

**PENGARUH PENGETAHUAN, KESADARAN
LINGKUNGAN, DAN KESADARAN
KESEHATAN TERHADAP SIKAP PEMBELIAN**

(SURVEI PADA KONSUMEN MAKANAN ORGANIK DI KOTA MALANG)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya**

**ADINDA QURATUA'INI TUFAHATI
NIM. 16503020111140**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PEMASARAN
MALANG
2019**

MOTTO

“Sebaik – baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain”



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Pembelian (survei) pada konsumen makanan organik di Kota Malang)
Organik di Kota Malang.

Disusun oleh : Adinda Quratua'ini Tufahati

NIM : 165030201111140

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi/ Minat : Pemasaran

Komisi Pembimbing



Ari Irawan, SE.,MM
NIP. 2013048212311001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 31 Desember 2019

Jam : 13.00-14.00

Skrripsi atas nama : Adinda Quratua'ini Tufahti

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan

Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Pembelian Makanan Organik di Kota Malang.

Dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua



Ari Irawan, SE..MM
NIP. 2013048212311001



Wilopo, Dr.Drs.,MAB
NIP.196604301993031002



Lusy Deasyana Rahma Devita,S.AB.,MAB
NIP.2013098612152001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar- benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang- perundangan yang berlaku (UU) No.20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70.

Malang, 16 Desember 2019

Mahasiswa



Adinda Quratua'ini Tufahati
165030201111140

RINGKASAN

Adinda Quratua'ini Tufahati 2019. **(Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Pembelian Makanan Organik di Kota Malang)** Ari Irawan, SE.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan : (1) pengaruh secara parsial variabel Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Konsumen; (2) pengaruh secara simultan variabel Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 170 responden yang merupakan masyarakat kota Malang yang berumur minimal 18 tahun, dan pernah mengkonsumsi makanan organik. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari menunjukkan bahwa : secara parsial (1) variabel pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap konsumen ; (2) variabel kesadaran lingkungan berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumen ; (3) variabel kesadaran kesehatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap konsumen. Secara simultan variabel pengetahuan, kesadaran lingkungan dan kesadaran kesehatan memiliki pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel sikap konsumen. Berdasarkan hasil tersebut variabel kesadaran lingkungan adalah variabel yang memiliki rata – rata skor tertinggi. Variabel kesadaran kesehatan memiliki nilai positif tetapi tidak memiliki pengaruh terhadap variabel sikap konsumen.

Kata Kunci : pengetahuan, kesadaran lingkungan, kesadaran kesehatan, sikap konsumen

SUMMARY

Adinda qurata'ini Tufahati 2019. **The influence of knowledge, environmental awareness, and healthy awareness towards buying attitude organic food (Survei on organic food consumer in Malang City).** Ari Irawan, SE.,MM

The objective of this study is to identify and explain: (1) partial influence of variable knowledge, environmental awareness, and healthy awareness towards consumer attitudes;(2) The simultaneous effect of knowledge variables, environmental awareness, and health awareness of consumer attitudes. This research uses the type of survey method with a quantitative approach. The samples used in this study amounted to 170 respondents using purposive sampling. Questionnaires are used as data collection instruments. The data analysis used in this study is the analysis of descriptive and analysing multiple linear regression.

The results of the show that: partially (1) knowledge variable have a significant effect on consumer attitudes ; (2) Enviromental awareness variables have significant effect on consumer attitudes ; (3) Variables Health Awareness has no significant effect on consumer attitudes (4). Simultaneously the knowledge variables, environmental awareness and health consciousness had a together effect to consumer attitude variables . Based on those results environmental awareness variables are variables that have the highest average score. Health awareness variables have a positive value but have no effect on the consumer attitude variables.

Keywords : *knowledge, environmental awareness, healthy awareness, consumer attitude*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah Subhanallahu Wata'ala yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia NYA. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi besar Muhammad Salallahuwa'alaihi wasallam atas berkat rahmat dan karuniannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul

“Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesedaran Kesehatan terhadap Sikap Pembelian Makanan Organik di Kota Malang”. Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis yang diajukan guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini terdapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Dr. Al Musadieg, MBA. Selaku ketua jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
3. Ibu Nila Firdausi Nuzula, S.Sos., M.Si., Ph.D selaku Ketua program studi Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
4. Bapak Ari Irawan., SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu guna berdiskusi, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan serta mengajarkan ilmu dan pengetahuannya.
6. Kedua orangtua dan kakak penulis yang telah memberikan doa, motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman penulis Goldy dan Nahri yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman spesial penulis (Zaldy, Olga, Bila) yang selalu memberikan semangat dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Teman – teman perkuliahan (Shindi, A'isy, Oki, Mutia, Sofyan) dan yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis sebagai teman yang selalu memberikan semangat, tempat diskusi dan bertukar pikiran.
10. Teman – teman seperjuangan Administrasi Bisnis angkatan 2016.
11. Serta pihak – pihak yang ikut berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Doa tulus penulis panjatkan kepada Allah Subhanallahu Wata'ala, semoga Allah membalas semua kebaikan mereka di dunia maupun di akhirat. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembaca.

