

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU  
YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BELI MAKANAN ORGANIK**

**THESIS**



**Disusun Oleh:**

**Hana Novita Hasan – 14.D3.0024**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2019**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PROGRAM PASCASARJANA MANAJEMEN**  
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur Semarang 50234  
Telp. (024) 8441555, 8505003(hunting) Fax. (024) 8415429 - 8445265  
e-mail: unika@unika.ac.id http://www.unika.ac.id



**HALAMAN PENGESAHAN TESIS**

**No : 0204-1/B.2.9/PMSM/VII/2018**

JUDUL TESIS : Pengaruh Sikap Norma Subjektif Dan Perceived Behavior Control Terhadap Minat Beli Makanan Organik  
N A M A : Hana Novita Hasan  
N I M : 14.D3.0024  
Program Studi : Program Pascasarjana Magister Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diterima dan diuji dalam Ujian TESIS pada :

Hari : Jumat  
Tanggal : 27 Juli 2018

Hasil Penilaian : A (25 bola)  
Predikat Kelulusan : Istimewa

Yang bertanda tangan dibawah ini :

**Koordinator Penguji,**

Dr. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA

**Anggota Penguji,**

Dr. Berta Bekti Retnawati, M.Si

**Pembimbing I,**

Drs. Sentot Suciarto A, MP, Ph.D

**Pembimbing II,**

Dr. Retno Yustini, M.Si

**Mengetahui**  
**Ketua Program Pascasarjana Manajemen**

Dr. Agatha Kerjani, SE, MS-HRM



**BERITA ACARA  
PENYELENGGARAAN UJIAN TESIS  
No : 0205-1/B.2.9/PMSM/VII/2018**


Pada hari Jumat, tanggal 27 Juli 2018, bertempat di Ruang Kuliah Program Pascasarjana Manajemen Lt. 4 - Gedung Thomas Aquinas, telah dilaksanakan Ujian Tesis atas mahasiswa :

N A M A : Hana Novita Hasan  
N I M : 14.D3.0024  
Program Studi : Program Pascasarjana Magister Manajemen  
Angkatan MM ke :  
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
JUDUL TESIS : Pengaruh Sikap Norma Subjektif Dan Perceived Behavior Control Terhadap Minat Beli Makanan Organik

Adapun hasil penilaian adalah : A (25 bola)  
Dengan predikat kelulusan : istimewa  
Lulusan MM ke : 224

Yang bertanda tangan dibawah ini :

**Koordinator Penguji,**

  
Dr. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA

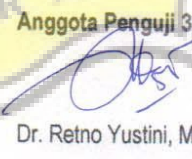
**Anggota Penguji 1,**

  
Dr. Berta Bekti Retnawati, M.Si

**Anggota Penguji 2,**

  
Drs. Sentot Suciarto A, MP, Ph.D.

**Anggota Penguji 3,**

  
Dr. Retno Yustini, M.Si

**Mengetahui  
An. Ketua Program Pascasarjana Manajemen  
Sekretaris**

  
(Dr. Retno Yustini, W. M.Si)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:


Nama : Hana Novita Hasan  
Nomor Induk Mahasiswa : 14.D3.0024  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Magister Manajemen  
Konsentrasi : Marketing  
Judul : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan pada Minat Beli Makanan Organik

Menyetujui,

Semarang, 4 Juli 2019

  
Drs. A. Sentot Sucipto, MP., Ph.D

Dosen Pembimbing 1

  
Dr. Retno Yustini W, M.Si.

Dosen Pembimbing 2



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia, serta penyertaan-Nya kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan thesis yang berjudul **PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN PADA MINAT BELI MAKANAN ORGANIK**. Proposal penelitian ini berisi mengenai analisis pengaruh faktor-faktor dari minat beli makanan organik terhadap perilaku pembelian konsumen. Peneliti sadar bahwa proposal penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga masih membutuhkan perbaikan-perbaikan yang dapat berupa saran dan kritik. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Agatha Ferijani, SE., MS-HRM. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen UNIKA Soegijapranata dan juga selaku dosen pengajar yang telah membagi ilmunya hingga selesainya proposal penelitian ini.
2. Drs. A. Sentot Suciarto, MP., Ph.D, selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan dukungan, meluangkan waktunya dan membantu pelaksanaan bimbingan hingga selesainya proposal penelitian ini.
3. Dr. Retno Yustini W, M.Si., selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah memberikan dukungan, meluangkan waktunya dan membantu pelaksanaan bimbingan hingga selesainya proposal penelitian ini.
4. Dosen-dosen di Program Studi Magister Manajemen Unika Soegijapranata yang terus menerus membagi ilmunya hingga selesainya proposal penelitian ini.
5. Papa, Mama dan Adik yang tanpa henti memberikan dukungan emotional, doa serta materil sehingga segala rintangan mampu dilalui dengan lancar.
6. Sahabat-sahabat terbaik saya semasa kuliah yaitu Florensia Yunia Dian Isa, Fitria Yudanti, Laksmi Nitya, Elya Resha, Shienly dan Silvyana yang telah

