikap positif terhadap pembelian beras organik akan secara positif berpengaruh terhadap intensi untuk membelinya.

H4: Harga yang diterima mempengaruhi intensi untuk membeli beras organik.

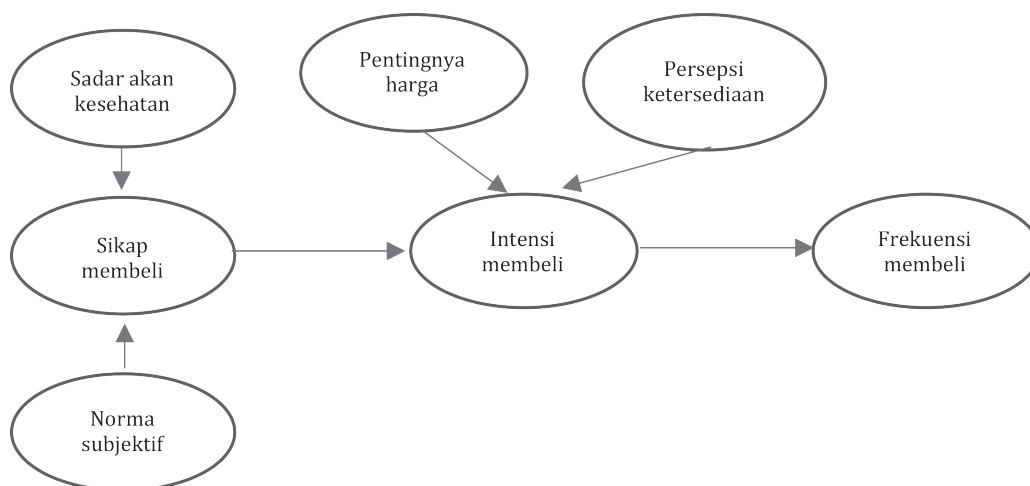
H5: Persepsi ketersediaan beras organik akan berdampak pada intensi untuk membeli beras organik.

H6: Intensitas membeli beras organik memiliki hubungan yang positif dengan perilaku membeli beras organik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Hipotesis akan diuji dengan menerapkan regresi berganda dan regresi sederhana. Mempertimbangkan penelitian yang menjadi latar belakang dipilihnya tujuan penelitian yang kami buat, maka kami merumuskan 6 (enam) pernyataan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh norma subjektif terhadap sikap pembelian beras organik?
2. Bagaimana pengaruh identifikasi diri konsumen sebagai yang sadar akan kesehatan terhadap sikap pembelian



Gambar 1. Model Penelitian Tarkiainen dan Sundqvist (2005)

- beras organik?
3. Bagaimana pengaruh sikap positif akan pembelian beras organik terhadap intensi untuk membeli beras organik?
 4. Apakah harga yang diterima mempengaruhi intensi untuk membeli beras organik?
 5. Apakah persepsi ketersediaan beras organik memiliki dampak pada intensi untuk membeli beras organik?
 6. Bagaimana hubungan intensi membeli beras organik dengan perilaku membeli beras organik?

Adapun model penelitian ini sama dengan model penelitian yang dilakukan oleh Tarkiainen dan Sundqvist (2005). Model penelitian dapat digambarkan kedalam persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = a + bX_1 + cX_2 + \varepsilon$$

$$Y_2 = a + dY_1 + eX_3 + fX_4 + \varepsilon$$

$$Y_3 = a + gY_2 + \varepsilon$$

Dimana:

- Y_1 = sikap terhadap pembelian;
 a = intercept;
 ε = istilah kesalahan;
 b s/d g = koefisien dari variabel independen.
 X_1 = norma subjektif.
 X_2 = kesadaran akan kesehatan.
 Y_2 = intensi membeli.
 X_3 = pentingnya harga.
 X_4 = persepsi ketersediaan barang.
 Y_3 = frekuensi pembelian.

Pada tahap awal, kami akan meneliti bagaimana pengaruh norma subjektif dan kesadaran akan kesehatan terhadap sikap membeli beras organik. Selanjutnya, kami akan meneliti apakah sikap terhadap pembelian, persepsi ketersediaan barang dan harga akan mempengaruhi konsumen dalam konteks intensi membeli beras

organik. Dan pada tahap akhir, kami akan meneliti apakah intensi membeli akan mempengaruhi konsumen dalam konteks frekuensi pembelian beras organik.

Proses Pengambilan Sampel dan Populasi

Konsumen yang akan kami teliti difokuskan pada konsumen beras organik di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek) dimana dalam kuesioner akan dilakukan pemetaan demografi yaitu kota, usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin dan pendapatan. Kami melakukan proses pengambilan sampel dengan metode *convenience*, yaitu mengumpulkan sampel dari mahasiswa, anggota keluarga, rekan – rekan kantor, dan teman – teman dekat dari tim peneliti dengan menggunakan kuesioner online yaitu *google form*. Kuesioner *online* tersebut disebar selama bulan Juli 2019.