Malang, 16 Desember 2019

Penulis

DAFTAR ISI	
MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Tinjauan Empiris	12
B. Tinjauan Teoritis	31
1. Pemasaran sosial	31
2. Perilaku konsumen	32
3. Pangan	36
4. Pangan organik	37
5. Pengetahuan	37
6. Kesadaran lingkungan	39
7. Kesadaran kesehatan	40
8. Sikap	41
C. Hubungan Antar Variabel	42
D. Model Konseptual dan Hipotesis	44
1. Model Konseptual	44
2. Model Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian	47





B. Lokasi Penelitian	47
C. Konsep, Variabel, Devinisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	48
1. Konsep.....	48
2. Variabel.....	48
3. Definisi Variabel Operasional.....	49
4. Skala Pengukuran.....	54
D. Populasi dan Sampel.....	54
1. Populasi.....	54
2. Sampel.....	55
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	57
1. Sumber Data.....	58
2. Metode Pengumpulan Data.....	58
3. Instrumen Penelitian.....	58
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
1. Uji Validitas.....	59
2. Uji Reliabilitas.....	60
G. Metode Analisis Data.....	62
1. Analisis Deskriptif.....	62
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
H. Uji Hipotesis.....	63
1. Uji Pengaruh Parsial (Uji T).....	63
2. Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	65
1. Keadaan geografis.....	65
2. Keadaan demografi.....	66
B. Gambaran Umum Responden.....	66
1. Jenis kelamin.....	67
2. Usia responden.....	67
3. Pendidikan terakhir responden.....	68
4. Profesi.....	69
5. Pendapatan.....	69
C. Analisis Data.....	70
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	70
a. Distribusi frekuensi variabel pengetahuan.....	71
b. Distribusi frekuensi variabel kesadaran lingkungan.....	77
c. Distribusi frekuensi variabel kesadaran kesehatan.....	82
d. Distribusi frekuensi variabel sikap.....	88
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
a. Hasil analisis regresi linier berganda.....	94
b. Pengujian hipotesis.....	96
1. Uji Parsial (uji T).....	96

2. Uji simultan (uji F).....	97
3. Hasil uji hipotesis.....	98
4. Koefisien determinasi.....	98
5. Koefisien korelasi.....	99
D. Pembahasan Penelitian.....	100
1. Pengaruh pengetahuan terhadap sikap konsumen.....	100
2. Pengaruh kesadaran lingkungan terhadap sikap konsumen.....	101
3. Pengaruh kesadaran kesehatan terhadap sikap konsumen.....	103
4. Pengaruh pengetahuan, kesadaran lingkungan dan kesadaran kesehatan terhadap sikap konsumen.....	104
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	116



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pemetaan penelitian terdahulu	27
Tabel 2. Variabel, indikator dan item	52
Tabel 3 Hasil uji validitas.....	61
Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 5 Frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin.....	67
Tabel 6 Frekuensi responden berdasarkan usia	67
Tabel 7 Frekuensi responden berdasarkan pendidikan terakhir	68
Tabel 8 Frekuensi responden berdasarkan profesi.....	69
Tabel 9 Frekuensi responden berdasarkan pendapatan.....	69
Tabel 10 Intrepretasi rata – rata skor	71
Tabel 11 Distribusi frekuensi variabel pengetahuan.....	71
Tabel 12 Distribusi frekuensi variabel kesadaran lingkungan	77
Tabel 13 Distribusi frekuensi variabel kesadaran kesehatan	82
Tabel 14 Distribusi frekuensi variabel sikap	88
Tabel 15 Hasil analisis linier berganda.....	94
Tabel 16 Hasil uji berganda (uji F).....	97
Tabel 17 Koefisien determinasi.....	98
Tabel 18 Koefisien korelasi.....	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konsep penelitian	44
Gambar 2 Model Hipotesis	45
Gambar 3 Hasil hipotesis	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil perhitungan Machin and Campbell..... 117

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian 119

Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden 122

Lampiran 4 Hasil uji validitas dan Reliabilitas Pengetahuan..... 127

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kesadaran Lingkungan..... 128

Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kesadaran Kesehatan 129

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sikap Konsumen 130

Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... 131

Lampiran 9 Frekuensi Jawaban Responden 132

Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian..... 133



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi untuk mendapatkan tenaga dan nutrisi sebagai usaha manusia dalam bertahan hidup.

Sesuai dengan deklarasi Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), Organisasi Pangan

dan Pertanian (FAO) serta Perserikatan Bangsa – Bangsa (PBB) dalam

wpng.lipi.go.id menyatakan bahwa pangan yang bergizi dan aman merupakan

salah satu hak setiap individu. Keamanan pangan penting untuk diperhatikan guna

mencegah dari adanya bahan berbahaya, sehingga aman untuk dikonsumsi.

Maraknya berbagai macam produk pangan yang beredar dengan berbagai pilihan,

membuat masyarakat menjadi kurang memperhatikan keamanan dari makanan

yang akan dikonsumsi. Kepedulian yang rendah akan hal tersebut dapat

berdampak pada kesehatan yang buruk.

Menurut Lu dan Hsu (2006), Makanan sehat memberikan pengaruh pada

penormalan tubuh biologis, fungsi fisiologis, atau mempertahankan kesejahteraan

tubuh manusia. Sebaliknya, Makanan tidak sehat merupakan salah satu penyebab

munculnya berbagai macam penyakit yang beresiko terhadap kematian seseorang.

Banyak penelitian yang dilakukan mengenai dampak dari pola makan seseorang

yang buruk.

Global Burden of Disease melakukan penelitian dengan cara melacak tren

konsumsi 15 faktor makanan dari tahun 1990 hingga 2017 di 195 negara. Hasil

penelitian menyatakan bahwa dapat diperkirakan satu dari lima kematian secara

global disebabkan oleh pola makan yang tidak sehat. Jumlah tersebut setara dengan 11 juta kematian. Dari apa yang di makan, akan memberikan refleksi nyata pada tubuh seseorang.

