

**PENGARUH GAYA HIDUP SEHAT, PERSEPSI HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MAKANAN ORGANIK**

RINGKASAN SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Studi Manajemen**



ERMA WITA YADA SARAH SIMBOLON

211629260

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YAYASAN KELUARGA
PAHLAWAN NEGARA**

YOGYAKARTA

2020

SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP SEHAT, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAKANAN ORGANIK

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ERMA WITA YADA SARAH SIMBOLON

No. Mhs.: 211629260

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Rabu 2 September 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.



Pembimbing,

Ketua/Penguji,

Dr. Miswanto, M.Si.

Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, M.Si., Ph.D.

Yogyakarta, 2 September 2020
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,



Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

ABSTRAK

Kendala dalam memasarkan produk organik di Indonesia yaitu informasi yang terbatas dan perbedaan gaya hidup individu. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini melibatkan 131 responden. Responden terdiri dari pelajar, mahasiswa, wiraswasta, pegawai swasta, dan pegawai negeri dengan menggunakan teknik *non-probabilitas* jenis *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada makanan organik. *R square* menghasilkan 0,460 yang artinya variabel gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk dapat menjelaskan keputusan pembelian pada makanan organik sebesar 46,0% dan sisanya 54% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Variabel kualitas produk lebih mempengaruhi keputusan pembelian terhadap makanan organik dibandingkan dengan variabel gaya hidup sehat dan persepsi harga, ini dapat dilihat dari nilai beta pada *standardized coefficient* variabel kualitas produk sebesar 0,342 mendekati angka 1.

Kata kunci: gaya hidup sehat, persepsi harga, kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTARCT

Constraints in marketing organic products in Indonesia are limited information and differences in individual lifestyles. The purpose of this study was to analyze the effect of a healthy lifestyle, perceived price, and product quality on purchasing decisions. This study involved 131 respondents. Respondents consisted of students, students, entrepreneurs, private employees and civil servants using technique *non-probability* types. *purposive sampling* The results of this study indicate that the variables of a healthy lifestyle, price perception, and product quality influence purchasing decisions on organic food. *R square* yields 0.460, which means that the variables of healthy lifestyle, price perception, and product quality can explain the purchasing decisions on organic food by 46.0% and the remaining 54% is influenced by other factors outside the study. Product quality variables more influence purchasing decisions on organic food compared to healthy lifestyle

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

variables and price perceptions, this can be seen from the beta value of the *standardized coefficient*, the variable product quality is 0.342 close to number 1.

Keywords: healthy lifestyle, price perception, product quality, buying decision.

Pendahuluan

Latar Belakang

Meningkatnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk yang aman bagi kesehatan menjadikan masyarakat lebih selektif dalam memilih produk untuk dikonsumsi. Hal ini di buktikan bahwa masyarakat yang peduli terhadap kesehatan mulai membeli produk-produk yang tidak mengandung bahan kimia yang beberapa di antaranya berupa bahan sintesis dan pestisida. Pestisida merupakan zat kimia yang digunakan para komoditas pertanian untuk menghindari hama pada tumbuhan, dan memiliki dampak buruk bagi kesehatan manusia. Tidak hanya berdampak buruk pada kesehatan manusia, tetapi juga berdampak buruk bagi lingkungan. Tidak jarang para petani menggunakan pestisida untuk membunuh para hama demi meningkatnya hasil produksi panen, karena untuk membunuh hama tanpa menggunakan pestisida kerap kali membutuhkan waktu yang lama serta biaya lebih besar.