Pengumpulan Data

Terdapat 255 responden yang mengisi kuesioner online yang disebar, namun yang valid (mengisi dengan lengkap atau penduduk Jabodetabek) adalah sebanyak 220 kuesioner. Dengan demikian, tingkat respon kuesioner adalah sebesar 86,27%.

Pengukuran

Tujuh konstruk yang diukur dalam penelitian ini diperoleh dari riset literatur. Konstruk tersebut adalah norma subjektif, kesadaran akan kesehatan, sikap, pentingnya harga, persepsi ketersediaan, intensi, dan frekuensi membeli. Norma subjektif, kesadaran kesehatan, dan sikap terhadap pembelian beras organik masing-masing diukur dengan satu pernyataan. Respon untuk norma subjektif, kesadaran kesehatan dan sikap terhadap pembelian beras organik dinyatakan dengan skala Likert mulai dari “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju”. Respon untuk

pentingnya harga (sebagai kontrol perilaku) dan persepsi ketersediaan beras organik dikumpulkan dengan skala mulai dari “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju”. Untuk intensi perilaku diperoleh dengan menggunakan dua pertanyaan dan menggunakan skala Likert mulai dari “sangat tidak berniat” sampai “sangat berniat” untuk pertanyaan pertama dan skala Likert mulai “sangat tidak mungkin” sampai “sangat mungkin” untuk pertanyaan kedua (masing-masing dengan 5 skala). Ukuran untuk frekuensi pembelian beras organik didapatkan melalui satu pertanyaan dengan skala Likert mulai dari “tidak pernah” sampai “hampir selalu” (dengan 5 skala). Untuk memeriksa konsistensi internal atas pengukuran, dilakukan penghitungan *Alpha Cronbach*.

ANALISIS DATA

Software SPSS versi 25 digunakan untuk menganalisis data hasil kuesioner. Berikut adalah hasil dan penjelasannya.

Analisis Deskriptif

Penelitian ini dilakukan di daerah Jabodetabek dengan sampel sebesar 220 responden. Sebaran responden yang kami dapatkan ditampilkan dalam Tabel 3.

Usia responden yang kami dapatkan mayoritas berusia antara 18 tahun hingga 45 tahun. Responden pada usia ini sesuai dengan target yang kami harapkan. Mengingat faktor membeli makanan dengan kandungan beras organik sangat besar potensinya untuk dikonsumsi oleh konsumen dengan segmen usia ini. Usia yang lebih tua diatas 45 tahun memiliki kecenderungan untuk membuat nasi sendiri dirumah daripada membeli sehingga objektif untuk menemukan faktor yang berpengaruh terhadap pembelian beras organik. Jenis kelamin dalam studi ini cukup mewakili kedua jenis kelamin dimana jumlah responden cukup terwakili masing-masing 50% pria dan 50% wanita.

Table 2. Pernyataan Atau Pertanyaan Untuk Variabel Yang Akan Diteliti

No	Variabel	Pernyataan / Pertanyaan
1	Norma subjektif	Orang – orang, yang saya anggap penting, berpikir bahwa saya harus membeli beras organik.
2	Kesadaran akan kesehatan	1. Saya memilih makanan dengan hati – hati untuk memastikan kesehatan yang baik. 2. Saya memandang diri saya sebagai pelanggan yang sadar akan kesehatan. 3. Saya sering berpikir tentang isu kesehatan.
3	Sikap terhadap membeli	Saya berpikir bahwa membeli beras organik itu masuk akal.
4	Pentingnya harga	Harga sebuah produk sangat penting bagi saya.
5	Persepsi ketersediaan	Beras organik selalu cukup tersedia.
6	Intensi untuk membeli	1. Saya berniat untuk membeli beras organik dalam waktu dekat. 2. Seberapa besar kemungkinan anda akan membeli beras organik dalam waktu dekat?
7	Frekuensi pembelian beras organik	Seberapa sering anda membeli beras organik?

Sumber: Hasil Olahan Sendiri

Table 3. Sebaran Responden Kuesioner Analisis Norma Subjektif, Sikap, dan Intensi Penduduk Jabodetabek Dalam Membeli Beras Organik