Bahan – bahan kimia berbahaya yang terkandung dalam makanan saat ini, seperti MSG dan BPA perlahan mengubah seseorang untuk mulai memilih makanan yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Kesadaran masyarakat akan makanan sehat dan meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, cenderung membuat seseorang mencari aspek hijau dari sebuah produk, terutama makanan. Faktor ini muncul sebagai kekuatan pendorong bagi konsumen untuk membeli makanan organik (Wandel dan Bugge, 1997 ; Vindigni *et al.*, 2002 ; Yin *et al.*, 2010).

Makanan organik (*organic food*) merupakan hasil dari produk budidaya pertanian organik. Pertanian organik menghimpun seluruh imajinasi petani dan konsumen yang secara serius dan bertanggungjawab menghindari bahan kimia yang mencemari lingkungan dengan tujuan untuk memperoleh lingkungan sehat (Sutanto,2002) . Penggunaan bahan kimia seperti pestisida berbahaya serta bahan kimia yang tidak ramah lingkungan dan berkelanjutan, tidak dianjurkan dalam pertanian organik karena dapat mempengaruhi kualitas, keamanan bahan yang dihasilkan, kesehatan dan kehidupan lainnya. Pertanian organik menghasilkan interaksi yang bersifat dinamis antara tanah, tanaman, hewan, manusia, ekosistem dan lingkungan, karena dari pertanian organik dapat menghasilkan bahan pangan organik.

Konsumen yang sadar akan kesehatan dan mempraktikkan gaya hidup sehat

menunjukkan preferensi mereka terhadap produk makanan organik (Schifferstein & Oude Ophuis, 1998 ; Cicia, Del Giudice, & Scarpa, 2002 ; Gracia & Magistris, 2007). Dapat dibuktikan dari kesadaran terhadap pola hidup sehat yang mulai diterapkan di beberapa negara maju seperti Amerika Serikat dan Inggris. Banyak orang beralih membeli produk-produk pangan organik di negara tersebut. Survei membuktikan bahwa negara Amerika Serikat merupakan pasar organik terbesar di dunia sebesar USD 27,04 M, Jerman USD 8.45 M, Perancis USD 4,8 M dan Tiongkok mencapai USD 2,67 M (<https://www.kompasiana.com>).

Sejak tahun 2000, di berbagai belahan dunia permintaan makanan organik mengalami peningkatan, selain dampak positif dari pertanian organik hal tersebut didorong oleh persepsi konsumen mengenai kualitas dan keamanan makanan organik lebih baik daripada makanan non organik (Vindigni, Janssen dan Jager, 2002). Berdasarkan Data WTO menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2000 hingga 2004 perdagangan akan produk pertanian organik dunia mencapai nilai rata-rata USD 17,5 milyar. Walaupun demikian, permintaan akan makanan organik proporsinya masih jauh lebih rendah daripada makanan non- organik (Gupta dan Ogden, 2009).

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki tingkat pertumbuhan penduduk cukup tinggi. Berdasarkan laporan Bappenas dalam Proyeksi Penduduk Indonesia tahun 2010-2035 jumlah penduduk Indonesia pada 2020 bakal mencapai 271 juta jiwa atau bertambah 10 juta jiwa dari jumlah penduduk pada tahun sebelumnya. Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat membuat masalah baru bagi suatu negara, baik masalah ekonomi maupun sosial.

Sebagian besar permasalahan-permasalahan tersebut muncul dikarenakan perilaku individu ataupun kelompok itu sendiri. Dari data yang dipublikasikan oleh Departemen Kesehatan Indonesia pada depkes.co.id menyebutkan bahwa penyebab kematian utama di Indonesia disebabkan oleh gaya hidup dan perilaku yang tidak sehat. Beberapa penyakit yang diakibatkan oleh gaya hidup dan perilaku tidak sehat seperti halnya Tuberkolosa, serangan jantung dan diabetes.

Pangan yang tersebar di Indonesia saat ini didominasi oleh makanan konvensional yang tidak menyehatkan (Waskito *et al.*, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Grup Riset Bank Pembangunan Singapura DBS menyatakan bahwa negara Indonesia merupakan negara yang memiliki pangsa pasar terbesar dalam industri makanan kemasan se-ASEAN mengalahkan Filipina dan Singapura (www.neraca.co.id). Kemudahan dalam pengolahan makanan kemasan serta cita rasa yang enak, membuat konsumsi makanan kemasan di Indonesia menjadi suatu kebutuhan. Kebutuhan ini yang mendorong seseorang untuk mengkonsumsi secara terus – menerus, sehingga bahan - bahan kimia yang terkandung didalam makanan akan menumpuk dan berdampak buruk bagi kesehatan.

Sebagai negara Agraris yang menghasilkan berbagai produk pertanian, membuat Indonesia berpeluang besar dalam memproduksi makanan organik.

Beras, buah, sayur, ayam, telur, susu, yogurt dan produk perkebunan seperti madu, kopi, vanilla adalah jenis produk organik yang sudah tersedia di Indonesia.

Hal tersebut mempermudah masyarakat dalam mendapatkan makanan organik hasil pertanian atau peternakan untuk dikonsumsi. Gencarnya kampanye “Go Organic” yang digencarkan oleh Kementrian Pertanian sejak 2010, permintaan

akan konsumsi makanan organik yang kian meningkat, membuat bisnis pangan organik juga semakin berkembang. Berkembangnya bisnis pangan organik di Indonesia dibuktikan dengan adanya produk – produk organik yang ditemukan di gerai *supermarket* dan restoran, yang tersebar di Indonesia

Berdasarkan data Indonesia organik dalam Indonesiaorganic.com, tahun 2014 peningkatan pasar pangan organik secara nasional hanya tumbuh lima persen per tahun, dengan nilai penjualan sekitar Rp 10 miliar. Sementara tren pangan organik di dunia terus meningkat. Untuk meningkatkan tingkat konsumsi makanan organik di Indonesia, pemasaran sosial seperti melakukan kampanye peduli lingkungan, kampanye keamanan pangan dan kesehatan dapat dijadikan sebagai jalan keluar untuk membangun kesadaran masyarakat akan fenomena tersebut.

