

**PENGOLAHAN INFORMASI PEMBELIAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SAYURAN ORGANIK
DI SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Agribisnis Pada Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis**



Diajukan Oleh :

APRELIA NUR HIDAYATUL KUSTIANAH
NPM : 1424010002

Kepada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2018**

**PENGOLAHAN INFORMASI PEMBELIAN DAN FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
SAYURAN ORGANIK DI SIDOARJO**

Oleh :

APRELIA NUR HIDAYATUL KUSTIANAH
1424010002

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 09 April 2018

Telah disetujui oleh :

Pembimbing :

1. Pembimbing Utama



Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS

2. Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, Mp

Tim Penguji :

1. Ketua



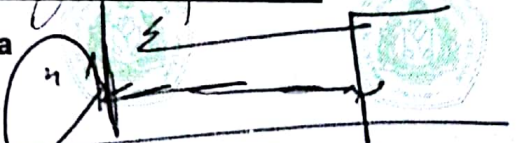
Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS

2. Sekretaris



Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, Mp

3. Anggota



Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM

4. Anggota



Dr. Ir. Sudiarto, MM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Pawana Nur Indah, M.Si
NIP. 19570720 198703 2001

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Setyo Parsudi, MP
NIP. 19570531 198503 1001

SURAT PERNYATAAN

Bedasarkan Undang-undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta Dan Permendiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang Plagiarisme

Maka, saya sebagai penulis Skripsi dengan judul "**Pengolahan Informasi Pembelian Dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Sidoarjo**" Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari Plagiarisme

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan Hukum dan Perundang-undang yang berlaku.

Surabaya, 17 Mei 2018
Yang membuat pernyataan



Aprelia Nur H.K
NPM. 1424010002

PENGOLAHAN INFORMASI PEMBELIAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SAYURAN ORGANIK DI SIDOARJO

Aprelia Nur Hidayatul Kustianah
1424010002
Falkutas Pertanian UPN Veteran Jawa Timur

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengolahan informasi pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap sayuran organik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sayuran organik di Giant Waru. Sampel penelitian menggunakan teknik *aksidental sampling*, dengan jumlah sebanyak 40 orang. Metode pengumpulan data menggunakan penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, penelitian lapangan terdiri dari observasi dan kuesioner. Berdasarkan Hasil analisis Ada 5 tahapan yang dilalui konsumen dalam pengolahan informasi terhadap pembelian sayuran organik. Tahapan tersebut yaitu pemaparan, perhatian, pemahaman, penerimaan, dan resisten. Namun, ditemukan 20% konsumen yang hanya melalui tahap pemaparan, perhatian, penerimaan, dan resisten. Sisanya, 80% konsumen yang melalui tahap pemaparan, perhatian, pemahaman, penerimaan, dan resisten. Hal ini di karenakan 80% konsumen tertarik dengan manfaat dan kandungan yang ada pada sayuran organik. Oleh karena itu, konsumen yang semula mengonsumsi sayuran konvensional beralih mengonsumsi sayuran organik. Ada 2 faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap sayuran organik. Faktor tersebut yaitu faktor stimulus (79%) dan faktor individu (21%). Berdasarkan hasil penelitian, faktor stimulus berpengaruh terhadap harga, kualitas, kemasan, warna sayuran, dan lain-lain. Sementara, faktor individu berpengaruh terhadap motivasi dalam membeli sayuran organik, pengetahuan tentang kandungan yang ada pada sayuran organik dan lain-lain. Oleh karena itu, kedua faktor tersebut sangat mempengaruhi dalam keputusan pembelian sayuran organik.

Kata Kunci: Pengolahan Informasi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen, konsumen sayuran organik

PROCESSING OF PURCHASE INFORMATION AND FACTORS AFFECTING THE CONSUMER PERCEPTION OF ORGANIC VEGETABLES IN SIDOARJO

Aprelia Nur Hidayatul Kustianah
1424010002
Faculty of Agriculture UPN Veteran East Java

ABSTRAK

This study aims to determine the processing of purchasing information and the factors that affect consumer perceptions of organic vegetables. The population in this study is the consumer of organic vegetables in Giant Waru. The sample of research using accidental sampling technique, with amount as many as 40 people. Methods of data collection using field research and literature research, field research consists of observations and questionnaires. Based on the results of analysis There are 5 stages through which consumers in the processing of information on the purchase of organic vegetables. The stages are exposure, attention, understanding, acceptance, and resistance. However, found 20% of consumers who only through the stage of exposure, attention, acceptance, and resistance. The rest, 80% of consumers through the stage of exposure, attention, understanding, acceptance, and resistance. This is because 80% of consumers are interested in the benefits and content of organic vegetables. Therefore, consumers who initially consume conventional vegetables switch to consume organic vegetables. There are 2 factors that influence consumer perception of organic vegetables. These factors are stimulus factor (79%) and individual factor (21%). Based on the results of research, stimulus factors affect the price, quality, packaging, color of vegetables, and others. Meanwhile, individual factors affect the motivation in buying organic vegetables, knowledge of the content present in organic vegetables and other foods. Therefore, the two factors are very influential in the purchase decision of organic vegetables.