Daerah	Frekuensi Responden	Keterwakilan	Jenis Kelamin dan Usia	Frekuensi Responden	Keterwakilan
Jakarta	97	44%		97	
			Pria	48	
			18 - 25 Tahun	11	11%
			26 - 35 Tahun	16	16%
			36 - 45 Tahun	13	13%
			46 - 55 Tahun	6	6%
			Di atas 55 Tahun	2	2%
			Wanita	49	
			18 - 25 Tahun	11	11%
			26 - 35 Tahun	20	21%
			36 - 45 Tahun	4	4%
			46 - 55 Tahun	6	6%
			Di atas 55 Tahun	8	8%
Bogor	11	5%		11	
			Pria	8	
			18 - 25 Tahun	1	9%
			26 - 35 Tahun	3	27%
			36 - 45 Tahun	3	27%
			46 - 55 Tahun	1	9%
			Wanita	3	
Depok	26	12%		26	
			Pria	10	
			26 - 35 Tahun	3	12%
			36 - 45 Tahun	4	15%
			Di atas 55 Tahun	3	12%
			Wanita	16	
			26 - 35 Tahun	10	38%
			36 - 45 Tahun	3	12%
			46 - 55 Tahun	2	8%
Tangerang	65	30%		65	
			Pria	35	
			18 - 25 Tahun	11	17%
			26 - 35 Tahun	13	20%
			36 - 45 Tahun	7	11%
			46 - 55 Tahun	3	5%
			Di atas 55 Tahun	1	2%
			Wanita	30	
			18 - 25 Tahun	18	28%
			26 - 35 Tahun	6	9%
			36 - 45 Tahun	3	5%
			46 - 55 Tahun	2	3%
			Di atas 55 Tahun	1	2%
Bekasi	21	10%		21	
			Pria	10	
			18 - 25 Tahun	2	10%
			26 - 35 Tahun	4	19%
			36 - 45 Tahun	4	19%
			Wanita	11	
			18 - 25 Tahun	3	14%
			26 - 35 Tahun	5	24%
			36 - 45 Tahun	1	5%
			Di atas 55 Tahun	2	10%
Grand Total	220		Grand Total	220	

Sumber: Hasil Olahan Sendiri

Mayoritas responden dalam penelitian ini dilihat dari strata pendidikan sudah mengenyam pendidikan S1. Hal ini diharapkan dapat menjadi tendensi bahwa mayoritas responden kami sudah mendapatkan informasi dan paham bahwa makanan dengan label organik mungkin memiliki pengaruh berbeda terhadap preferensi mereka dalam membeli makanan organik sehingga lebih merepresentasikan hasil yang lebih valid dalam penelitian ini. Setelah melalui proses analisis dengan sistem SPSS, kami mendapatkan data deskripsi statistik yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa urutan faktor terpenting atau paling berpengaruh dalam membeli beras organik adalah kesadaran akan kesehatan, harga, sikap, ketersediaan, intensi, dan norma subjektif.

Kesehatan

Kami menganalisis data yang kami dapatkan dan mendapati bahwa nilai rata - rata tertinggi (4,07) dengan standar deviasi yang paling rendah (0,71) dimiliki oleh faktor kesehatan. Kami menarik kesimpulan bahwa rata - rata yang tinggi berarti responden menganggap kesehatan sebagai salah satu variabel yang penting

dalam membeli beras organik. Hal tersebut juga ditunjukkan dengan standar deviasi yang kecil yang memiliki arti kebanyakan responden menjawab hal yang sama. Standar deviasi 0,71 menunjukkan bahwa nilai yang paling banyak muncul antara (4,07-0,71) sampai (4,07+0,71).

Harga

Kami menggunakan pertanyaan apakah harga sebuah produk mempengaruhi responden dalam membeli suatu barang. Pertanyaan ini ditujukan untuk melihat bagaimana responden menganggap harga suatu barang penting. Hasil dari pertanyaan tersebut adalah rata - rata 3,87 (≈ 4) yang berarti penting karena merupakan urutan kedua dalam besaran rata - rata. Standar deviasi 1,01 menunjukkan bahwa nilai yang paling banyak muncul antara (3,87-1,01) sampai (3,87+1,01).

Sikap

Kami menanyakan kepada responden apakah membeli beras organik itu masuk akal. Pertanyaan ini mendapat nilai rata - rata sebesar 3,79 (≈ 4) yang artinya adalah mayoritas responden setuju bahwa membeli beras organik cukup masuk akal selain faktor - faktor lain yang mempengaruhi mereka dalam membeli beras organik.

Table 4. Statistik Deskriptif Riset Analisis Norma Subjektif, Sikap, dan Intensi Penduduk Jabodetabek Dalam Membeli Beras Organik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Norma	220	1,00	5,00	3,1909	1,21629
Sikap	220	1,00	5,00	3,7955	,94070
Harga	220	1,00	5,00	3,8773	1,01064
Ketersediaan	220	1,00	5,00	3,2364	1,12203
Frekuensi	220	1,00	5,00	2,4909	1,26956
Intensi	220	1,00	5,00	3,2000	1,11793
Kesehatan	220	1,67	5,00	4,0727	,71426
Valid N (listwise)	220				

Sumber: Hasil SPSS v.25

Standar deviasi 0,94 menunjukkan bahwa nilai yang paling banyak muncul antara (3,79-0,94) sampai (3,79+0,94).

Ketersediaan

Kami menanyakan kepada responden terkait pemahaman mereka atas ketersediaan beras organik di sekitar mereka. Jawaban responden setelah kami analisis menunjukkan rata - rata 3,23 (≈ 3) yang berarti adanya kemungkinan responden belum atau kurang mengetahui ketersediaan beras organik disekitar mereka. Standar deviasi 1,12 menunjukkan bahwa nilai yang paling banyak muncul antara (3,23-1,12) sampai (3,23+1,12).