saling mencurahkan perhatian dan saling berbagi dukungan selama proses menyelesaikan studi magister dan proposal penelitian ini.

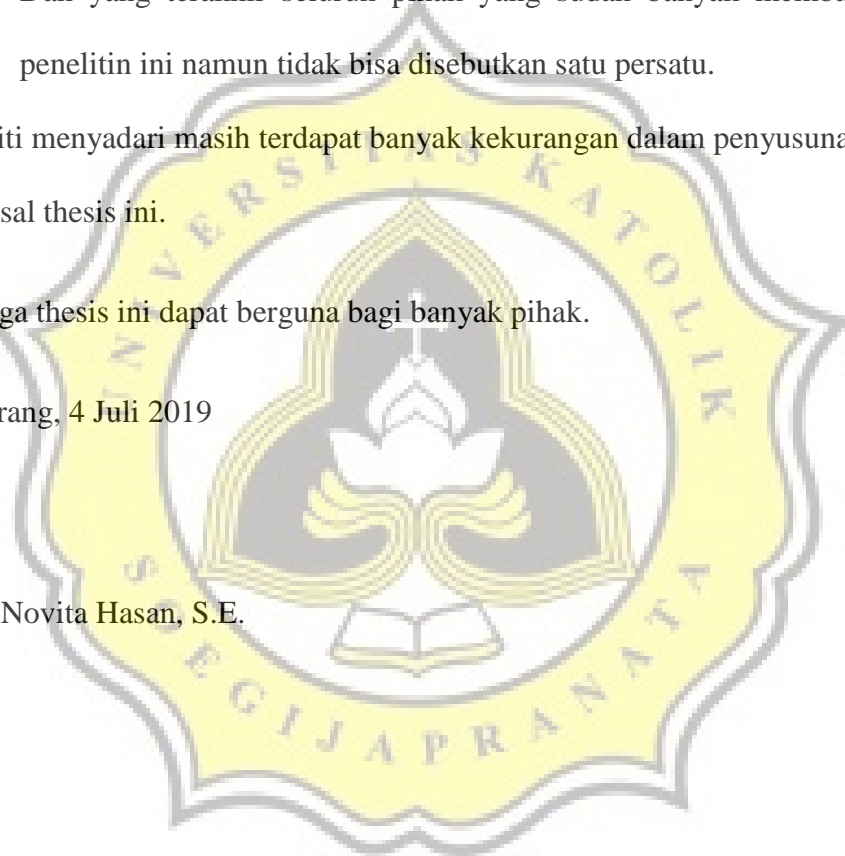
7. Segenap dosen pengajar serta staf perpustakaan UNIKA Soegijapranata dan staf tata usaha magister manajemen yang telah membantu penulis dalam berbagai hal.
8. Dan yang terakhir seluruh pihak yang sudah banyak membantu dalam penelitian ini namun tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan proposal thesis ini.

Semoga thesis ini dapat berguna bagi banyak pihak.

Semarang, 4 Juli 2019

Hana Novita Hasan, S.E.



## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR .....	15
BAB I	
LATAR BELAKANG .....	16
1.1 MASALAH PENELITIAN .....	23
1.2 TUJUAN DAN MANFAAT .....	23
1.2.1 TUJUAN PENELITIAN .....	23
1.2.2 MANFAAT PENELITIAN .....	24
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA .....	25
2.1 TEORI PERILAKU YANG DIRENCANAKAN ( <i>THEORY OF PLANNED BEHAVIOR</i> ).....	25
2.1.1 Sikap Terhadap Pembelian Produk Organik .....	28
2.1.2 Norma Subjektif .....	32
2.1.3 <i>Perceived behavior control</i> .....	35
2.1.4 Minat beli.....	41
2.1.5 Perilaku Pembelian .....	43
2.2 PRODUK ORGANIK.....	44
2.3 KERANGKA PIKIR .....	53
2.4 HIPOTESIS .....	55
2.5 DEFINISI OPERASIONAL.....	56
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	57
3.1 POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING .....	57
3.2 PENGUMPULAN DATA .....	60
3.2.1 Jenis dan sumber data .....	60
3.2.2 Teknik pengumpulan data .....	60