Pentingnya pemasaran sosial mengenai makanan organik adalah dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan organik. Dengan mengkonsumsi makanan organik secara berkala, dapat mengurangi resiko terserang penyakit kanker, hipertensi, diabetes, kolesterol, dan lainnya (“*Why Healthy Lunch*”, 2008). Hal tersebut dapat membantu masyarakat untuk mengubah perilaku baru terhadap masalah kesehatan. Sehingga diharapkan dapat memberikan motivasi dalam perubahan pola makan yang buruk di lingkungan masyarakat.

Menurut Ling, Franklin, Lindstedt, & Gearon (1992 : 360) dalam buku *Social Marketing for Public Health* Pemasaran sosial telah banyak digunakan dalam memecahkan masalah tentang kesehatan masyarakat, dan menjadi bagian

dari domain kesehatan. Kegiatan pemasaran sosial sudah diterapkan oleh berbagai negara maju di dunia. Pemasaran sosial merupakan suatu pendekatan efektif yang mengembangkan program untuk mempromosikan perilaku sehat (Corneil *et al.*, 2001:231).

Pemasaran sosial dapat diterapkan di Indonesia, terutama pada kota yang mengalami pertumbuhan penduduk tinggi. Salah satu kota yang memiliki jumlah penduduk tinggi adalah Kota Malang. Jumlah penduduk Kota Malang hingga tahun 2019 terus meningkat, dibuktikan dari data BPS Kota Malang pada halaman malangKota.bps.go.id yang menyatakan bahwa jumlah penduduk hingga tahun 2019 mencapai 870.682 jiwa. Kenaikan jumlah penduduk tentu akan menimbulkan masalah baru. Salah satu permasalahan yang harus di perhatikan adalah masalah kesehatan.

Masalah kesehatan seperti stunting pada remaja juga banyak terjadi di Kota Malang. Angka stunting Jatim adalah 32,81 persen dan melebihi rata-rata nasional yang berada di kisaran angka 30 persen. Kota Malang menjadi Kota yang menempati posisi pertama pada kasus stunting di Jawa Timur (www.malangtimes.com). Selain angka stunting yang tinggi, melalui berita yang terdapat pada jamsosindonesia menyatakan bahwa Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) mendeteksi kurang lebih 9500 peserta wilayah Malang menderita empat jenis penyakit kronis seperti diabetes, hipertensi, jantung, dan gagal ginjal.

Hal ini dipertegas oleh Kepala BPJS Kesehatan Kota Malang (jamsosindonesia.com).

Hal ini memerlukan perhatian khusus bagi masyarakat Kota Malang. Munculnya berbagai macam penyakit seperti stunting dan penyakit kronis sangat mungkin terjadi lantaran gaya hidup yang tidak baik. Sehingga perlu ada penanganan dalam memantau pola dan gaya hidup masyarakat. Salah satu gaya hidup yang perlu diperhatikan adalah makanan yang dikonsumsi. Makanan yang bergizi sangat penting untuk mendukung tercapainya pola hidup sehat, sehingga makanan organik dapat dijadikan salah satu solusi untuk menjaga kesehatan. Hal ini yang menjadi salah satu alasan penulis memilih Kota Malang sebagai objek penelitian.

Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan sikap pembelian makanan organik. Beberapa faktor dapat mempengaruhi sikap pembelian makanan organik (Jager, 2000 ; Magnusson *et al.*, 2001 ; Aertsens *et al.*, 2009). Menurut Yin *et al.*, (2010) Informasi atau pengetahuan yang mereka miliki sebelumnya dapat mempengaruhi sikap seseorang. Sikap terbentuk dari dua komponen utama yaitu keyakinan dan evaluasi.

Menurut Fisbein dan Ajzen (1975), semakin positif keyakinan dari individu, maka akan semakin positif juga sikap individu tersebut, demikian juga sebaliknya. Salah satunya adalah terjadi perbedaan sikap yang dapat dilihat dari umur konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Magnusson *et al.*, (2001) juga menyatakan bahwa terdapat perbedaan sikap anantara konsumen di kalangan anak muda yang cenderung membeli makanan organik dengan memperhatikan aspek kesehatan dan aspek lingkungan sedangkan orangtua cenderung hanya pada aspek kesehatan. Pengetahuan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi

dan sikap konsumen terhadap makanan organik. Oleh karena itu, diyakini bahwa konsumen yang memiliki pengetahuan yang baik tentang makanan organik lebih cenderung memilih makanan yang diproduksi secara organik (Gracia & Magistris, 2007 ; Saleki, Seyedsaleki, & Rahimi, 2012)

Situasi seperti ini menunjukkan pentingnya studi tentang perilaku konsumen, khususnya sikap untuk membeli makanan organik di Kota Malang.