Intensi

Faktor intensi adalah konstruk yang kami ingin ketahui. Kami menanyakan apakah responden memiliki intensi membeli beras organik dalam waktu dekat. Nilai rata - rata 3,20 merupakan ketiga terendah dalam analisis deskriptif kami dan menunjukkan bahwa responden hampir berniat untuk membeli dalam waktu dekat. Sedangkan standar deviasi 1,11 menunjukkan bahwa nilai yang paling banyak muncul antara (3,20-1,11) sampai (3,20+1,11).

Norma Subjektif

Kami ingin melihat bagaimana norma yang berlaku disekitar responden mempengaruhi mereka dalam membeli beras organik. Hasil dari pertanyaan ini adalah rata - rata 3,19 yang menunjukkan bahwa responden menganggap bahwa norma berpengaruh bagi mereka dalam membeli beras organik. Rata - rata 3,19 adalah kedua terendah dibandingkan variabel lainnya. Hal ini berarti bahwa responden menempatkan norma yang berlaku di lingkungan sekitar responden sebagai faktor kedua terendah dalam mempengaruhi pembelian beras organik. Standar deviasi 1,21 menunjukkan

bahwa nilai yang paling banyak muncul antara (3,19-1,21) sampai (3,19+1,21).

Frekuensi Pembelian Beras

Frekuensi responden dalam membeli beras organik merupakan konstruk yang ingin kami ketahui juga dalam penelitian ini. Nilai rata - rata 2,49 merupakan yang terendah diantara hasil deskriptif analisis kami. Hal ini berarti responden hampir tidak sering membeli beras organik. Standar Deviasi 1,26 juga merupakan standar deviasi paling lebar dalam analisis deskriptif kami yang mana nilai yang paling banyak muncul antara (2,49-1,26) sampai (2,49+1,26).

Analisis Validitas dan Reabilitas

Uji validitas adalah pengujian yang digunakan mengetahui seberapa tepat sebuah pertanyaan / pernyataan dapat digunakan untuk mengukur suatu variabel. Reliabilitas data adalah tingkat konsistensi data yang bersangkutan.

Analisis Validitas

Berikut adalah hasil uji validitas riset ini:

Tabel 5. Uji KMO dan Bartlett's atas Hasil Riset

Uji KMO dan Bartlett's		
Ukuran Kecukupan Sampel		
Kaiser-Meyer-Olkin		0,866
Uji Sphericity Bartlett's	Perkiraan	1035,446
	Chi-Square	
	df	45
Sig.		0,000

Sumber: Hasil SPSS v.25

Berdasarkan tabel 5, nilai KMO adalah 0,866 sehingga dapat diartikan bahwa 220 responden yang kami dapatkan pada riset ini mencukupi secara kuantitas dari persyaratan yaitu nilai KMO > 0,5. Sedangkan dari signifikansi, hasil uji data kami bernilai 0.000 dimana nilai tersebut < 0,005 yang berarti seluruh hubungan variabel dalam riset ini signifikan.

Table 6. Komponen Matriks Terotasi atas Hasil Riset

	Komponen Matriks Terotasi	
	Komponen	
	1	2
Norma Subjektif	0,752	0,016
Sikap terhadap pembelian	0,691	0,167
Intensi untuk membeli 1	0,871	0,143
Intensi untuk membeli 2	0,842	0,243
Pentingnya harga	0,457	0,236
Kesadaran Kesehatan 1	0,245	0,757
Kesadaran Kesehatan 2	0,224	0,858
Kesadaran Kesehatan 3	0,089	0,845
Presepsi Ketersediaan	0,645	0,290
Frekuensi pembelian beras organik	0,804	0,190
Metode Ekstraksi: Analisis Komponen Utama.		
Metode Rotasi: Varimax dengan Normalisasi Kaiser		
Rotasi bertemu dalam 3 iterasi		
Sumber: Hasil SPSS v.25		

Berdasarkan tabel 6 di atas, seluruh pertanyaan pada masing-masing konstruk setelah diuji berada pada konstruk yang sama dan tepat sehingga tidak ada pertanyaan outlier atau pertanyaan yang melenceng dari konstruknya.

Analisis Reabilitas

Analisis reliabilitas juga untuk menilai apakah skala yang digunakan dalam kuesioner dapat diandalkan untuk dianalisis. Cronbach's Alpha adalah alat ukur yang populer yang dapat digunakan untuk menentukan sejauh mana item kuesioner dapat diperlakukan sebagai konstruk laten tunggal.

Pada jurnal kami ini, kami sepenuhnya mengambil pertanyaan dari jurnal rujukan kami (Tarkiainen dan Sundqvist, 2005). Pada jurnal rujukan tersebut, pertanyaan diberikan untuk dua subjek yaitu tepung dan roti organik, kami menyamakan pertanyaan kuesioner kami dengan pertanyaan kuesioner pada jurnal rujukan

dengan hanya mengubah subjek tepung dan roti menjadi beras.

