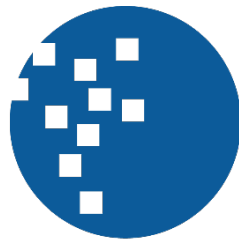


**ANALISIS PENGARUH *ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, PERCEIVED
BEHAVIOR CONTROL, ENVIRONMENTAL CONCERN, CONVENIENCE,
DAN TRUST* TERHADAP *PURCHASE INTENTION TOWARD ORGANIC
FOOD PRODUCTS*: TELAAH PADA PRODUK *ORGANIK FOOD*
KECIPIR.COM**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

YANTI RAHMAWATI

00000059598

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**ANALISIS PENGARUH ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS, PERCEIVED
BEHAVIOR CONTROL, ENVIRONMENTAL CONCERN, CONVENIENCE,
DAN TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION TOWARD ORGANIC
FOOD PRODUCTS: TELAAH PADA PRODUK ORGANIK FOOD
KECIPIR.COM**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

YANTIRAHMAWATI

00000059598

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yanti Rahmawati
NIM : 00000059598
Program studi : Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul: "*Analisis Pengaruh Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Environmental Concern, Convenience dan Trust Terhadap Purchase Intention Toward Organic Food Products: Telaah Pada Produk Organik Food Kecipir.Com*" merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 29 November 2024

(Yanti Rahmawati)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Analisis Pengaruh Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Environmental Concern, Convenience dan Trust Terhadap Purchase Intention Toward Organic Food Products: Telaah Pada Produk Organik Food Kecipir.Com

Oleh

Nama : Yanti Rahmawati

NIM : 00000059598

Program Studi : Manajemen

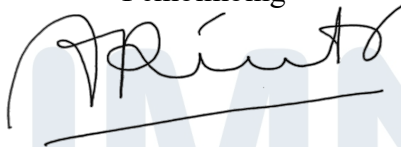
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 November 2024

Pembimbing



Boby Arinto, S.E., M.M., ELT.
0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Analisis Pengaruh *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Environmental Concern, Convenience* dan *Trust* terhadap *Purchase Intention Toward Organic Food Products*: Telaah pada Produk *Organik Food Kecipir.com*

Oleh

Nama : Yanti Rahmawati
NIM : 00000059598
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 09 Desember 2024
Pukul 15.30 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



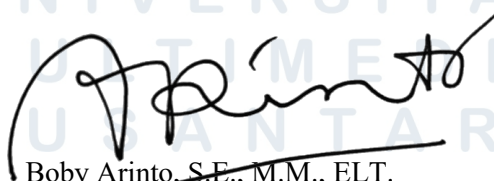
Dr. Amanda Setionani, S.Psi., M.M., CIQaR.
NIDN: 0305027607

Penguji



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.
NIDN 0321107801

Pembimbing



Bobby Arinto, S.E., M.M., ELT.
NIDN: 0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, SE., M.S.M., CBO.
NIDN: 032304780

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yanti Rahmawati

NIM : 00000059598

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Analisis Pengaruh *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Environmental Concern, Convenience* dan *Trust* terhadap *Purchase Intention Toward Organic Food Products*: Telaahpada Produk *Organik Food* Kecipir.com

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 29 November 2024


(Yanti Rahmawati)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

Analisis Pengaruh Attitude..., Yanti Rahmawati, Universitas Multimedia Nusantara

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala berkat, Rahmat, serta anugerah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan skripsi tepat waktu. Laporan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, Environmental Concern, Convenience* dan *Trust* terhadap *Purchas Intention Toward Organic Food Products: Telaah pada Produk Organik Food Kecipir.Com*” dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Tujuan dari penulisan laporan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu penulis juga memperoleh pengalaman dan pengetahuan tambahan.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak, dalam memberikan masukan dan dukungan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Pak Bobby Arinto, S.E., M.M., ELT. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara yang telah berbagi ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu

6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini.
8. Yoga Zahra Putra, Dilie, Syeila dan Adel yang telah menemani, menghibur serta memberikan dukungan, semangat, dan motivasi dalam hal apapun bagi penulis selama menyusun skripsi.
9. Stevany, Claudia, Fikry, dan teman-teman seperjuangan skripsi lainnya yang selalu memberikan dukungan selama penulis menyusun skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun, sehingga kelak penulis dapat memberikan yang lebih baik lagi di masa yang akan datang.