3.2.3	Batasan Penelitian.....	61
4.3.	Interval Kelas.....	61
3.2.4	Alat instrumen pengumpulan data (sistematika kuesioner, Uji validitas, uji reliabilitas).....	62
3.2.4.1	Sistematika kuesioner .....	63
3.2.4.2	Uji validitas.....	63
3.2.4.3	Uji reliabilitas .....	64
3.2.4.4	Uji Asumsi Klasik .....	65
3.3	ANALISIS DATA.....	65
3.3.1	Teknik Analisis Data .....	65
3.3.2	Pengujian hipotesis.....	65
3.3.3	Analisis Regresi Berganda.....	66
3.3.4	Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	66
3.3.5	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
BAB IV		
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		68
4.1.	KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	68
4.1.1.	Jenis kelamin dan usia .....	68
4.1.2.	Usia dan status pernikahan .....	69
4.1.3.	Pekerjaan .....	70
4.1.4.	Status pernikahan dan Pengeluaran Bulanan.....	71
4.1.5.	Usia dan Level Pendidikan .....	72
4.2.	GAYA HIDUP RESPONDEN.....	74
4.2.1.	Gaya hidup sehat tidak merokok .....	76
4.2.2.	Gaya hidup sehat menghindari alkohol .....	81
4.2.3.	Gaya hidup sehat rutin berolahraga .....	88
4.2.4.	Gaya hidup sehat mengonsumsi makanan sehat.....	94
4.3.	PERILAKU RESPONDEN TERHADAP MAKANAN ORGANIK ...	100
4.3.1.	Darimana mengetahui tentang makanan organik pertama kali?.....	100
4.3.2.	Mengapa memutuskan untuk membeli secara online? .....	101
4.3.3.	Seberapa sering membeli makanan organik? .....	102

a.	Frekuensi pembelian makanan organik dengan Jenis Kelamin.....	103
b.	Frekuensi pembelian makanan organik dengan pengeluaran bulanan. .	105
c.	Frekuensi pembelian makanan organik dengan status pernikahan.....	108
4.3.4.	Jenis makanan organik yang dikonsumsi/dibeli? .....	108
4.3.5.	Persentase makanan organik yang dibeli (dibandingkan dengan makanan non-organik) ketika berbelanja .....	111
a.	Persentase pembelian makanan organik dengan frekuensi makanan organik yang dibeli (dibandingkan dengan non-organik) .....	111
4.3.6.	Manfaat yang diharapkan dengan mengonsumsi makanan organik .....	113
4.3.7.	Apakah pernah membeli makanan organik selain di online shop? .....	114
4.4.	Variabel dari Theory of Planned Behavior.....	115
4.5.1.	Sikap terhadap perilaku .....	115
4.5.1.1.	Keyakinan perilaku ( <i>behavior belief</i> ).....	115
4.5.1.2.	Evaluasi Konsekuensi ( <i>outcome evaluation</i> ).....	117
4.5.2.	Norma Subjektif .....	121
4.5.2.1.	Keyakinan normatif ( <i>normative belief</i> ) .....	121
4.5.2.2.	Motivasi untuk mematuhi ( <i>motivation to comply</i> ) .....	123
4.5.3.	<i>Perceived behavior control</i> .....	126
4.5.3.1.	Keyakinan pengendalian ( <i>control belief</i> ) .....	126
4.5.3.2.	Kekuatan faktor pengendalian ( <i>power of control factor</i> ).....	129
4.5.4.	Minat Beli.....	134
4.5.4.1.	Minat Transaksional .....	134
4.5.4.2.	Minat Referensial .....	137
4.5.4.3.	Minat Preferensial.....	139
4.5.4.4.	Minat Eksploratif.....	141
4.5.	HASIL .....	148
4.5.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	148
A.	Hasil Uji Validitas .....	148
B.	Hasil Uji Reliabilitas .....	150
4.5.2.	Asumsi Klasik.....	150
A.	Normalitas .....	151