Analisis Korelasi

Tabel 7 berikut menunjukkan hasil analisis korelasi. Berdasarkan tabel 7 menurut analisis korelasi bivariate pearson, nilai berkisar di antara -1 sampai dengan 1 dengan angka 0 berarti tidak ada korelasi sama sekali antara masing-masing variabel. Sementara jika nilai pearson correlation mendekati -1 ataupun 1 berarti korelasi semakin kuat dengan asumsi jika angka lebih besar dari 0,5 maka korelasi semakin kuat dan jika angka dibawah 0,5 maka korelasi lebih lemah.

Berdasarkan penjelasan diatas, terdapat beberapa korelasi antara variabel-variabel dalam penelitian ini yang mempunyai korelasi yang tinggi antara lain: norma dengan intensi, sikap dengan intensi, ketersediaan dengan frekuensi pembelian, ketersediaan dengan intensi untuk membeli, dan frekuensi pembelian dengan intensi.

Tabel 7. Uji Korelasi Konstruk Riset Pengaruh Norma Subjektif dan Kesadaran akan Kesehatan Terhadap Sikap Pembelian Beras Organik di Jabodetabek

		Norma Subjektif	Sikap terhadap pembelian	Pentingnya harga	Persepsi ketersediaan	Frekuensi pembelian beras organik	Intensi untuk membeli	Kesadaran atas kesehatan
Norma Subjektif	Pearson Correlation	1	.457**	.261**	.328**	.495**	.640**	.238**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	220	220	220	220	220	220	220
Sikap terhadap pembelian	Pearson Correlation	.457**	1	.276**	.457**	.490**	.569**	.314**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	220	220	220	220	220	220	220
Pentingnya harga	Pearson Correlation	.261**	.276**	1	.312**	.286**	.426**	.280**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	220	220	220	220	220	220	220
Persepsi Ketersediaan	Pearson Correlation	.328**	.457**	.312**	1	.630**	.545**	.370**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	220	220	220	220	220	220	220
Frekuensi pembelian beras organik	Pearson Correlation	.495**	.490**	.286**	.630**	1	.724**	.353**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	220	220	220	220	220	220	220
Intensi untuk membeli	Pearson Correlation	.640**	.569**	.426**	.545**	.724**	1	.407**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	220	220	220	220	220	220	220
Kesadaran atas kesehatan	Pearson Correlation	.238**	.314**	.280**	.370**	.353**	.407**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	220	220	220	220	220	220	220

** . Korelasi signifikan dengan nilai 0.01 (2-tailed).

Sumber: Hasil SPSS v.25

Sementara untuk variabel lainnya memiliki korelasi yang lemah. Meski demikian, hasil tetap menunjukkan bahwa semua variabel saling berkorelasi.

Pada tabel tersebut pula, dapat kita lihat bahwa pearson correlation yang dihasilkan seluruhnya bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel memiliki arah korelasi yang sama. Berdasarkan nilai signifikansi (two-tailed) seluruhnya berada dibawah nilai 0,05 sehingga seluruh variabel yang dihubungkan sebagaimana tabel di atas memiliki korelasi signifikan satu sama lain.

Analisis Regresi

Sejalan dengan model penelitiannya, maka analisis regresi akan dilakukan sebanyak 3 (tiga) kali, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh norma subjektif dan kesadaran akan kesehatan terhadap

sikap pembelian beras organik di Jabodetabek.

2. Pengaruh sikap pembelian beras organik, pentingnya harga, dan persepsi ketersediaan terhadap intensi membeli beras organik di Jabodetabek.
3. Pengaruh intensi membeli beras organik terhadap frekuensi pembelian beras organik di Jabodetabek.

Tabel 8 menggambarkan hasil analisis regresi berganda yang mengukur pengaruh variabel norma subjektif dan kesadaran akan kesehatan terhadap sikap pembelian beras organik di Jabodetabek.

Tabel 8 menunjukkan bahwa R^2 sebesar 0,254, yang berarti bahwa 25,4% dari sikap pembelian beras organik dijelaskan oleh norma subjektif dan kesadaran akan kesehatan. Selain itu, nilai R^2 dan adjusted R^2 hampir sama (adjusted R^2 berkurang

Tabel 8. Analisis Regresi Berganda Atas Pengaruh Norma Subjektif dan Kesadaran akan Kesehatan Terhadap Sikap Pembelian Beras Organik di Jabodetabek

Variabel Independen	β	t	Sig.	Koefisien Std. Error	Korelasi Parsial
Konstanta	1,626	4,967	0,000	0,327	-
Norma subjektif	0,314	6,716	0,000	0,405	0,415
Kesadaran akan kesehatan	0,287	3,611	0,000	0,218	0,238
R ²	0,254				
Adjusted R ²	0,247				