Maraknya trend hidup sehat sekarang ini mempengaruhi pola makan di beberapa kalangan masyarakat. Mengonsumsi makanan organik sejalan dengan gaya hidup sehat, karena sebagian masyarakat menganggap makanan konvensional kurang baik bagi kesehatan serta lingkungan untuk jangka panjang. Tidak dipungkiri beberapa konsumen yang menuntut hak keamanan pangan menjadi lebih meningkat di masa kini. Keamanan pangan yang kerap kali menggunakan MSG secara berlebih sudah menjadi suatu masalah yang dihadapi oleh konsumen, pemasar, produsen, pengelola dan pemerintah. Hal ini yang menjadikan konsumen sadar mengonsumsi makanan konvensional secara terus menerus dapat menyerang sistem kekebalan tubuh manusia, sehingga rentan terserang penyakit. Menurut Muzayanah et al. (2015) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa tingkat kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi makanan organik umumnya lebih tinggi di negara maju dari pada negara berkembang, seperti Indonesia. Namun tidak sedikit pula masyarakat Indonesia yang mulai mengonsumsi makanan organik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Karena beberapa kalangan masyarakat yang peduli terhadap kesehatan dan lingkungan mulai menerapkan gaya hidup sehat, salah satunya dengan mengonsumsi makanan organik. Masyarakat yang telah menerapkan gaya hidup sehat berarti memiliki perhatian lebih terhadap kesehatan dan juga lingkungan. Kesadaran konsumen terhadap kesehatan jangka panjang dan peduli terhadap lingkungan tidak jarang digunakan oleh produsen untuk menarik perhatian konsumen terhadap *green product*.

Gaya hidup sehat dapat dilakukan dengan hidup yang seimbang, olahraga, dan mengonsumsi makanan organik. Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang mengalokasikan uang dan waktu. Keputusan mengonsumsi makanan organik menjadi salah satu pilihan gaya hidup sehat yang paling mudah untuk diterapkan. Tidak jarang makanan organik sering dianggap lebih sehat daripada makanan konvensional. Dengan mengonsumsi makanan organik membuka peluang besar bagi masyarakat untuk meningkatkan standar hidup sehat. Kebanyakan masyarakat menganggap makanan organik lebih aman dikonsumsi karena dalam proses pembudidayaannya tanpa menggunakan bahan kimia, dan mengonsumsi makanan organik dapat dianggap sebagai investasi dalam kesehatan individu. Seperti diketahui terdapat efek negatif dalam penggunaan bahan kimia bagi kesehatan bahkan berdampak buruk terhadap lingkungan, hal ini yang sering kali menjadi perhatian masyarakat. Pola konsumsi masyarakat juga telah bergeser dari yang awalnya hanya terfokus pada kuantitas makanan, tetapi kini lebih mementingkan pada kualitas makanan yang dikonsumsi. Memperhatikan kualitas pada makanan yang dikonsumsi suatu hal yang sangat krusial, karena tubuh membutuhkan karbohidrat, protein, lemak serta zat makanan lainnya yang seimbang. Di antara beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen pada keputusan pembelian ialah persepsi harga. Konsumen memiliki persepsi bahwa harga sebagai indikator suatu nilai sehingga tidak jarang harga dikaitkan pada manfaat suatu produk. Makanan organik memiliki nilai lebih dari segi kesehatan dibandingkan dengan makanan konvensional. Hal ini menjadikan makanan organik memiliki harga yang lebih tinggi daripada makanan konvensional. Harga makanan organik yang tinggi diikuti dengan ketersediaan bahan organik serta saluran distribusi yang terbatas. Rendahnya informasi mengenai tempat penjualan serta harga yang tinggi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pada produk makanan organik menjadi suatu masalah yang harus di cari solusinya, lantaran kebanyakan konsumen membeli produk makanan organik pada *supermarket* dan restoran. Sangat kecil kemungkinan masyarakat mencari produk makanan organik di pasar tradisional. Hal ini masih minimnya petani yang menghasilkan produk makanan organik. Maka produsen sebaiknya juga harus dapat memutuskan strategi dalam penentuan harga pada produk makanan organik, dengan begitu akan memungkinkan terciptanya pangsa pasar yang lebih luas. Harga yang terjangkau dengan produk yang berkualitas akan memiliki banyak peminat, karena konsumen akan lebih percaya untuk membeli produk tersebut.

Di beberapa masyarakat modern gaya hidup sehat menjadi salah satu standar kualitas. Perkembangan mengkonsumsi makanan organik mulai berkembang sejalan dengan tingkat kepedulian individu terhadap kesehatan. Masyarakat memilih mengkonsumsi makanan organik karena dianggap memiliki kualitas yang baik apabila dibandingkan dengan makanan konvensional. Kualitas produk pada makanan organik menjadi salah satu faktor keputusan pembelian. Kualitas mencerminkan suatu produk, diantaranya mencakup daya tahan dan rasa aman bila digunakan. Sejalan dengan tujuan melindungi kualitas, harga produk makanan organik relatif lebih mahal. Harga yang relatif mahal disebabkan oleh sistem pertanian organik yang membutuhkan perawatan khusus dan biaya yang tidak sedikit guna menjaga kualitas produk dari kontaminasi bahan kimia.

Keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan konsumen tentang apa yang akan di beli. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen akan memalui beberapa tahap yaitu dapat berupa mencari informasi mengenai suatu produk, membandingkan suatu produk dengan produk kompetitor, dan manfaat apa yang diterima bila menggunakan suatu produk. Keunggulan yang dapat dijadikan salah satu daya saing merupakan kualitas. Keadaan konsumen yang semakin kritis terhadap kualitas suatu produk secara tidak langsung menuntut perusahaan untuk tetap menjaga kualitas produk dan meningkatkan mutu. Tindakan ini dapat dilakukan guna menghindari keluhan serta rasa tidak puas dari konsumen.

Tingkat kualitas produk ialah salah satu dari beberapa strategi pemasaran yang sangat krusial untuk diperhatikan. Hasil penelitian menjabarkan terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Dewi et al. 2014).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sikap konsumen memiliki sifat rasional dan irrasional. Perilaku konsumsi setiap konsumen dipengaruhi oleh sikap dan tindakan dalam pengambilan keputusan. Sikap dapat berupa persepsi yang dibentuk oleh pengaruh ekonomi, sosial, dan budaya. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Radam, Yacob, Bee, T., et al. (2010) terdapat hubungan positif budaya rumah tangga terhadap kesediaan membayar makanan dengan label “*no added msg*” pada produk. Sikap konsumen dalam mengkonsumsi makanan organik cenderung tidak memperhatikan harga pada produk yang dibayar, tetapi lebih memperhatikan manfaat yang diterima ketika membuat keputusan membeli produk makanan yang aman dan sehat. Menurut Muzayanah, F. et al. (2015) yang mengatakan resistensi pembelian pangan organik dipengaruhi oleh faktor sikap, salah satunya yaitu perhatian terhadap kesehatan. Cahyarani (2018) juga mengemukakan minat beli makanan organik di pengaruhi oleh gaya hidup sehat. Berlainan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Widyastuti (2018) yang menguraikan ternyata gaya hidup sehat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sayuran organik, hal ini disebabkan karena penjualan sayuran organik relatif masih terbatas. Namun untuk variabel kualitas dan harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik. Tidak jarang juga konsumen mengkonsumsi suatu produk bukan karena kebutuhan, melainkan karena prestise. Berdasarkan latar belakang terkait, pengkajian ini akan menguraikan **“Pengaruh gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan organik”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat di tarik beberapa identifikasi perumusan masalah, yakni:

1. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup sehat terhadap keputusan pembelian pada makanan organik?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada makanan organik?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada makanan organik?

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tujuan Penelitian

Terkait dengan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada makanan organik.

Tinjauan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Gaya Hidup Sehat

Pada setiap kelas sosial terdapat beberapa faktor gaya hidup yang berupa keyakinan, sikap, aktivitas, serta perilaku yang cenderung membedakan anggota pada setiap kelas dari anggota kelas sosial lainnya menurut (Schiffman & Kanuk 2008). Keluarga memiliki fungsi penting dalam segi perilaku konsumen dari pembentukan gaya hidup yang tepat, karena gaya hidup berupa alokasi waktu berpengaruh terhadap pola konsumsi (Schiffman & Kanuk 2008). Penjelasan mengenai konsep gaya hidup di atas sangat umum dan luas, maka definisi gaya hidup harus diutamakan pada gaya hidup sehat. Gaya hidup sehat bila didefinisikan berupa rangkaian aktivitas, ketertarikan, dan pendapat mengenai kesehatan. Tidak mengkonsumsi makanan sintesis dan menjaga keseimbangan pola konsumsi. Pemilihan produk untuk di konsumsi biasanya disesuaikan dengan gaya hidup konsumen, alasan ini yang biasanya dijadikan pemarkas dalam menentukan segmentasi (Wijaya 2017).