Berdasarkan dampak faktor – faktor yang mempengaruhi sikap konsumen yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang

“Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Pembelian (Survei pada Konsumen Makanan Organik di Kota Malang”

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan penulis, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengetahuan akan suatu produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap sikap konsumen makanan organik?
2. Apakah kesadaran lingkungan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap sikap konsumen makanan organik organik?
3. Apakah kesadaran kesehatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap sikap konsumen makanan organik?
4. Apakah pengetahuan, kesadaran lingkungan, dan kesadaran kesehatan, berpengaruh signifikan secara simultan terhadap sikap konsumen makanan organik?

C. Tujuan Masalah

Tujuan yang ingin dicapai berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh secara Parsial variabel Pengetahuan terhadap Sikap Konsumen makanan organik di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh secara Parsial variabel Kesadaran Lingkungan terhadap Sikap Konsumen makanan organik di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh secara Parsial variabel Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Konsumen makanan organik di Kota Malang.
4. Untuk Mengetahui dan menjelaskan apakah Pengetahuan, Kesadaran Kesehatan, dan Kesadaran Lingkungan secara Simultan mempengaruhi Sikap Konsumen makanan organik di Kota Malang.

D. Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan dapat menjadi sebagai acuan bagi mahasiswa yang ingin meneliti dengan penelitian yang serupa.

2. Kontribusi Praktis

- a) Penelitian ini dapat memberikan wawasan baru bagi penulis serta pengalaman secara langsung mengenai penelitian yang di teliti.
- b) Dapat dijadikan acuan oleh instansi yang terkait dalam mengetahui

c) sikap pembelian konsumen pada makanan organik.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulis dalam membahas materi yang ada, di dalam penulisan skripsi ini digunakan sistematika pembahasan yang dibagi kedalam beberapa bab yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Penulisan skripsi ini mengikuti aturan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi pemaparan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian serta sistematika dalam penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang diangkat oleh penulis, teori – teori yang berkaitan dengan penelitian, hubungan antara variabel dan rumusan hipotesis pada penelitian yang akan dilakukan sebagai landasan ilmiah yang berkaitan dengan judul permasalahan yang diteliti oleh penulis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode yang digunakan dalam melakukan penelitian penelitian, definisi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian instrument, pengujian koefisien persamaan regresi dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil yang didapatkan sesuai dengan objek atau fenomena yang terjadi yang sesuai dengan tujuan penelitian dan pembahasan dari data yang telah diperoleh peneliti sesuai dengan judul yang diangkat peneliti

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan hasil dan saran yang dipaparkan peneliti dalam melakukan kegiatan penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

1. Yang (2014)

Mingyan Yang menulis tesis pada tahun 2014 dengan judul “*Consumer Attitude and Purchase Intention toward Organic Food*”. Tesis tersebut bertujuan untuk mengetahui mengenai sikap konsumen terhadap makanan organik yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut meliputi kesadaran kesehatan, pengetahuan konsumen mengenai makanan organik, kesadaran lingkungan, dan norma pribadi subjektif. Selanjutnya menjelaskan mengenai pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian makanan organik dan dapat diambil hasil hipotesis bahwa semakin positif sikap orang terhadap makanan organik, semakin besar kemungkinan mereka untuk membeli makanan organik.

Dalam penelitian ini, penelitian kuantitatif dipilih sebagai pendekatan, dengan menyebar kuisioner. Survei sampel adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dan memenuhi tujuan. Populasi yang dipilih adalah konsumen Cina yang ada di Cina. Sebanyak 416 tanggapan dicatat dan dikumpulkan untuk analisis lebih lanjut. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah *convenience* dan *snowball sampling*.

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif untuk menyajikan faktor-faktor potensial yang mempengaruhi sikap konsumen, dan selanjutnya mempengaruhi niat pembelian makanan organik di pasar Cina serta menarik kesimpulan yang relevan dengan fenomena. Dengan menggunakan SPSS,

parameter berikut dianalisis. H1: Konsumen yang lebih sadar kesehatan memiliki sikap yang lebih positif terhadap makanan organik. Karena hipotesis diterima, dapat dijelaskan bahwa orang Cina yang lebih mementingkan keamanan pangan dan pengaruhnya terhadap kesehatan mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap makanan organik dan hasil ini selaras dengan teori dikemukakan oleh Roddy, Cowan dan Hutchinson (1996). Dengan kata lain, semakin banyak mereka Sadar akan kesehatan, semakin positif sikap mereka terhadap makanan organik.

Hasil dari survei ini menunjukkan bahwa semakin banyak konsumen Cina merasa bahwa pengetahuan mereka tentang makanan organik tinggi dan memiliki kesan / pengalaman positif, semakin positif sikap mereka terhadap makanan organik. Oleh karena itu, ini mendukung penelitian Chrysochoidis, (2000); Padel and Foster, (2005) dan Stobbelaar et al., (2007) yang telah mengklaim hubungan positif antara pengetahuan konsumen dan sikap mereka. Dalam hal pengetahuan subjektif, bisa jadi menafsirkan bahwa semakin banyak informasi yang diketahui konsumen Cina tentang makanan organik seperti produksi, efek positif pada kesehatan, bahan-bahan alami dan sebagainya, hasilnya kepercayaan individu tentang pengetahuan subjektif konsumen dan dengan demikian, mengarah untuk bersikap positif (Brucks, 1985).

Di sisi lain, jika konsumen telah membeli makanan organik sebelum dan memiliki pengalaman konsumsi yang positif, faktor ini pada dasarnya berkontribusi pada sikap positif mereka terhadapnya. Ini juga terkait dengan Studi tentang Sorensen, Grunert, Nielsen (1996). H3: Semakin banyak konsumen peduli tentang

masalah ramah lingkungan, semakin positif sikap mereka terhadap makanan organik. Menurut data, hipotesis ini ditolak. Ketika datang ke langkah lingkungan, responden memang peduli dengan lingkungan yang selaras dengan temuan dari Vermeir dan Verbeke (2006) dan Chen (2007) yang menyatakan hal itu, bahwa konsumen cenderung terlibat dalam masalah ramah lingkungan. Namun ini tidak akan cukup bagi mereka untuk memiliki sikap positif terhadap makanan organik.