Variabel Dependen: Sikap Pembelian Beras Organik, significance level = 0,000

Sumber: Hasil Olahan Sendiri

hanya 0,007 poin). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi sangat baik dalam menjelaskan variabel dependen (Markovic dan Jankovic 2013). Kemudian jika dilihat dari nilai korelasi parsial, norma subjektif memiliki korelasi yang cukup kuat dengan sikap dibandingkan dengan kesadaran akan kesehatan. Hal ini berarti sikap responden dalam membeli beras organik cenderung lebih dipengaruhi oleh orang-orang disekitarnya dibanding kesadarannya akan kesehatan. Tabel hasil regresi diatas juga menjelaskan bahwa norma subjektif ($\beta = 0,314$, $p < 0,05$) dan kesadaran akan kesehatan ($\beta = 0,287$, $p < 0,05$) berpengaruh positif signifikan terhadap sikap pembelian beras organik. Hasil studi sebelumnya menemukan bahwa norma subjektif dan identifikasi diri konsumen sebagai

yang sadar kesehatan akan secara positif mempengaruhi sikap pembelian beras organik (Tarkiainen dan Sundqvist, 2005). Dengan demikian, hasil analisis ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tarkiainen dan Sundqvist (2005).

Hasil analisis regresi pada tabel 8 dapat digambarkan kedalam model persamaan sebagai berikut:

$$\text{Sikap Pembelian Beras Organik} = 1,626 + 0,314 * \text{Norma Subjektif} + 0,287 * \text{Kesadaran akan Kesehatan}$$

Tabel 9 menggambarkan hasil dari analisis regresi berganda yang mengukur pengaruh variabel sikap pembelian beras organik, pentingnya harga, dan persepsi

Tabel 9. Analisis Regresi Berganda Atas Pengaruh Sikap Pembelian Beras Organik, Pentingnya Harga, dan Persepsi Ketersediaan Terhadap Intensi Membeli Beras Organik di Jabodetabek

Variabel Independen	β	t	Sig.	Koefisien Std. Error	Korelasi Parsial
Konstanta	-0,421	-1,504	0,134	0,280	-
Sikap	0,434	6,496	0,000	0,067	0,404
Ketersediaan	0,305	5,375	0,000	0,057	0,343
Harga	0,254	4,361	0,000	0,058	0,284
R ²	0,472				
Adjusted R ²	0,465				

Variabel Dependen: Intensi Membeli Beras Organik, significance level = 0,000

Sumber: Hasil Olahan Sendiri

Tabel 10. Analisis Regresi Sederhana Atas Pengaruh Intensi Membeli Beras Organik Terhadap Frekuensi Pembelian Beras Organik di Jabodetabek

Variabel Independen	β	t	Sig.	Koefisien Std. Error	Korelasi Parsial
Konstanta	-0,139	-0,770	0,442	0,180	-
Intensi	0,822	15,477	0,000	0,053	0,724
R ²	0,524				
Adjusted R ²	0,521				

Variabel Dependen: Frekuensi Pembelian Beras Organik, significance level = 0,000

Sumber: Hasil Olahan Sendiri

ketersediaan beras organik di Jabodetabek terhadap intensi membeli beras organik.

Dari tabel 9, dapat dilihat bahwa R² sebesar 0,472, yang berarti bahwa 47,2% dari intensi membeli beras organik dijelaskan oleh sikap pembelian beras, persepsi ketersediaan beras organik, dan pentingnya harga beras organik. Selain itu, nilai R² dan adjusted R² hampir sama (adjusted R² berkurang hanya 0,007 poin). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi sangat baik dalam menjelaskan variabel dependen. Kemudian jika dilihat dari nilai korelasi parsial, korelasi masing – masing variabel sikap, ketersediaan, dan harga dengan intensi bersifat lemah. Bahkan, nilai korelasi harga lebih rendah dibanding ketersediaan dan sikap, padahal hasil penelitian Moslehpour, Kien, dan Danyfista (2013) menunjukkan bahwa salah satu alasan kenapa konsumen tidak membeli beras adalah karena harganya lebih mahal dibanding harga beras anorganik. Dengan demikian, hubungan antara harga dengan intensi membeli beras organik sifatnya lemah dengan mengendalikan variabel sikap dan ketersediaan.

Tabel hasil regresi diatas juga menjelaskan bahwa sikap pembelian beras ($\beta = 0,434$, $p < 0,05$), persepsi ketersediaan beras organik ($\beta = 0,305$, $p < 0,05$), dan pentingnya harga beras organik ($\beta = 0,254$, $p < 0,05$)

berpengaruh positif signifikan terhadap intensi membeli beras organik. Hasil studi sebelumnya menemukan bahwa sikap positif terhadap pembelian beras organik akan secara positif berpengaruh terhadap intensi untuk membelinya, persepsi ketersediaan beras organik berdampak pada intensi untuk membeli beras organik, dan harga yang diterima mempengaruhi intensi untuk membeli beras organik.