Persepsi Harga

Menurut Fergian (2016) penentuan harga atas suatu produk sering kali dikaitkan dengan manfaat yang terdapat pada produk atau jasa. Harga menjadi tolak ukur yang sering digunakan oleh konsumen bila mengkonsumsi suatu produk. Harga yang dibayar oleh konsumen harus sebanding juga dengan manfaat yang akan diterima konsumen. Sedangkan menurut Fatmawati & Soliha, (2017) harga mampu menggambarkan suatu merek serta memberikan keunggulan kompetitif yang fungsional. Untuk beberapa produk, harga tinggi dapat diketahui memiliki kualitas tinggi dan sering dinyatakan terdapat hubungan antar harga dan kualitas. Konsumen kerap kali menafsirkan antara harga kisaran bayangan mereka dengan harga sebenarnya produk tersebut. Pengelolaan makanan organik lebih intensif dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tanpa menggunakan bahan sintesis ataupun kimia menjadikan harga makanan organik dianggap lebih tinggi dibanding dengan makanan non-organik. Hal ini sejalan dengan manfaat yang diterima konsumen bagi kesehatan (Widyastuti 2018).

Kualitas Produk

Menurut Schiffman & Kanuk (2008) kebanyakan konsumen memberi nilai pada kualitas produk maupun jasa atas dasar jenis informasi yang dihubungkan terhadap produk. Jenis informasi ini berupa sifat sebenarnya dengan karakteristik fisik berupa warna, ukuran, rasa, dan aroma dalam menilai kualitas produk dan sifat ekstrinsik yang dilakukan oleh konsumen dalam menilai kualitas produk berdasarkan harga, citra merek, citra toko ritel atau negara asal. Konsumen yang memiliki informasi terbatas mengenai suatu produk tertentu menjadikan harga sebagai indikator pengganti kualitas. Hal ini didukung oleh beberapa riset mengenai pandangan bahwa konsumen menjadikan harga sebagai indikator kualitas produk, keadaan ini menentukan bagaimana konsumen merasakan suatu harga-tinggi, rendah, atau wajar menentukan pengaruh kepuasan membeli. Menurut Banjarnahor, D., A. & Oktafani (2018) mengemukakan bahwa kualitas dari sudut pandang produsen harus mempertahankan mutu guna memperluas jangkauan pemasaran. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, adanya kebebasan dalam memilih tingkat mutu produk yang akan digunakan atau dikonsumsi. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk sesuatu yang sangat perlu untuk dilakukan, mengingat adanya persaingan dengan produk kompetitor. Dengan begitu, produsen dapat memuaskan dan menjangkau lebih banyak konsumen.

Keputusan Pembelian

Dari jurnal yang ditulis oleh Fatmawati & Soliha (2017) menjelaskan bahwa keputusan merupakan “pilihan nyata” yang dilakukan oleh seseorang terhadap dua atau lebih pilihan. Keputusan dikatakan suatu proses karena terdiri dari tiga tahap yaitu *input*, tahap proses, dan *output*. Pengambilan keputusan juga merupakan suatu proses penilain sebagai alternatif pilihan yang dirasa paling menguntungkan. Menurut (Schiffman & Kanuk 2008) ada tiga tingkatan dalam pengambilan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

keputusan konsumen. Adapun tingkatan pengambilan keputusan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Pemecahan Masalah yang Luas

Konsumen mulai membeli ketika menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pada keadaan ini konsumen memerlukan informasi guna menetapkan serangkaian kriteria yang sesuai dengan kebutuhan yang akan menjadi pertimbangan.

b. Pemecahan Masalah yang Terbatas

Tahap pemecahan masalah konsumen dapat menentukan ukuran dasar mengenai apa yang dapat memenuhi kebutuhannya. Akan tetapi, belum di tahap penentuan pengambilan keputusan pada merek.

c. Perilaku Sebagai Respon yang Rutin

Di tahap terakhir, konsumen telah memiliki pengalaman mengenai bagian serta kriteria produk yang sudah ditetapkan dengan tepat sebagai pertimbangan pengambilan keputusan.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