Tangerang, 29 November 2024



Yanti Rahmawati



ABSTRAK

Dengan adanya permasalahan lingkungan yang semakin meningkat salah satu faktor utama yang membuat konsumen semakin sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Isu-isu yang ada pada lingkungan dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih bahan pangan organik agar pemasar dapat menciptakan produk yang sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam menjawab permintaan tersebut Kecipir.com menciptakan produk dengan konsep bisnis E-Commerce pangan organik ramah lingkungan dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Meskipun Kecipir.com telah mengembangkan inovasinya. Namun, kecipir.com juga menghadapi berbagai masalah dan tantangan dalam mendapatkan pelanggan baru. Seperti hanya sebagian masyarakat di Indonesia yang menganggap penting kepedulian lingkungan, isu-isu permasalahan lingkungan yang mendorong konsumen terhadap niat pembelian, produksi terbatas terkait produk organik dianggap cukup mahal membuat para pembisnis mendapatkan tantangan untuk mempertahankan dan memperluas pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pada produk pangan organik. Dengan menyebarkan survei online dan analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hubungan antar variabel. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 30. Hasil penelitian ini adalah bahwa persepsi kendali perilaku, kepedulian lingkungan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli. Sedangkan variabel sikap dan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan.

Kata kunci: *attitude, subjective norms, perceived behavior control, environmental concern, convenience, trust, green purchase intention toward organic food product*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

With the increasing environmental problems, one of the main factors that makes consumers more aware of the importance of preserving the environment. Issues in the environment can influence consumers in choosing organic food ingredients so that marketers can create products that suit the desires and needs of consumers. In answering this request, Kecipir.com created a product with the concept of an environmentally friendly organic food E-Commerce business and sustainable business development. Although Kecipir.com has developed its innovation. However, Kecipir.com also faces various problems and challenges in getting new customers. Like only some people in Indonesia who consider environmental awareness important, environmental issues that drive consumers towards purchasing intentions, limited production related to organic products is considered quite expensive, making business people face challenges to maintain and expand the market.

This study aims to provide broad insight into the factors that influence purchasing interest in organic food products. By distributing online surveys and multiple regression analysis is used to test the relationship between variables. Data processing is done using SPSS software version 30. The results of this study are that the perception of behavioral control, environmental concern, convenience, and trust have a positive effect on purchasing interest. While the variables of attitude and subjective norms do not have a significant effect.

Keywords: attitude, subjective norms, perceived behavior control, environmental concern, convenience, trust, green purchase intention toward organic food product

DAFTAR ISI

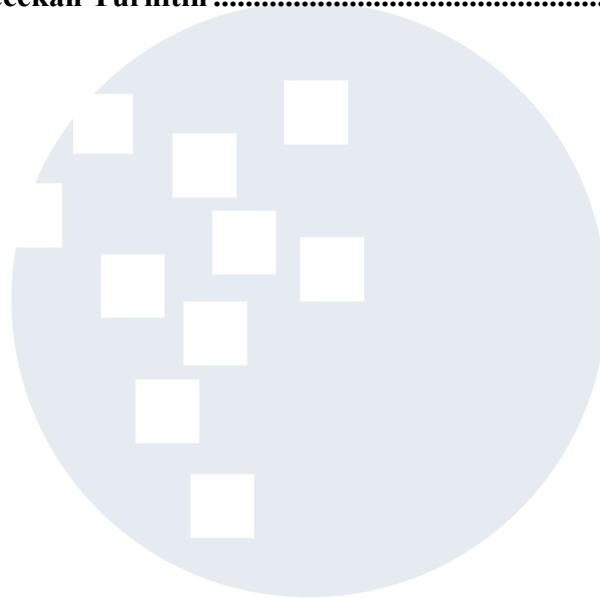
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Batasan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.6 Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI.....	22
2.1 Tinjauan Teori.....	22
2.1.1 Organik Food.....	22
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	23
2.1.3 <i>Attitude</i>	24
2.1.4 Subjective norms.....	25
2.1.5 Perceived Behavioral Control	26
2.1.6 Environmental Concern	27
2.1.7 Convenience.....	27
2.1.8 <i>Trust</i>	28
2.1.9 <i>Purchase Intention</i>	29
2.2 Model Penelitian	30