B. Multikolinieritas .....	152
C. Heterokedasitas .....	153
4.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	154
A. Koefisien Determinasi.....	156
B. Uji T .....	157
C. Uji F.....	161
<b>BAB V</b>	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	163
5.1. KESIMPULAN .....	163
5.2. SARAN.....	165
DAFTAR PUSTAKA .....	167
LAMPIRAN.....	179
LAMPIRAN A .....	180
KISI-KISI KUESIONER .....	180
LAMPIRAN B .....	185
PROFIL RESPONDEN .....	186
LAMPIRAN C .....	190
KUESIONER .....	190
LAMPIRAN D.....	195
TABULATING DATA.....	195
Variabel Sikap terhadap Makanan Organik .....	195
Variabel Norma Subjektif.....	199
Variabel <i>perceived behavior control</i> .....	202
Variabel minat beli .....	207
LAMPIRAN E .....	213
CROSSTAB SPSS PROFIL RESPONDEN .....	213
Jenis kelamin dan usia.....	213
Usia dan status pernikahan .....	213
Status pernikahan dan pengeluaran bulanan .....	214
Usia dan level pendidikan .....	214
GAYA HIDUP MEROKOK/TIDAK MEROKOK .....	215

Tidak merokok dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	215
Tidak merokok dengan pendidikan dan jenis kelamin.....	217
Tidak merokok dengan usia dan jenis kelamin .....	219
<b>GAYA HIDUP MENGHINDARI ALKOHOL .....</b>	<b>222</b>
Menghindari alkohol dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	222
Menghindari alkohol dengan pendidikan dan jenis kelamin.....	224
Menghindari alkohol dengan usia dan jenis kelamin .....	227
<b>GAYA HIDUP RUTIN BEROLAHRAGA.....</b>	<b>229</b>
Rutin berolahraga dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	229
Rutin berolahraga dengan pendidikan dan jenis kelamin.....	230
Rutin berolahraga dengan usia dan jenis kelamin .....	233
<b>GAYA HIDUP MENGKONSUMSI MAKANAN SEHAT.....</b>	<b>235</b>
Mengonsumsi makanan sehat dengan status pernikahan dan jenis kelamin .	235
Mengonsumsi makanan sehat dengan pendidikan dan jenis kelamin .....	237
Mengonsumsi makanan sehat dengan usia dan jenis kelamin .....	240
Frekuensi membeli makanan organik dengan jenis kelamin.....	242
Frekuensi membeli makanan organik dengan jenis kelamin.....	243
Frekuensi membeli makanan organik dengan status pernikahan .....	245
Crosstab Persentase pembelian makanan organik dengan frekuensi makanan organik yang dibeli (dibandingkan dengan non-organik) .....	247
<b>LAMPIRAN F.....</b>	<b>250</b>
<b>HASIL UJI RELIABILITAS &amp; VALIDITAS.....</b>	<b>251</b>
<b>HASIL UJI VALIDITAS .....</b>	<b>251</b>
Output uji validitas variable sikap.....	251
Output uji validitas variable norma subjektif .....	251
Output uji validitas variable <i>perceived behavior control</i> .....	252
Output uji validitas variable minat beli .....	252
<b>HASIL UJI RELIABILITAS .....</b>	<b>253</b>
Output uji reliabilitas variable sikap.....	253
Output uji reliabilitas variable norma subjektif.....	253
Output uji reliabilitas variable <i>perceived behavior control</i> .....	253

Output uji reliabilitas variable minat beli.....	253
LAMPIRAN G.....	254
HASIL UJI ASUMSI KLASIK .....	254



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persentase konsumen yang bersedia membayar premium untuk setiap atribut .....	48
Tabel 4.1. Usia dan Status Pernikahan Responden .....	70
Tabel 4.2. Gaya hidup sehat tidak merokok dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	76
Tabel 4.3. Gaya hidup merokok dengan status pernikahan dan jenis kelamin ....	77
Tabel 4.4. Gaya hidup merokok dengan pendidikan dan jenis kelamin .....	78
Tabel 4.5. Gaya hidup sehat tidak merokok dengan pendidikan dan jenis kelamin .....	79
Tabel 4.6. Gaya hidup sehat tidak merokok dengan usia dan jenis kelamin .....	80
Tabel 4.7. Gaya hidup merokok dengan usia dan jenis kelamin.....	81
Tabel 4.8. Gaya hidup menghindari alkohol dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	82
Tabel 4.9. Gaya hidup mengkonsumsi alkohol dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	83
Tabel 4.10. Gaya hidup menghindari alkohol dengan pendidikan dan jenis kelamin.....	85
Tabel 4.11. Gaya hidup mengkonsumsi alkohol dengan pendidikan dan jenis kelamin.....	85
Tabel 4.12. Gaya hidup menghindari alkohol dengan usia dan jenis kelamin.....	86
Tabel 4.13. Gaya hidup mengkonsumsi alkohol dengan usia dan jenis kelamin..	87
Tabel 4.14. Gaya hidup rutin berolahraga dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	88
Tabel 4.15. Gaya hidup tidak rutin berolahraga dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	89
Tabel 4.16. Gaya hidup rutin berolahraga dengan pendidikan dan jenis kelamin	90
Tabel 4.17. Gaya hidup tidak rutin berolahraga dengan pendidikan dan jenis kelamin.....	91
Tabel 4.18. Gaya hidup rutin berolahraga dengan usia dan jenis kelamin .....	92
Tabel 4.19. Gaya hidup tidak rutin berolahraga dengan usia dan jenis kelamin ..	93