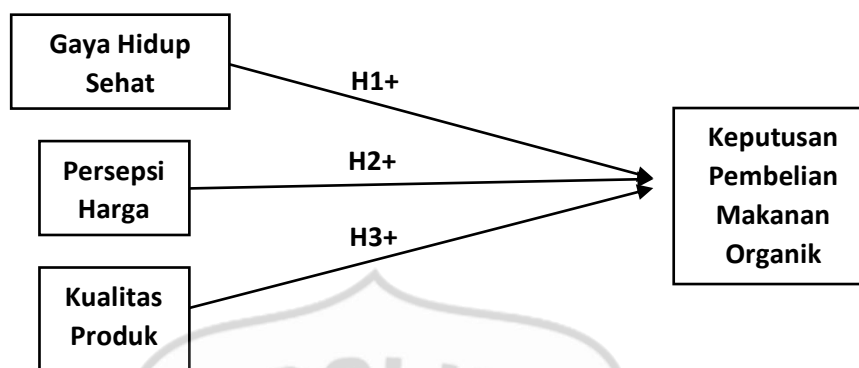
Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
Dewi, Magdalena, dan Dhiana (2014)	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> , Tingkat Pendapatan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Produk Bandeng Juwana Erlina Semarang)	Variabel Independen 1. <i>Word Of Mouth</i> 2. Tingkat Pendapatan 3. Kualitas Produk Variabel Intervening 1. Keputusan Pembelian Variabel Dependen 1. Minat Beli Ulang	1. <i>Word of mouth</i> , tingkat pendapatan, Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 2. Keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

<p>Gunawan dan Suprpti (2015)</p>	<p>Peran Pendapatan Dalam Memoderasi Pengaruh Sikap pada Kesiediaan Membayar Produk Ramah Lingkungan</p>	<p>Variabel Independen 1. Sikap Konsumen Variabel Moderating 1. Tingkat Pendapatan Variabel Dependen 1. Kesedian Membayar</p>	<p>1. Sikap berpengaruh positif pada kesiediaan untuk membayar 2. Besarnya tingkat pendapatan sebagai variabel pemoderasi memperkuat pengaruh sikap pada kesedian untuk membayar.</p>
<p>Inas Cahyarani (2018)</p>	<p>Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik</p>	<p>Variabel Independen 1. Gaya Hidup Sehat 2. Sikap Konsumen 3. Persepsi Harga Variabel Dependen 1. Niat Pembelian</p>	<p>1. Gaya hidup sehat, sikap konsumen, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh terhadap niat pembelian makanan organik.</p>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Gambar 1.1 Model Penelitian



Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang mengetahui makanan organik dan pernah membeli makanan organik. Penelitian ini menggunakan metode *non-probabilitas* yaitu *purposive sampling*, dengan pertimbangan memiliki hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi atau disesuaikan dengan kriteria-kriteria yang telah diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. Penelitian ini adalah berjenis data primer, pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner.

Setiap variabel diukur dengan skala Likert. Variabel pada penelitian ini ialah gaya hidup sehat, persepsi harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Jumlah sampel sebanyak 131 sampel, pengambilan data berlangsung dari tanggal 15 Mei 2020 sampai dengan 8 Juni 2020. Untuk menguji variabel independen yang mempengaruhi keputusan pembelian pada makanan organik, digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, dan uji hipotesis.

Definisi Operasional

Adapun operasionalisasi variabel pada tabel penelitian ini disajikan pada tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 1.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
X ₁ Gaya Hidup Sehat	Gaya hidup sehat juga dapat diartikan dalam minat dan	Mengatur pola makan Istirahat yang cukup

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	opini yang berorientasi pada Kesehatan, (Syaifulloh & Iriani, S. 2013)	Olahraga teratur Minat dan opini Melakukan aktivitas fisik maupun non-fisik.
X ₂ Persepsi Harga	Persepsi harga merupakan pandangan konsumen terhadap produk dengan mempertimbangkan nilai dan manfaat yang diterima dari produk tersebut, (Fatmawati & Soliha, 2017)	Kesesuaian harga terhadap kualitas produk Kesesuaian harga terhadap manfaat yang diterima. Kemampuan harga bersaing dengan 12indakan12r lain.
X ₃ Kualitas Produk	Kualitas berarti secara keseluruhan yang terdapat pada barang ataupun jasa secara unggul sudah layak sesuai harapan konsumen, (Fergian, 2016).	Cita rasa produk Pengemasan Manfaat produk Label sertifikasi Waktu kadaluarsa
Y Keputusan Pembelian	keputusan pembelian adalah 12indakan konsumen yang membentuk pertimbangan atas suatu pilihan yang akan dibeli, secara sadar menciptakan keinginan mendapatkan produk yang paling disukai, (Joshua & Padmalia, 2016).	Kebiasaan membeli Pembelian Kembali Loyalitas Kemantapan membeli