H4: Semakin banyak konsumen sendiri menganggap bahwa makanan organik itu baik, semakin banyak sikap positif konsumen terhadap makanan organik. Mengacu pada pengaruh norma pribadi pada sikap konsumen Cina terhadap makanan organik, hasilnya menunjukkan bahwa semakin banyak konsumen mempersepsikan atau menganggapnya makanan organik itu baik, semakin positif hubungannya dengan sikap mereka.

H5: Semakin banyak orang di sekitar konsumen menganggap bahwa makanan organik itu baik, semakin banyak sikap positif konsumen terhadap makanan organik. Hipotesis ini ditolak berdasarkan data. Ini menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara norma subyektif dan sikap dalam konteks makanan organik. Data statistik mengungkapkan bahwa berkaitan dengan sikap positif terhadap makanan organik; Konsumen Cina tidak merasakan tekanan sosial untuk berperilaku seperti yang lain dalam pilihan makanan mereka. Dengan kata lain, mereka tidak perlu bertemu dengan kelompok lain atau penting harapan rujukan untuk memiliki sikap positif terhadap makanan organik. Ini menunjukkan hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Takianien dan Sundqvist (2005) yang menyatakan bahwa norma subyektif memiliki pengaruh

positif terhadap sikap konsumen terhadap makanan organik.

H6: Semakin positif sikap orang terhadap makanan organik, semakin besar kemungkinan mereka adalah untuk membeli makanan organik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis antara sikap konsumen dan niat pembelian diterima dalam signifikansi tinggi. Secara umum, konsumen Cina memiliki sikap positif terhadap makanan organik. Ini merupakan evaluasi yang baik dari konsumen tentang makanan organik secara umum yang mengarah pada perumusan sikap positif.

Berdasarkan hasil, Faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap makanan organik di Tiongkok adalah kesadaran kesehatan, pengetahuan konsumen dan norma pribadi terbukti memiliki pengaruh pada sikap konsumen terhadap makanan organik di Tiongkok. Dengan kata lain, semakin sadar konsumen akan kesehatan mereka, semakin banyak pengetahuan / pengalaman yang mereka peroleh, atau yang lebih positif dalam keyakinan individu mereka berkenaan dengan efek yang baik dari mengonsumsi makanan organik, hasilnya lebih positif pada sikap mereka. Sebaliknya, dua faktor perhatian lingkungan dan norma subyektif tidak menunjukkan pengaruh yang jelas terhadap sikap konsumen karena penolakan hipotesis mereka. Terdapat hubungan positif antara sikap konsumen dan niat pembelian. Dengan kata lain, jika konsumen Cina memiliki sikap positif terhadap organik makanan, itu akan lebih mengarah pada niat beli.

2. Irianto (2015)

Heru Irianto pada tahun 2015 menerbitkan jurnal internasional yang

berjudul "*Consumers' Attitude and Intention towards Organic Food Purchase: An Extension of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective*". Jurnal

tersebut bertujuan mempelajari variabel yang mempengaruhi sikap konsumen untuk membeli makanan organik yang dapat mempengaruhi niat beli seseorang.

Variabel dalam penelitian meliputi kesadaran kesehatan, kesadaran lingkungan, harga makanan organik, sikap, norma subyektif, niat untuk membeli makanan organik dan gender.

Peneliti menggunakan metode survei, dengan sampel berjumlah 200 responden yang memiliki niat untuk membeli makanan organik di Kota Surakarta, Indonesia. Model persamaan struktural (SEM) digunakan sebagai metode analisis.

Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah kesadaran kesehatan dan kesadaran lingkungan merupakan penentu sikap positif seseorang untuk membeli makanan organik. Pengaruh perbedaan gender pada sikap, niat, dan perilaku pembelian makanan organik mengkonfirmasi penelitian sebelumnya yang secara deskriptif menyatakan bahwa gender mempengaruhi perilaku pembelian makanan organik.

Hasil penelitian menggunakan persamaan model struktural umumnya mendukung hasil pada studi sebelumnya, bahwa kesadaran kesehatan dan kesadaran lingkungan adalah penentu sikap positif seseorang untuk membeli makanan organik (Wandel dan Bugge, 1997 ; 25 Vindigni, *et al.*, 2002 ; Tarkiainen dan Sundqvist, 2005 ; Chen, 2009 ; Kim dan Chung, 2011). Variabel norma secara konsisten mempengaruhi sikap dan niat untuk membeli makanan organik secara positif, yaitu sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya (Tarkiainen dan Sundqvist, 2005 ; Chang, 1998) Temuan penelitian ini

menunjukkan bahwa ada perbedaan sikap dan niat untuk membeli makanan organik antara pria dan wanita.

Temuan penelitian sebelumnya secara deskriptif menyatakan bahwa gender mempengaruhi tingkah laku pembelian makanan organik. Perbedaan jenis kelamin akan memberikan perbedaan niat perilaku juga. Wanita cenderung lebih memperhatikan kesehatan dan lingkungan, dengan demikian mendukung sikap positif dan niat untuk membeli makanan organik.