Hasil analisis regresi pada tabel 9 dapat digambarkan kedalam model persamaan sebagai berikut:

$$\text{Intensi Membeli Beras Organik} = 0,434 * \text{Sikap} + 0,305 * \text{Ketersediaan} + 0,254 * \text{Harga}$$

Tabel 10 menggambarkan hasil dari analisis regresi sederhana yang mengukur pengaruh variabel intensi membeli beras organik terhadap frekuensi pembelian beras organik di Jabodetabek.

Dari tabel 10, dapat dilihat bahwa R² sebesar 0,524, yang berarti bahwa 52,4% dari frekuensi pembelian beras organik dijelaskan oleh intensi membeli beras organik. Selain itu, nilai R² dan adjusted R² hampir sama (adjusted R² berkurang hanya 0,003 poin). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi sangat baik dalam menjelaskan variabel dependen. Kemudian

jika dilihat dari nilai korelasi parsial, korelasi intensi dengan frekuensi membeli beras organik sangat kuat. Tabel hasil regresi diatas juga menjelaskan bahwa intensi membeli beras organik ($\beta = 0,822$, $p < 0,05$) berpengaruh positif signifikan terhadap frekuensi pembelian beras organik. Hasil studi sebelumnya menemukan bahwa intensi membeli beras organik memiliki hubungan positif dengan perilaku membeli beras organik.

Hasil analisis regresi pada tabel 10 dapat digambarkan kedalam model persamaan sebagai berikut:

$$\text{Frekuensi Pembelian Beras Organik} = 0,822 * \text{Intensi}$$

Uji Hipotesis

Hipotesis diuji berdasarkan hasil analisis koefisien regresi yang digambarkan oleh tabel 8,9,10. Ringkasan dari hasil uji hipotesis digambarkan pada Tabel 11 berikut.

DISKUSI

Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pembelian beras organik. Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya dimana dikatakan bahwa norma subjektif mempengaruhi sikap pembelian. Beberapa penelitian sebelumnya terkait variabel ini, norma subjektif

mempengaruhi sikap dalam mempengaruhi perilaku yang memiliki nilai etika dimana membeli makanan organik termasuk dalam etika perilaku terkait dengan kepedulian lingkungan (Tarkiainen dan Sundqvist, 2005).

Variabel kesadaran akan kesehatan ditemukan juga secara positif dan signifikan mempengaruhi sikap pembelian beras organik, meskipun di jurnal sebelumnya dikatakan bahwa hubungan antara kesadaran kesehatan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap sikap pembelian, hal ini diduga karena hanya dalam konteks roti organik dan tepung organik. Namun dalam hal beras yang diteliti dalam jurnal ini, hasilnya berpengaruh secara signifikan. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Kutresnaningdian, Albari (2012) yang membuktikan bahwa ada pengaruh positif antara kesadaran kesehatan dan perhatian pada keamanan makanan terhadap sikap dari konsumen.

Hubungan antara sikap pembelian beras dengan intensi membeli berpengaruh positif dan signifikan dimana sesuai dengan hasil studi sebelumnya yang menemukan bahwa sikap pembelian beras organik akan berpengaruh positif terhadap intensi untuk membelinya. Sikap pembelian memiliki hubungan signifikan dengan intensi pembelian makanan organik. Dimana semakin baik sikap pembelian maka

Tabel 11. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Hubungan	Hipotesis	Hasil
Norma subjektif dan sikap	H1	Positif, Signifikan
Kesadaran akan kesehatan dan sikap	H2	Positif, Signifikan
Sikap dan intensi	H3	Positif, Signifikan
Ketersediaan dan intensi	H4	Positif, Signifikan
Harga dan intensi	H5	Positif, Signifikan
Intensi dan frekuensi	H6	Positif, Signifikan

Sumber: Hasil olahan sendiri

semakin tinggi intensi pembelian makanan organik (Suprpto, Wijaya, 2012).

Persepsi ketersediaan beras organik juga secara positif signifikan mempengaruhi intensi pelanggan untuk membeli. Sama halnya dengan harga beras organik yang secara positif dan signifikan mempengaruhi intensi pelanggan dalam membeli beras organik. Yin (2010) mengatakan alasan dibalik tidak membeli makanan organik adalah harga yang mahal dan ketersediaan yang terbatas. Pernyataan ini sama dengan apa yang disampaikan oleh Zanolli, R. and Naspetti, S. (2002) bahwa harga yang terjangkau dan distribusi yang merata akan meningkatkan permintaan untuk makanan organik. Untuk beberapa orang, harga makanan organik tergolong mahal sehingga manfaatnya juga perlu dibuktikan. Sedangkan bagi mereka yang ingin membayar lebih untuk makanan organik, mereka yakin bahwa makanan organik memiliki manfaat yang baik baginya (Makaton, 2002).

Intensi membeli beras organik dan frekuensi pembelian beras organik memiliki hubungan positif dan signifikan. Hal ini dapat dijelaskan dari hasil *adjusted R²* sebesar 52.1%. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dimana disebutkan intensi membeli mempengaruhi frekuensi dan perilaku pembelian makanan organik secara positif dan signifikan (Tarkiainen dan Sundqvist, 2005).