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Analisis Data dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap responden, diperoleh identitas responden sebagai berikut:

Tabel 1.3 Identitas Responden

Identitas	Persentase
Jenis kelamin:	
Pria	28,2%
Wanita	71,8%
Usia:	
17-20 tahun	16,0%
21-24 tahun	74,8%
25-28 tahun	5,3%
>28 tahun	3,8%
Karakteristik Pekerjaan	
Pelajar	8,4%
Mahasiswa	71,0%
Wiraswasta	3,1%
Pegawai Swasta	12,2%
Pegawai Negeri	5,3%
Domisili	
Yogyakarta	39,7%

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Luar Yogyakarta	60,3%
Pendapatan	
Rp1.500.000	53,4%
Rp1.500.000 s/d Rp2.500.000	22,9%
Rp2.500.000 s/d Rp3.500.000	5,3%
>Rp3.500.000	18,3%

Tabel 1.4 Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Sehat

Kode	R hitung	R tabel	Keterangan
GH1	0,523	0,1716	Valid
GH2	0,459	0,1716	Valid
GH3	0,652	0,1716	Valid
GH4	0,650	0,1716	Valid
GH5	0,665	0,1716	Valid
GH6	0,554	0,1716	Valid
GH7	0,739	0,1716	Valid
GH8	0,722	0,1716	Valid
GH9	0,635	0,1716	Valid
GH10	0,710	0,1716	Valid

Tabel 1.5 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga

Kode	R hitung	R tabel	Keterangan
PH1	0,664	0,1716	Valid
PH2	0,716	0,1716	Valid
PH3	0,814	0,1716	Valid
PH4	0,645	0,1716	Valid

Tabel 1.6 Uji Validitas Kualitas Produk

Kode	R hitung	R tabel	Keterangan
------	----------	---------	------------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KP1	0,513	0,1716	Valid
KP2	0,747	0,1716	Valid
KP3	0,786	0,1716	Valid
KP4	0,792	0,1716	Valid
KP5	0,734	0,1716	Valid
KP6	0,795	0,1716	Valid
KP7	0,665	0,1716	Valid
KP8	0,726	0,1716	Valid

Tabel 1.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian

Kode	R hitung	R table	Keterangan
KB1	0,650	0,1716	Valid
KB2	0,714	0,1716	Valid
KB3	0,749	0,1716	Valid
KB4	0,587	0,1716	Valid
KB5	0,629	0,1716	Valid
KB6	0,661	0,1716	Valid

Dapat ditarik kesimpulan dari tabel diatas, bahwa semua instrumen yang digunakan pada penelitian ini memperoleh hasil yang optimal sehingga bersifat valid. Setiap indikator yang digunakan sesuai dengan kesatuan alat ukur untuk mengukur konstrak.

Tabel 1.8 Uji Reliabilitas

Variabel	Batas Normal	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Gaya Hidup Sehat	>0,60	0,829	Reliabel
Persepsi Harga	>0,60	0,663	Reliabel
Kualitas Produk	>0,60	0,859	Reliabel
Keputusan Pembelian	>0,60	0,739	Reliabel

Dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup sehat, persepsi harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian memiliki nilai cronbach alpha >0,60 yang menyatakan bahwa semua variabel bersifat reliabel.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 1.9 Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,390	1,863		1,819	0,071
	Gaya Hidup Sehat (X1)	0,143	0,050	0,230	2,862	0,005
	Persepsi Harga (X2)	0,334	0,112	0,241	2,985	0,003
	Kualitas Produk (X3)	0,270	0,068	0,342	3,949	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Pada tabel diatas menunjukkan nilai konstanta sebesar 3,390 dan nilai koefisien $x_1 = 0,143$, $x_2 = 0,334$, dan $x_3 = 0,270$.