3. *Bashaa et al., (2015)*

Mohamed Bilal Bashaa dan kawan - kawan menerbitkan jurnal yang berjudul "*Consumers Attitude Towards Organic Food*" pada tahun 2015. Jurnal tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi niat pembelian konsumen terhadap makanan organik. Studi ini memprediksi niat pembelian konsumen berdasarkan pengaruh faktor-faktor seperti masalah lingkungan, masalah kesehatan dan gaya hidup, kualitas produk dan norma subyektif pada sikap terhadap makanan organik.

Metode yang digunakan dalam penelitian yakni Survei kuantitatif yang dilakukan dengan sampel dipilih secara acak yang terdiri dari 50 konsumen produk organik dari dua Kota besar di India selatan yaitu Chennai dan Bangalore. Responden sampel untuk penelitian ini dipilih melalui pendekatan probability sampling, menggunakan metode random sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kepedulian terhadap lingkungan, kepedulian terhadap kesehatan dan gaya hidup adalah motif paling umum untuk pembelian makanan organik. Sikap terhadap perilaku mempengaruhi niat konsumen untuk membeli produk. Keyakinan tentang perilaku dan semua

konsekuensi perilaku telah memengaruhi sikap yang dirasakan terhadap produk.

Sikap menentukan keputusan akhir dalam perilaku pembelian konsumen. Oleh karena itu, berdasarkan pentingnya sikap dalam keputusan pembelian konsumen, kerangka kerja konseptual dikembangkan. Kerangka yang diusulkan percaya bahwa sikap konsumen terhadap pembelian produk makanan organik sangat dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu kepedulian lingkungan, kesehatan dan gaya hidup, kualitas produk dan norma subyektif.

Sikap mereka terhadap pembelian produk makanan organik berdasarkan pada tiga variabel yaitu kepedulian lingkungan, kepedulian kesehatan dan kesadaran gaya hidup, faktor lingkungan dan pertimbangan keselamatan dipelajari. Sebagai hasil tinjauan ekstensif literatur terkait, sejumlah item diidentifikasi yang diyakini mempengaruhi sikap konsumen terhadap pembelian produk makanan organik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk adalah variabel berperingkat tinggi dengan nilai rata-rata 4,09. Kepedulian lingkungan ($M = 3,85$) dan Kepedulian & Gaya Hidup Kesehatan ($M = 3,74$) adalah variabel dengan peringkat tinggi lainnya. Norma Subyektif adalah variabel dengan nilai paling rendah ($M = 3.29$).

Ada korelasi positif yang signifikan antara konstruk *health concern & lifestyle* dan *concern environment*. Sangat menarik untuk menemukan bahwa variabel sikap dan niat untuk membeli memiliki memiliki korelasi positif yang signifikan dengan semua variabel independen, seperti masalah lingkungan, masalah kesehatan & gaya hidup, kualitas produk dan norma subyektif.

Independent sample t-test dilakukan untuk mengidentifikasi perbedaan dalam

penilaian rata-rata variabel antara konsumen pria dan wanita. Temuan hasil menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara konsumen makanan organik pria dan wanita di semua variabel. Kesadaran keseluruhan tentang produk makanan organik di kalangan masyarakat meningkat dan sikap mereka terhadap niat beli positif.

Hasil penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa alasan yang dianjurkan oleh konsumen untuk membeli produk makanan organik bervariasi dan terutama motivasi di balik keputusan mereka untuk membeli termasuk kekhawatiran terhadap lingkungan, masalah kesehatan dan gaya hidup, kualitas produk makanan dan norma subjektif mereka. Perilaku konsumen melibatkan proses psikologis yang dialami konsumen dalam mengenali kebutuhan, menemukan cara untuk menyelesaikan kebutuhan ini; mengumpulkan dan menafsirkan informasi; membuat rencana dan mengimplementasikan rencana ini, membuat keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Perilaku konsumen adalah kunci dampak yang ditimbulkan masyarakat terhadap lingkungan. Saat ini perilaku konsumen berubah menuju pembelian banyak produk ramah lingkungan dan organik, karena kesadaran akan degradasi lingkungan dan masalah terkait.

4. Eles (2016)

Pada tahun 2016 Shella F. Eles dan Sabrina O. Sihombing menerbitkan jurnal yang berjudul “Determinan Niat Beli Makanan Organik : Sikap untuk membeli sebagai variabel mediasi”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi apakah kesadaran akan lingkungan, persepsi konsumen, kesadaran akan kesehatan, norma subjektif, dan sikap untuk membeli memiliki

pengaruh positif terhadap niat beli makanan organik. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan desain sampel yaitu non probabilitas sampel. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 202 responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan alat analisis *Structural Equations Model* (SEM).

Uji hipotesis menunjukkan bahwa dari lima hipotesis yang disusun, tiga hipotesis tidak didukung. Hipotesis yang tidak didukung adalah hipotesis 1, hipotesis 3, dan hipotesis 4. Sementara hipotesis yang didukung adalah hipotesis 2 dan hipotesis 5. Hipotesis 1 menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kesadaran akan lingkungan dengan sikap untuk membeli. Hasil hipotesis 1 ini tidak didukung. Seiring dengan berkembangnya pasar makanan organik, kemudian muncul pertanyaan tentang alasan seseorang membeli makanan organik (Mc Carthy dan Murphy, 2013). Setidaknya ada lima motivasi dalam pembelian makanan organik, yaitu: faktor rasa, keamanan makanan, manfaat kesehatan, faktor lingkungan, dan etika (McEachern dan McClean, 2002). Faktor lingkungan menduduki peringkat keempat. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor lingkungan bukan menjadi motivasi utama untuk mendorong sikap positif terhadap makanan organik.

