

**PREFERENSI KONSUMEN BERAS ORGANIK  
DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Program Studi Agribisnis**



**Oleh:**

**IKE YULYANTI DEWI**  
**1624010101**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
S U R A B A Y A  
2022**

**SKRIPSI**

**PREFERENSI KONSUMEN BERAS ORGANIK  
DI MARKETPLACE TOKOPEDIA**

Oleh:

**Ike Yulyanti Dewi**  
**1624010101**

Telah diujikan pada tanggal:  
**24 Mei 2022**

**Skripsi ini Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Menyetujui,

**Pembimbing Utama**

**Pembimbing Pendamping**

  
**Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM**  
**NIP. 19630218 198903 1002**

  
**Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP**  
**NIP. 19570516 199202 2001**

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Pertanian**

**PLT Koordinator Program Studi  
Agribisnis**

  
**Dr. Ir. Nora Augustien K, MP**  
**NIP. 19590824 198703 2001**

  
**Dr. Ir. Nuriah Yuliaty, MP**  
**NIP. 19620712 199103 2001**

**PREFERENSI KONSUMEN BERAS ORGANIK  
DI MARKETPLACE TOKOPEDIA**

Oleh:  
**IKE YULYANTI DEWI**  
**1624010101**

Telah direvisi pada tanggal:  
**29 Mei 2022**

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
**Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM**  
**NIP. 19630218 198903 1002**

  
**Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP**  
**NIP. 19570516 199202 2001**

## SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan 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 **“PREFERENSI KONSUMEN BERAS ORGANIK DI MARKETPLACE TOKOPEDIA”** menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 29 Mei 2022  
Yang membuat pernyataan,



Ike Yulyanti Dewi  
NPM. 1624010101

# **PREFERENSI KONSUMEN BERAS ORGANIK DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

**Ike Yulyanti Dewi<sup>1</sup>, Syarif Imam Hidayat<sup>2</sup>, Endang Yektiningsih<sup>3</sup>**

Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

**e-mail: [ike.yulyantidewi96@gmail.com](mailto:ike.yulyantidewi96@gmail.com)**

## **ABSTRAK**

Preferensi merupakan kesukaan konsumen terhadap berbagai pilihan atribut produk yang ada. Preferensi konsumen perlu diketahui agar produsen dapat membidik konsumennya secara lebih terarah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen beras organik, menganalisis alasan pertimbangan konsumen membeli beras organik, menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut-atribut beras organik, dan menganalisis kepuasan konsumen terhadap Tokopedia sebagai *marketplace* penyedia beras organik. Penelitian dilakukan di *marketplace* Tokopedia. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probabilty sampling* yaitu *purposive sampling* dan didapatkan responden sebanyak 65 orang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, *Importance and Performance Analysis* (IPA), dan analisis *Costumer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). Karakteristik konsumen beras organik mayoritas berusia 27 – 31 tahun, berpendidikan terakhir Sarjana, bekerja sebagai pegawai swasta, dan memiliki pendapatan diatas Rp. 6.000.000, 2). Alasan pertimbangan konsumen membeli beras organik adalah dari segi kesehatan, 3). Preferensi konsumen beras organik di *marketplace* Tokopedia adalah warna beras organik yang tidak terlalu putih, menghasilkan tekstur nasi yang pulen, beras organik yang bersih dari benda lain selain beras, butir beras organik yang seragam, butir beras organik tampak utuh, daya tahan beras organik dan label organik pada kemasan, 4). Kepuasan konsumen terhadap Tokopedia sebagai *marketplace* penyedia beras organik sebesar 93,54% yang dikategorikan sangat tinggi, konsumen sudah merasa sangat puas dengan kinerja atribut-atribut *marketplace* Tokopedia.

**Kata Kunci: Karakteristik, Alasan Pertimbangan, Preferensi Konsumen, dan Kepuasan Konsumen**

**CONSUMER PREFERENCES OF ORGANIC RICE  
AT THE TOKOPEDIA MARKETPLACE**

**Ike Yulyanti Dewi<sup>1</sup>, Syarif Imam Hidayat<sup>2</sup>, Endang Yektiningsih<sup>3</sup>**

Major in Agribusiness Faculty of Agriculture Universitas Pembangunan Nasional  
“Veteran” East Java

**e-mail: [ike.yulyantidewi96@gmail.com](mailto:ike.yulyantidewi96@gmail.com)**

**ABSTRACT**

*Preference is subjective taste for various choices of existing product attributes. Consumer preferences need to be known so that producers can target their consumers in a more focused manner. Therefore, this study aims to analyze the characteristics of consumers of organic rice, analyze the reasons why consumers buy organic rice, analyze consumer preferences for organic rice attributes, and analyze consumer satisfaction with Tokopedia as a marketplace for organic rice providers. This study was conducted at Tokopedia marketplace. The sampling method in this study used a non-probability sampling method, namely purposive sampling and obtained 65 respondents. The analysis used in this study is descriptive analysis, Importance and Performance Analysis (IPA), and Customer Satisfaction Index (CSI) analysis. The results showed that 1). The characteristics of the consumers of organic rice are the majority aged 27 – 31 years, the last education is bachelor's degree, works as a private employee, and has an income above Rp. 6.000.000, 2). The reasons consumers consider buying organic rice are in terms of health, 3). Consumer preferences for organic rice in the Tokopedia marketplace are the color of organic rice that is not too white, resulting in a fluffier texture of rice, organic rice that is clean from anything other than rice, uniform rice grains, intact organic rice grains, durability of organic rice and organic labels on packaging, 4). Consumer satisfaction with Tokopedia as a marketplace providing organic rice is 93,54% which is categorized as very high, consumers are very satisfied with the performance of the Tokopedia marketplace attributes.*