Tabel 1.10 Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients					Beta	
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3,390	1,863		1,819	0,071		
	Gaya Hidup Sehat (X1)	0,143	0,050	0,230	2,862	0,005	0,657	1,521

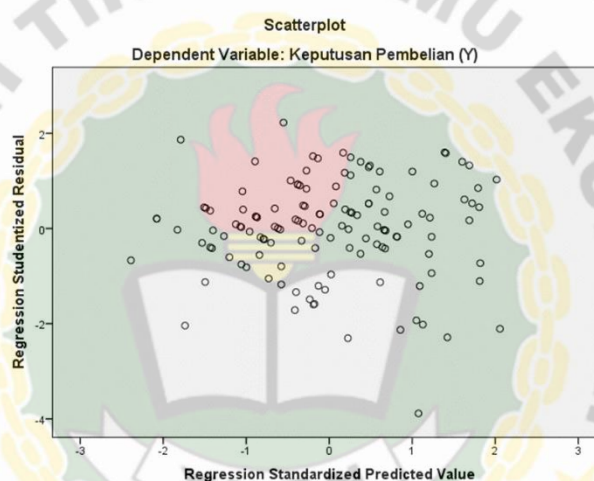
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Persepsi Harga (X2)	0,334	0,112	0,241	2,985	0,003	0,653	1,531
Kualitas Produk (X3)	0,270	0,068	0,342	3,949	0,000	0,566	1,768

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas, hal ini dibuktikan dari nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 .

Tabel 1.11 Uji Heteroskedastisitas



Dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedasitas. Hal ini dapat dilihat pada titik-titik yang tidak hanya mengumpul di atas atau di bawah saja, serta penyebaran titik-titik data tersebut tidak berpola.

Tabel 1.12 Uji Parsial

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,390	1,863		1,819	0,071
	Gaya Hidup Sehat (X1)	0,143	0,050	0,230	2,862	0,005

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Persepsi Harga (X2)	0,334	0,112	0,241	2,985	0,003
Kualitas Produk (X3)	0,270	0,068	0,342	3,949	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Pada uji parsial dapat disimpulkan bahwa setiap variabel gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk secara terpisah berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada makanan organik. Hal ini dibuktikan pada nilai signifikan setiap variabel $<0,05$.

Tabel 1.13 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	756.696	3	252.232	36.073	.000 ^b
	Residual	888.006	127	6.992		
	Total	1644.702	130			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X3), Gaya Hidup Sehat (X1), Persepsi Harga (X2)

Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan terdapat pengaruh gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada makanan organik.

Tabel 1.14 Uji Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,678 ^a	0,460	0,447	2,644

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X3), Gaya Hidup Sehat (X1), Persepsi Harga (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian makanan organik hanya sebesar 46%. Sedangkan 54% keputusan pembelian makanan organik dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dijabarkan dan hasil analisis uji data yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

- 1) Gaya hidup sehat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada makanan organik. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang telah dilakukan, dengan tingkat signifikan $0,005 < 0,05$.
- 2) Persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada makanan organik. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang telah dilakukan, dengan tingkat signifikan $0,003 < 0,05$.
- 3) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada makanan organik. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang telah dilakukan, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.
- 4) Gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada makanan organik. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji F yang telah dilakukan, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.
- 5) Dari ketiga variabel independen, variabel kualitas produk merupakan variabel yang dominan diantara variabel gaya hidup sehat dan persepsi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

harga, karena memiliki nilai *standardized coefficients* dalam uji t yang paling besar yaitu 0,342.

- 6) Pada uji koefisien determinan (R^2) menghasilkan nilai R sebesar 0,460 yang berarti variabel gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada makanan organik sebesar 46% dan 54% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Implikasi

Keterlibatan yang dapat dilakukan pengusaha serta peritel modern dalam memasarkan dan mempromosikan makanan organik dapat melakukan sertifikasi organik, hal ini dapat meyakinkan konsumen ataupun calon konsumen. Selain itu menjaga kualitas produk dan harga yang kompetitif adalah cara lain yang juga dapat dilakukan demi menjaga mutu dan kualitas produk yang terbaik sehingga dapat bersaing dengan kompetitor.