Keywords: Information Processing, factors influencing consumer perception, consumer of organic vegetables

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul penelitian “Pengolahan Informasi Pembelian dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Sidoarjo” skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari bantuan Allah SWT dan juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada: Dr. Ir. H. Eko Nurhadi, MS selaku dosen pembimbing utama dan Dr, Ir, Indra Tjahaja Amir. MP selaku pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan meluangkan waktu dan tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

Penulis juga menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Pawana Nur Indah, Msi. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
2. Ir. Setyo Parsudi, MP Selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
3. Bu Nova selaku pembimbing lapangan di Giant Waru
4. Seluruh keluarga besarku terutama kedua orang tuaku yang telah banyak memberikan dukungan, do'a, semangat, kasih sayang yang tidak terhingga, dan juga untuk Kakak dan Adik saya.
5. Ari Wahyu Hidayah yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi.

6. Laras, Iis, Vero, Risqi, Dwi, Wahyu, Nisa, Istiqomah, Faisal, Daninda, Aminatus, Faudiah dan seluruh teman-teman jurusan agribisnis angkatan 2014.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak.

Surabaya, 25 April 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Peneliti.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Pengolahan Informasi.....	12
2.3 Persepsi Konsumen.....	20
2.4 Sayuran Organik	23
2.5 Perilaku Konsumen	26
2.6 Kerangka dan Hipotesis	27
III. METODE PELAKSANAAN.....	30
3.1 Lokasi Penelitian	30
3.2 Penentuan Sampel	30
3.3 Pengumpulan Data	31
3.4 Devinisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32

3.5	Analisa Data	34
3.5.1	Metode Analisis	34
3.5.2	Uji Validitas	37
3.5.3	Uji Reliabilitas.....	38
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Gambaran Umum Giant Waru	41
4.2.1	Sejarah Giant	41
4.2.2	Visi dan Misi Perusahaan	42
4.2.3	Struktur Organisasi Giant Waru	43
4.2	Karakteristik Konsumen	46
4.3	Deskripsi Data	55
4.3.1	Uji Validitas	56
4.3.2	Uji Reabilitas	58
4.4	Pengolahan Informasi.....	59
4.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen	68
4.6	Ikhtisari	73
V.	PENUTUP	75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	76
	Daftar Pustaka.....	77
	Lampiran	80

DAFTAR TABEL

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
1.1	Konsumsi Sayur Per Kapita Rumah Tangga dalam Setahun Menurut SUNSENAS.....	3
3.1	Skor Penilaian Terhadap Jawaban Kuesioner	34
3.2	Distribusi Frekuensi Tahapan Pengolahan Informasi.....	35
3.3	Skor Penilaian Terhadap Jawaban Kuesioner	36
3.4	Distribusi Frekuensi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen.....	37
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	48
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	54
4.7	Hasil validitas Deskriminan.....	57
4.8	Proses Tahap Pemaparan Dalam Tahapan Pengolahan Informasi.....	60
4.9	Proses Tahap Perhatian Dalam Tahapan Pengolahan Informasi.....	62
4.10	Proses Tahap Pemahaman Dalam Tahapan Pengolahan Informasi.....	63
4.11	Proses Tahap Perhatian Dalam Tahapan Pengolahan Informasi.....	65
4.12	Proses Tahap Retensi Dalam Tahapan Pengolahan Informasi.....	66

4.13 Faktor Stimulus Yang Mempengaruhi Persepsi
Konsumen 69

4.14 Faktor Individu yang Mempengaruhi Persepsi
Konsumen 71

DAFTAR GAMBAR

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
2.1	Tahapan Pengolahan Informasi	13
2.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan dalam Pengambilan	19
2.3	Kerangka Pikiran Peneliti	29
4.1	Gambar Bagan Struktur Organisasi Giant Waru	44
4.2	Hasil Presentase Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.3	Hasil Presentase Karakteristik Berdasarkan Umur	49
4.4	Hasil Presentase Karakteristik Berdasarkan Status	50
4.5	Hasil Presentase Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	52
4.6	Hasil Presentase Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	53
4.7	Hasil Presentase Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	55
4.8	Hasil Presentase Tahapan Pengolahan Informasi	67
4.9	Hasil Presentase Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen	72

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
1	Kuesioner Responden	81
2.	Hasil Koesioner	88
3	Hasil Perhitungan Koesioner Menggunakan SPSS	94
4.	Hasil Perhitungan Koesioner Uji Validitas Dan Uji Reability Menggunakan SPSS	102