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa sikap dan norma subjektif terbukti berpengaruh terhadap intensi dan intensi tersebut yang akan mempengaruhi frekuensi pembelian beras organik oleh konsumen. Disamping itu variabel - variabel lain yang mempengaruhi frekuensi pembelian beras

organik secara tidak langsung adalah kesadaran kesehatan, persepsi ketersediaan beras, dan harga di mata konsumen yang terbukti juga berpengaruh secara positif dan signifikan.

Hasil penelitian dapat membuktikan bahwa kontribusi norma subjektif dan kesadaran akan kesehatan mempengaruhi sikap konsumen dalam pembelian beras organik yang secara tidak langsung juga akan mempengaruhi frekuensi pembelian beras organik di daerah Jabodetabek. Frekuensi pembelian beras organik akan naik seiring dengan kenaikan intensi konsumen dalam membeli beras organik. Hal ini yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam konteks TPT.

Penelitian ini memiliki dampak atau implikasi terhadap pemangku kepentingan terkait diantaranya adalah implikasi pada pelaku bisnis beras organik bahwa konsumen akhir sangat peduli akan kesehatan namun belum mengkonsumsi beras organik karena harga nya yang mahal dan ketersediaan yang terbatas. Ketersediaan yang terbatas juga merupakan opportunity bagi pelaku bisnis untuk dapat memasarkan dan menjual beras organik dengan kanal yang lebih tersebar sehingga dapat meningkatkan awareness dan permintaan yang akan menimbulkan kompetisi antar distributor dan dapat menciptakan harga yang wajar / tidak mahal.

Bagi praktisi, konsumen dan pembaca, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perlunya edukasi dilakukan untuk menunjukkan hubungan antara kesadaran kesehatan dengan perilaku mengkonsumsi beras organik dimana hal tersebut dapat meningkatkan intensi pembelian beras organik.

Dalam penelitian ini masih ada keterbatasan pada satu produk yaitu beras organik dan keterbatasan area penelitian yang hanya dilakukan untuk konsumen yang berdomisili di Jabodetabek. Penelitian selanjutnya mungkin dapat memperluas pada produk organik lainnya dan menggunakan wilayah penelitian yang lebih luas persebarannya. ◀

REFERENCES

- Badan Pusat Statistik: Distribusi Perdagangan Komoditas Beras Indonesia Tahun 2018. www.bps.go.id.
- Budi Suprpto., Tony Wijaya., 2012, "Intentions of Indonesian Consumers on Buying Organic Food", *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 3, No. 2
- Bunyasiri and Sirisupluxana. Consumer's Behavior and Rice Attributes for Thai HomMali Rice in Sichuan Province of China. January 2018. Vol. 12 issue 2.
- Chung et al. Cost Analysis of Rice Milling: A Case Study of 7 Rice Mills in Malaysia. 2014.
- Sharma and Patil. Key Indicators of Rice Production and Consumption, Correlation Between Them and Supply-Demand Prediction. 2014.
- Cuevas et al. Rice Grain Quality and Consumer Preferences: A Case Study of Two Rural Towns in the Philippines. 2016.
- Kutresnaningdian, Firdha., Albari, "Peran Kesadaran Kesehatan dan Perhatian pada Keamanan Makanan Terhadap Sikap dan Minat Konsumen Dalam Membeli Makanan Organik",
- Makaton, A. (2002), "What motivates consumers to buy organic food in UK? Results from a qualitative study", *British Food Journal*, Vol. 104 Nos 3/5, pp. 345-53.
- Markovic, S., & Jankovic, S.R., 2013, "Exploring The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in Croatian Hotel Industry", *Tourism and Hospitality Management*, 19(2), 149-164.
- Moslehpour, Kien, and danyfisla. Differences of Customer Purchase Behavior Toward Organic Rice in Indonesia and Taiwan. 2013. *IJQSS* 6,4.
- Sathapattanont et al. The Role of Farmer Organizations and Networks in the Rice Supply Chain in Thailand. 2017. *JADEE* 8,3.
- Shaibu and Al-hassan. Analysis of Factors Influencing Caterers of the Ghana School Feeding Programme to Purchase Rice from Local Farmers in the Tamale Metropolis, Tolon-Kumbungu and Karaga Districts. 2014. Volume VI. Number 2.
- Surjasa et al. Indonesian Rice Supply Chain Analysis and Supplier Selection Model. 2013. Vol. 5. No. 1.
- Tarkiainen and Sundqvist. Subjective Norms, Attitudes and Intentions of Finish Consumers in Buying Organic Food. 2005. Vol.107, No. 11, pp 808-822.
- Yin, S., Wu, L., Du, L. and Chen, M. (2010), "Consumers' purchase intention of organic food in China", *Journal of the Science of Food and Agriculture*, Vol. 90 No. 8, pp. 1361-1367.
- Zanoli, R. and Naspetti, S. (2002), "Consumer motivations in the purchase of organic food", *British Food Journal*, Vol. 104 No. 8, pp. 643-53.