Hipotesis	31
2.3.1 Pengaruh Attitude terhadap Purchase Intention toward organic food product	31
2.3.2 Pengaruh Subjective Norms terhadap Purchase Intention toward organic food product.....	32
2.3.3 Pengaruh Perceived Behavioral Control terhadap Purchase Intention toward organic food product.....	32
2.3.4 Pengaruh Environmental Concern terhadap Purchase Intention toward organic food product.....	33
2.3.5 Pengaruh Convenience terhadap Purchase Intention toward organic food product.....	34
2.3.6 Pengaruh Trust terhadap Purchase Intention toward organic food product.....	35
2.4 Penelitian Terdahulu.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
3.1.1 Profil Kecipir.com	45
3.2 Desain Penelitian	51
3.2.1 Jenis Penelitian.....	51
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	56
3.3.1 Populasi.....	56
3.3.2 Sampel.....	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.4.1 Periode Penelitian	65
3.4.2 Data Penelitian	66
3.4.3 Proses Penelitian.....	67
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	69
3.5.1 Variabel Independen.....	69
3.5.2 Variabel Dependen.....	70
3.5.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	70
3.6 Teknik Analisis Data	77
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
3.6.1.1 Uji Validitas.....	77
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	79

3.6.2 Analisis Data Penelitian	80
3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik	80
3.6.2.1.2 Uji Heteroskedastisitas	80
3.6.2.1.3 Uji Normalitas	81
3.6.2.2 Uji Model	81
3.6.2.2.1 Koefisien Determinas (R^2)	81
3.7 Uji Hipotesis	82
3.7.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	82
3.7.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	83
3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda	83
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Karakteristik Responden	85
4.1.1 Profil Responden	85
4.2 Analisis Statistik	93
4.3 Analisis Deskriptif	94
4.3.1 Attitude	95
4.3.2 Subject Norms	97
4.3.3 Perceived Behavior Control	99
4.3.4 Environmental concern	100
4.3.5 Convenience	102
4.3.6 Trust	104
4.3.7 Purchase Intention	106
4.4 Uji Instrumen <i>Pre-Test</i> Faktor Analisis	108
4.4.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	108
4.4.2 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	109
4.5 Uji Instrumen <i>Main-Test</i>	111
4.5.1 Uji Validitas <i>Main-Test</i>	111
4.5.2 Uji Reliabilitas <i>Main-Test</i>	114
4.6 Uji Asumsi Klasik	115
4.6.1 Uji Normalitas	115
4.6.2 Uji Multikolonieritas	118
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	119
4.6 Uji Model	120

4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	120
4.7 Uji Hipotesis	121
4.7.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	121
4.7.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	122
4.7.3 Uji Regresi Linier Berganda	125
4.8 Interpretasi Hasil	127
4.8.1 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	127
4.8.2 Pengaruh <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	128
4.8.3 Pengaruh <i>Perceived Behavioral Control</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	129
4.8.4 Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	129
4.8.5 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	130
4.8.6 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	131
4.9 Implikasi Manajerial	132
4.9.1 Upaya dalam meningkatkan <i>Attitude</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	132
4.9.2 Upaya dalam meningkatkan <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	133
4.9.3 Upaya dalam meningkatkan <i>Perceived Behavioral Control</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	134
4.9.4 Upaya dalam meningkatkan <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	135
4.9.5 Upaya dalam meningkatkan <i>Convenience</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	137
4.9.6 Upaya dalam meningkatkan <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	138
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Simpulan.....	138
5.2 Saran	141
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	141
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN.....	153
1.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-Test	153
2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Main-Test	160