Tabel 4.20. Gaya hidup mengkonsumsi makanan sehat dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	95
Tabel 4.21. Gaya hidup tidak mengkonsumsi makanan sehat dengan status pernikahan dan jenis kelamin.....	95
Tabel 4.22. Gaya hidup mengkonsumsi makanan sehat dengan pendidikan dan jenis kelamin .....	96
Tabel 4.23. Gaya hidup tidak mengkonsumsi makanan sehat dengan pendidikan dan jenis kelamin.....	97
Tabel 4.24. Gaya hidup mengkonsumsi makanan sehat dengan usia dan jenis kelamin.....	98
Tabel 4.25. Gaya hidup tidak mengkonsumsi makanan sehat dengan usia dan jenis kelamin.....	99
Tabel 4.26. Frekuensi membeli makanan organik dengan jenis kelamin .....	104
Tabel 4.27. Frekuensi membeli makanan organik dengan jenis kelamin .....	107
Tabel 4.28. Frekuensi membeli makanan organik dengan status pernikahan.....	108
Tabel 4.29. Jenis makanan organik yang dikonsumsi atau dibeli .....	110
Tabel 4.30. Persentase pembelian makanan organik dengan frekuensi makanan organik yang dibeli (dibandingkan dengan non-organik) .....	112
Tabel 4.31. Frekuensi membeli makanan organik selain di <i>online shop</i> .....	114
Tabel 4.32. Skor keyakinan perilaku ( <i>behavioral belief</i> ).....	116
Tabel 4.33. Skor Evaluasi Konsekuensi ( <i>outcome evaluation</i> ).....	118
Tabel 4.34. Skor Keyakinan normatif ( <i>normative belief</i> ) .....	122
Tabel 4.35. Skor Motivasi untuk mematuhi ( <i>motivation to comply</i> ) .....	124
Tabel 4.36. Skor Keyakinan pengendalian ( <i>control belief</i> ) .....	127
Tabel 4.37. Skor Kekuatan faktor pengendalian ( <i>power of control factor</i> ).....	131
Tabel 4.38. Skor Minat Transaksional .....	135
Tabel 4.39. Skor Minat Referensial .....	138
Tabel 4.40. Skor Minat Preferensial .....	140
Tabel 4.41. Skor Minat Eksploratif.....	142
Tabel 4.42. Skor Minat Beli .....	144
Tabel 4.43. Hasil Uji Validitas.....	148
Tabel 4.44. Hasil Uji Reliabilitas .....	150

Tabel 4.45. Hasil Uji Normalitas .....	151
Tabel 4.46. Hasil Uji Multikolienaritas.....	152
Tabel 4.47. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	153
Tabel 4.48. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	154
Tabel 4.49. Hasil Uji Determinasi.....	156
Tabel 4.50. Hasil Uji T.....	157
Tabel 4.51. Hasil Uji F.....	162





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Theory Planned Behavior.....	27
Gambar 2.2. Kerangka pikir dari Theory Planned Behavior pada minat beli konsumen makanan organik.....	54
Gambar 4.1. Jenis Kelamin dan Usia Responden .....	68
Gambar 4.2. Usia dan Status Pernikahan Responden .....	69
Gambar 4.3. Jenis Pekerjaan Responden .....	71
Gambar 4.4. Status Pernikahan dan Pengeluaran Bulanan .....	72
Gambar 4.5. Usia dan Level Pendidikan.....	73
Gambar 4.6. Gaya Hidup Sehat Responden.....	74
Gambar 4.7. Frekuensi Olahraga Responden.....	75
Gambar 4.8. Asal usul mengetahui tentang makanan organik.....	100
Gambar 4.9. Persentase responden yang pernah dan tidak pernah membeli makanan organik online.....	101
Gambar 4.10. Frekuensi membeli makanan organik .....	102

