

**INVESTIGASI NIAT BELI PRODUK MAKANAN ORGANIK:
BAGAIMANA PERAN PERSEPSI NILAI, SIKAP, DAN
HARGA?**

**FERDY PAIDO TUA
8236159345**



**Tesis ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Magister Manajemen**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

**INVESTIGATION INTO THE PURCHASE INTENTION
ORGANIC FOOD PRODUCTS: WHAT IS THE ROLE OF
PERCEIVED VALUE, ATTITUDE, AND PRICE?**

**FERDY PAIDO TUA
8236159345**



**This thesis is submitted as part of requirements to be awarded
the degree in Master of Management**

**MASTER OF MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Dedi Purwana ES,M.Bus
NIP : 196712071992031001

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Prof. Dr. Dedi Purwana SE,M.Bus NIP 196712071992031001	Ketua		16/7/2019
2.	Dr. Agung Wahyu Handaru ST,MM NIP 197811272006041001	Sekretaris		16/7/2019
3.	Dr. Mohamad Rizan SE,MM NIP 197206272006041001	Pembimbing 1		18/7/2019
4.	Usep Suhud M.Si,Ph.D NIP 1970021220081211001	Pembimbing 2		15/7/2019
5.	Unggul Purwoheddi SE,M.Si,Ph.D NIP197908142006041002	Penguji 1		12/7/2019
6.	Ari Warokka SE,M.Sc,MCEUE, MDEM,DEA,Ph.D	Penguji 2		12/7/2019

Nama : Ferdy Paido Tua

No.Registrasi : 8236159345

Tanggal Lulus : 25 september 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, September 2019



Ferdy Paido Tua
8236159345

ABSTRAK

FERDY PAIDO TUA. 8236159345. *Investigasi Niat Beli Produk Makanan Organik: Bagaimana Peran Persepsi Nilai, Sikap, dan Harga?.* 2019.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Menguji secara empiris pengaruh Persepsi Nilai terhadap Niat Beli produk makanan organik, (2) menguji secara empiris pengaruh Sikap terhadap Niat Beli produk makanan organik, (3) menguji secara empiris pengaruh Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik, (4) menguji secara empiris pengaruh Harga terhadap Sikap konsumen produk makanan organik, (5) menguji secara empiris pengaruh Harga terhadap Persepsi Nilai konsumen produk makanan organik, (6) menguji secara empiris pengaruh Sikap memoderasi hubungan Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik, dan (7) menguji secara empiris Sikap memediasi hubungan Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik. Responden tersebut merupakan pekerja di wilayah Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta. Penelitian ini dilaksanakan antara rentang Mei hingga Juli 2018. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 200 responden. Analisis data menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) AMOS versi 21. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: (1) Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli produk makanan organik, terbukti melalui pengujian yang menghasilkan nilai $C.R\ 3.921 > 2.00$ dan $P\ 0.000 < 0.05$ yang berarti hipotesis pertama diterima, (2) Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli produk makanan organik, terbukti melalui pengujian yang menghasilkan nilai $C.R\ 3.540 > 2.00$ dan $P\ 0.000 < 0.05$ yang berarti hipotesis kedua diterima, (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli produk makanan organik, terbukti melalui pengujian yang menghasilkan nilai $C.R\ 3.817 > 2.00$ dan $P\ 0.000 < 0.05$ yang berarti hipotesis ketiga diterima, (4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap konsumen produk makanan organik, terbukti melalui pengujian yang menghasilkan nilai $C.R\ 5.632 > 2.00$ dan $P\ 0.000 < 0.05$ yang berarti hipotesis keempat diterima, (5) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Nilai konsumen produk makanan organik, terbukti melalui pengujian yang menghasilkan nilai $C.R\ 6.558 > 2.00$ dan $P\ 0.000 < 0.05$ yang berarti hipotesis kelima diterima, (6) Sikap berpengaruh positif dan signifikan memoderasi Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik, terbukti melalui pengujian yang menghasilkan $C.R\ 5.006 > 2.00$ dan $P\ 0.000 < 0.05$ yang berarti hipotesis keenam diterima, dan (7) Sikap berpengaruh positif dan signifikan memoderasi Harga terhadap Niat Beli produk makanan organik, terbukti melalui pengujian yang menghasilkan $C.R\ 4.217 > 2.00$ dan $P\ 0.000 < 0.05$ yang berarti hipotesis ketujuh diterima.