3.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	167
4.1 Kuesioner Penelitian (Google Forms)	170
5.1 Hasil Pengecekan Turnitin	174



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1Jumlah Installer E-Commerce Produk Organik Ramah Lingkungan	9
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3 1 Tabel Definisi Operasionalisasi Penelitian	77
Tabel 3 2 Loading Factor	79
Tabel 3 3 Cronbach's Alpha.....	80
Tabel 4 1 Kategori Rata-Rata Skor Interval Kuesioner	94
Tabel 4 2 Penelitian Responden terhadap Attitude.....	96
Tabel 4 3 Penelitian Responden terhadap Subject Norms	98
Tabel 4 4 Penelitian Responden terhadap Perceived Behavior Control	99
Tabel 4 5 Penelitian Responden terhadap Environmental concern.....	101
Tabel 4 6 Penelitian Responden terhadap Convenience	103
Tabel 4 7 Penelitian Responden terhadap Trust	105
Tabel 4 8 Penelitian Responden terhadap Purchase Intention	107
Tabel 4 9 Hasil Uji Validitas Pre-Test.....	109
Tabel 4 10 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test.....	111
Tabel 4 11 Hasil Uji Validitas Main-Test.....	112
Tabel 4 12 Hasil Uji Reliabilitas Main-Test.....	115
Tabel 4 13 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	116
Tabel 4 14 Hasil Uji Multikolonieritas	119
Label 4 15 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	121
Tabel 4 16 Hasil Uji Signifikansi Simultan atau Uji Statistik F	122
Tabel 4 17 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual atau Uji Statistik t.....	123
Tabel 4 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Timbulan Sampah Harian di Jabodetabek Tahun 2022	3
Gambar 1 2 Alasan Membeli Produk Berkelanjutan/Ramah Lingkungan	4
Gambar 1 3 Jenis Produk Berkelanjutan/Ramah Lingkungan	5
Gambar 1 4 Produk Organik Yang Paling Banyak Dikonsumsi	6
Gambar 1 5 Logo Perusahaan Kecipir.com	7
Gambar 2 1 Model Penelitian	30
Gambar 3 1 Logo Kecipir.com	46
Gambar 3 2 Homepage Website Kecipir.com	48
Gambar 3 3 Homepage Aplikasi Kecipir.com	49
Gambar 3 4 Cara Operasional Kecipir.com	51
Gambar 3 5 Desain Penelitian	52
Gambar 3 6 Sampling Design Process	57
Gambar 3 7 Sampling Technique(s)	60
Gambar 4 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Gambar 4 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	86
Gambar 4 3 Profil Responden Domisili	87
Gambar 4 4 Profil Responden Domisili	88
Gambar 4 5 Profil Responden Berdasarkan Pengetahuan Brand Organik Food Kecipir.com	89
Gambar 4 6 Profil Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Brand Organik Food Kecipir.com Perusahaan Berbasis Sosial (Social Enterprise)	90
Gambar 4 7 Profil Responden Berdasarkan Aktivitas Pembelian Kecipir.com	91
Gambar 4 8 Profil Responden Berdasarkan Biaya Untuk Membeli Makanan Organik	92
Gambar 4 9 Profil Responden Berdasarkan Kategori Organik Food yang Dibeli	93
Gambar 4 10 Hasil Histogram Uji Normalitas	117
Gambar 4 11 Hasil Uji P-Plot	118
Gambar 4 12 Data Penelitian Scatterplot (2024)	120
Gambar 4 13 Ilustrasi potongan harga untuk pembelian pertama	133
Gambar 4 14 Ilustrasi potongan dengan kode referral	134
Gambar 4 15 Ilustrasi mengenai informasi edukasi	135
Gambar 4 16 Ilustrasi program ramah lingkungan	136
Gambar 4 17 Ilustrasi pengiriman cepat	138
Gambar 4 18 Ilustrasi logi bersertifikat organik	139

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-Test	153
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Main-Test	160
Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	169
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian (Google Forms).....	173
Lampiran 5 Hasil Pengecekan Turnitin	174