**Keywords: Characteristics, Reasons for Consideration, Consumer Preferences, and Consumers Satisfaction.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul “PREFERENSI KONSUMEN BERAS ORGANIK DI *MARKETPLACE* TOKOPEDIA”. Usulan Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat melakukan penelitian tugas akhir pada program strata-1 Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari Yang Maha Kuasa dan juga bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua dosen pembimbing, yaitu bapak Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM dan ibu Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP yang telah memberikan banyak ilmu, pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu juga tenaga dengan penuh kesabaran, semangat, dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

Atas terselesainya usulan penelitian ini, penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada beberapa pihak yang telah memberikan bantuan kepada saya, diantaranya adalah :

1. Dr. Ir. Nora Augustien K, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku PLT Koordinator Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur serta selaku dosen penguji yang ikut membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.

3. Dr. Ir. Pawana Nur Indah, M.Si selaku dosen penguji yang ikut membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendukung, membantu dan mendoakan dari awal hingga selesai selama ini.
5. Keluarga Besar Resimen Mahasiswa Yon 806 Giri Yudha Bhakti UPN “Veteran” Jawa Timur atas dukungannya selama ini.
6. Semua teman-teman di Fakultas Pertanian khususnya teman-teman seperjuangan Agribisnis angkatan 2016, terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama ini.

Diharapkan bahwa usulan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pikiran yang mampu memberikan dampak baik bagi masyarakat. Masukan yang bersifat membangun dan mengembangkan diharapkan oleh penulis untuk kesempurnaan gagasan yang diajukan.

Surabaya, 29 Mei 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Konsumen .....	12
2.2.2. Karakteristik.....	12
2.2.3. Preferensi Konsumen .....	13
2.2.4. Beras Organik .....	14
2.2.5. <i>Marketplace</i> .....	14
2.2.6. Tokopedia.....	16
2.2.7. Kepuasan Konsumen.....	16
2.2.8. Atribut Produk.....	17
2.3. Kerangka Pemikiran.....	18
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1. Lokasi Penelitian.....	22
3.2. Penentuan Sampel .....	23
3.2.1. Populasi.....	23
3.2.2. Sampel dan Metode Penentuan Sampel .....	23

3.3.	Pengumpulan Data.....	24
3.3.1.	Data Primer.....	24
3.3.2.	Data Sekunder .....	26
3.4.	Analisis Data .....	26
3.5.	Definisi Operasional.....	35
<b>IV.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1.	Gambaran Umum Tokopedia .....	37
4.1.1.	Sejarah Singkat PT. Tokopedia .....	37
4.1.2.	Logo PT. Tokopedia.....	37
4.1.3.	Visi dan Misi PT. Tokopedia.....	38
4.1.4.	Nilai – nilai Perusahaan.....	38
4.1.5.	Struktur Organisasi.....	38
4.2.	Karakteristik Konsumen Beras Organik.....	39
4.3.	Alasan Pertimbangan Konsumen Membeli Beras Organik.....	44
4.4.	Preferensi Konsumen Terhadap Atribut-atribut Beras Organik.....	47
4.5.	Kepuasan Konsumen Terhadap Tokopedia.....	60
<b>V.</b>	<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>64</b>
5.1.	Kesimpulan.....	64
5.2.	Saran.....	65
5.2.1.	Saran Bagi Produsen.....	65
5.2.2.	Saran Bagi Pihak <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	66
5.2.3.	Saran Bagi Pemerintah .....	66
5.2.4.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	66
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR GAMBAR

No.

Halaman

2.1 Tingkat Kepuasan Konsumen Menurut Fandy Tjiptono (2012).....	17
2.2 Kerangka Pemikiran.....	21
3.1 Tampilan Web “Tokopedia” .....	22
3.2 Poster .....	25
3.3 Diagram Kartesius ( <i>Importance Performance and Analysis</i> ).....	31
4.1 Logo PT. Tokopedia.....	37
4.2 Struktur Organisasi .....	38
4.3 Grafik Karakteristik Usia Konsumen.....	40
4.4 Grafik Karakteristik Pendidikan Terakhir Konsumen .....	41
4.5 Grafik Karakteristik Pekerjaan Konsumen .....	42
4.6 Grafik Karakteristik Pendapatan Konsumen.....	43
4.7 Alasan Pertimbangan Konsumen Membeli Beras Organik .....	45
4.8 Diagram Kartesius <i>Importance and Performance (IPA)</i> .....	51

## DAFTAR TABEL

No	Halaman
3.1 Skala Likert untuk Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	30
4.1 Perbandingan Komposisi Beras Organik dan Beras Anorganik .....	46

4.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner .....	48
4.3 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	49
4.4 Hasil Perhitungan <i>Importance and Performance</i> .....	50
4.5 Hasil Diagram <i>Importance and Performance (IPA)</i> .....	52
4.6 Hasil Kuadran II.....	53
4.7 Hasil Kuadran III.....	58
4.8 Hasil Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	61