Keterbatasan Penelitian

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan terdapat komposisi jumlah responden yang berbeda, hal tersebut disebabkan oleh kesediaan responden yang bersedia mengisi kuesioner. Responden dalam penelitian ini hanya konsumen yang mengetahui serta memiliki keputusan pembelian pada makanan organik saja, yaitu sebanyak 131 responden. Sebagian besar responden berdomisili di luar Daerah Istimewa Yogyakarta.

Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yaitu:

- 1) Bagi peritel
 - a. Dengan mempertahankan kualitas produk dan menjaga harga jual yang kompetitif serta memperhatikan gaya hidup pada target pasar merupakan hal yang dapat dilakukan manajerial dalam memasarkan produk makanan organik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- b. Dapat melakukan sertifikasi organik guna menjamin mutu dan kualitas. Hal ini akan berdampak pada ketidakraguan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dikembangkan ataupun di jadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada makanan organik di luar variabel gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Banjarnahor, & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Taksi Blue Bird di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Cahyarani, I. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik. In *Manajemen Bisnis Indonesia Edisi 3* (Issue 1, pp. 294–301).
- Dewi, D. R., Magdalena, M., & Dhiana, P. (2014). *Pengaruh Word Of Mouth, Tingkat Pendapatan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen*.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Fergian, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang. *Jurnal Sains Manajemen*, 2.
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5.
- Muzayanah, F., N., Suroso, A., I., & Najib, M. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Resistensi Pembelian Pangan Organik dan Proses Pendidikan Konsumen. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol.12.
- Muzayanah, F. N., Suroso, A. I., & Najib, M. (2015). Faktor-faktor yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Memengaruhi Resistensi Pembelian Pangan Organik dan Proses Pendidikan Konsumen. In *Jurnal Manajemen dan Agribisnis* (pp. 163–173).
<https://doi.org/10.17358/jma.12.3.163>
- Radam, A., Yacob, M. R., Bee, T. S., & Selamat, J. (2010). Consumers' Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay towards Food Products with “No Added Msg” Labeling. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 2.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*.
- Syaifulloh, M., & Iriani, S., S. (2013). Pengaruh Gaya Hidup Sehat dan Interactive Marketing Terhadap Niat Beli Quakers Oats. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.1.
- Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan Harga Sebagai Variabel Terpenting Pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol.2.
- Wijaya, T. (2017). Nilai orientasi alami manusia dan pengetahuan organik sebagai determinan perilaku beli pangan organik. In *Jurnal Siasat Bisnis* (Vol. 21, Issue 2, pp. 161–180).
- Banjarnahor, & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Taksi Blue Bird di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.
- Cahyarani, I. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik. In *Manajemen Bisnis Indonesia Edisi 3* (Issue 1, pp. 294–301).
- Dewi, D. R., Magdalena, M., & Dhiana, P. (2014). *Pengaruh Word Of Mouth, Tingkat Pendapatan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Fergian, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang. *Jurnal Sains Manajemen*, 2.
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5.
- Muzayanah, F., N., Suroso, A., I., & Najib, M. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Resistensi Pembelian Pangan Organik dan Proses Pendidikan Konsumen. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol.12.
- Muzayanah, F. N., Suroso, A. I., & Najib, M. (2015). Faktor-faktor yang Memengaruhi Resistensi Pembelian Pangan Organik dan Proses Pendidikan Konsumen. In *Jurnal Manajemen dan Agribisnis* (pp. 163–173). <https://doi.org/10.17358/jma.12.3.163>
- Radam, A., Yacob, M. R., Bee, T. S., & Selamat, J. (2010). Consumers’ Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay towards Food Products with “No Added Msg” Labeling. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 2.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*.
- Syaifulloh, M., & Iriani, S., S. (2013). Pengaruh Gaya Hidup Sehat dan Interactive Marketing Terhadap Niat Beli Quakers Oats. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.1.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan Harga Sebagai Variabel Terpenting Pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, Vol.2*.

Wijaya, T. (2017). Nilai orientasi alami manusia dan pengetahuan organik sebagai determinan perilaku beli pangan organik. In *Jurnal Siasat Bisnis* (Vol. 21, Issue 2, pp. 161–180).