Kata Kunci: *Persepsi Nilai, Sikap, Harga, Niat Beli, Produk Makanan Organik*

ABSTRACT

FERDY PAIDO TUA. 8236159345. *Investigation into The Purchase Intention Organic Food Products: What is The Role of Perceived Value, Attitude, and Price?. 2019.*

The purpose of this study was to: (1) to test empirically the impact of Perceived Value to Purchase Intention Organic Food Products, (2) to test empirically the impact of Attitude to Purchase Intention Organic Food Products, (3) to test empirically the impact of Price to Purchase Intention Organic Food Products (4) to test empirically the impact of Price to Attitude of Consumers Organic Food Products, (5) to test empirically the impact of Price to Perceived Value of Consumers Organic Food Products, (6) to test empirically the impact of Attitude to moderate the relationship of Price to Purchase Intention Organic Food Products, and (7) to test empirically the impact Attitude of mediating the relationship of Price to Purchase Intention Organic Food Products. These respondents are workers in the Jakarta Special Capital Region (DKI). This study was conducted between the range May to July 2018. The number of samples taken was 200 respondents. The data analysis using SEM (Structural Equation Modeling) AMOS version 21. The results of hypothesis testing showed: (1) Perceived Value has positive and significant impact to Purchase Intention Organic Food Products, proven through testing that generate value C.R 3.921 > 2.00 and P 0.000 < 0.05 which means that the first hypothesis is accepted, (2) Attitude has positive and significant impact to Purchase Intention Organic Food Products, proven through testing that generate value C.R 3.540 > 2.00 and P 0.000 < 0.05 which means that the second hypothesis is accepted, (3) Price has positive and significant impact to Purchase Intention Organic Food Products, proven through testing that generate C.R 3.817 > 2.00 and P 0.000 < 0.05 which means that the third hypothesis is accepted, (4) Price has positive and significant impact to Attitude of Consumers Organic Food Products, proven through testing that generate C.R 5.632 > 2.00 and P 0.000 < 0.05 which means that the fourth hypothesis is accepted, (5) Price has positive and significant impact to Perceived Value of Consumers Organic Food Products, proven through testing that generate C.R 6.558 > 2.00 and P 0.000 < 0.05 which means that the fifth hypothesis is accepted, (6) Attitude has a positive and significant effect on moderating the Price of Purchase Intention Organic Food Products, proven through testing that produces CR 5.006 > 2.00 and P 0.000 < 0.05 which means the sixth hypothesis is accepted, and (7) Attitudes positively and moderately moderates Price to Purchase Intention Organic Food Products, proven through testing that produces CR 4.217 > 2.00 and P 0.000 < 0.05 which means the seventh hypothesis is accepted.

Keywords: *Perceived Value, Attitude, Price, Purchase Intention, Organic Food Products*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen (M.M.) Fakultas Ekonomi Program Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta yang berjudul:

“Investigasi Niat Beli Produk Makanan Organik: Bagaimana Peran Persepsi Nilai, Sikap, dan Harga?”

Dalam penyelesaian thesis ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang berperan dalam penyelesaian thesis tersebut. Maka penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril dalam penyusunan thesis ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Intan Ahmad, Ph.D. selaku Plh Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M., selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Bapak. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan tesis ini.

5. Bapak Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan tesis ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang selama ini memberikan pengajaran serta arahan dalam studi yang penulis tempuh, serta seluruh Staf Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses administrasi penulis serta pemberkasan.
7. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Program Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta, terkhusus sahabat-sahabatku angkatan X-B yakni Juhasdi Susono, Nur Hajja Aini, dan Novita Sari.
8. Kedua orangtua ku tercinta AIPTU Pol. Libert Situmorang dan Lidia Hutapea, S.E. yang telah memberikan doa, arahan, dan motivasi. Serta adikku Sarah Sinta yang memberikan semangat dan keceriaan bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan thesis ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan tesis ini agar lebih baik. Penulis juga berharap semoga thesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta peneliti lanjutan yang meneliti hal yang serupa.

Jakarta, September 2019

Penulis