Hasil uji hipotesis 2 menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi konsumen dengan sikap untuk membeli. Hipotesis 2 merupakan hipotesis yang didukung. Hal tersebut dapat disebabkan munculnya persepsi konsumen bahwa makanan organik lebih sehat dibanding makanan non organik. Makanan organik sendiri merupakan makanan yang bebas dari pestisida dan zat kimia

lainnya (Carrington dan Arnett, 2014). Sehingga manfaat makanan organik bagi kesehatan kemudian menjadi salah satu motif konsumen untuk melakukan pembelian (Paul dan Rana, 2012).

Hipotesis 3 menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kesadaran akan kesehatan dengan sikap untuk membeli. Namun hasil hipotesis ini tidak didukung. Terdapat dua alasan hipotesis 3 tidak didukung. Alasan pertama, Seseorang yang memiliki gaya hidup sehat cenderung memilih makanan sehat seperti buah dan sayuran serta melakukan latihan fisik secara teratur atau berolahraga (Divine dan Lepisto, 2005). Kesadaran akan kesehatan tidak hanya bergantung dari jenis makanan yang dikonsumsi saja. Kegiatan fisik seperti olahraga juga dinilai menjadi bentuk kesadaran akan kesehatan. Sehingga konsumsi makanan organik bukan satu-satunya faktor yang menentukan seseorang memiliki kesadaran akan kesehatan atau tidak.

Indeks.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara norma subjektif dengan sikap untuk membeli. Namun, hasil menunjukkan bahwa hipotesis ini tidak didukung. Tidak didukungnya hipotesis ini dapat disebabkan oleh pengaruh generasi Y yang merupakan generasi yang hidup di era digital dan komputerisasi (Bolton *et al.*, 2013). Penggunaan sosial media telah melekat pada seluruh aspek kehidupan mereka. Terlebih lagi, sosial media juga memiliki pengaruh yang besar bagi generasi Y khususnya dalam hal pembelian suatu produk (Schawbel, 2015). Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi berusia antar 18 sampai 21 tahun, dimana mereka termasuk dalam

generasi Y. Sehingga dapat dikatakan bahwa mereka mendapatkan pengaruh yang lebih besar dari sosial media dibandingkan orang terdekat mereka (keluarga dan teman).

Hasil uji hipotesis 5 menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara sikap untuk membeli dengan niat beli. Hipotesis ini adalah hipotesis yang didukung. Hal tersebut disebabkan oleh sikap merupakan dasar terbentuknya niat seseorang. Sikap positif terhadap makanan organik akan mendorong niat konsumen dalam melakukan pembelian makanan organik (Wijaya, 2014).

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dari lima hipotesis yang ada, tiga hipotesis tidak didukung. Ketiga hipotesis tersebut adalah hubungan antara kesadaran akan lingkungan dan sikap untuk membeli, hubungan kesadaran akan kesehatan dan sikap untuk membeli serta hubungan norma subjektif dan sikap untuk membeli. Sementara dua hipotesis lainnya adalah didukung. Dua hipotesis yang didukung adalah persepsi konsumen dan sikap untuk membeli terhadap niat beli. Hasil menunjukkan bahwa persepsi konsumen dan sikap untuk membeli memiliki hubungan positif terhadap niat beli.

5. Singh *et al.*, (2017)

Anupam Singh dan Priyanka Verma pada tahun 2017 menerbitkan jurnal yang berjudul *Factors Influencing Indian Consumers' Actual Buying Behavior towards Organic Food Products*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian aktual konsumen terhadap makanan organik. Data survei dikumpulkan dari 611 konsumen India melalui kuesioner terstruktur. Data dianalisis menggunakan berbagai teknik seperti

analisis faktor, uji-t independen, regresi linier berganda ANOVA, dan analisis regresi berganda hierarkis.

Hasil telah mengkonfirmasi bahwa empat faktor (kesadaran kesehatan, pengetahuan, norma subjektif, dan harga) yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk makanan organik. Namun, niat pembelian terhadap makanan organik dipengaruhi oleh empat faktor ini bersama dengan satu faktor tambahan (mis., Ketersediaan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima faktor ini juga mempengaruhi perilaku pembelian aktual, tetapi sikap dan niat pembelian memediasi hubungan. Lebih lanjut, faktor sosial-demografis (usia, pendidikan, dan pendapatan) juga ditemukan berdampak pada perilaku pembelian aktual. Studi ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang sikap konsumen, niat beli dan perilaku pembelian aktual terhadap produk makanan organik.

6. **Setiawati et al., (2018)**

Heppy Setiawati dan kawan – kawan menerbitkan jurnal yang berjudul “*Analysis on Intention of Purchasing Organic foods By The Undergraduate Students Of IPB Using The Theory Of Planed Behavior Approach*” pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kesadaran kesehatan, kesadaran lingkungan, dan sikap terhadap makanan organik, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. Model utama mengadopsi *Theory Of Planned Behavior*. Enam variabel digunakan dalam penelitian ini, yaitu kesadaran kesehatan, kesadaran lingkungan, sikap atas pangan organik, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan niat beli pangan organik. Data untuk menguji model

penelitian dikumpulkan sebanyak 140 responden. Data dianalisis menggunakan metode statistik *structural equation modelling*.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif,

Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode survei dengan bantuan instrumen pengukuran dalam bentuk kuesioner. Objek penelitian pada tahap pertama ini adalah siswa yang memiliki uang sekolah tunggal (UKT) minimal tujuh juta rupiah. Responden adalah mahasiswa S1.

Analisis statistik deskriptif terutama digunakan untuk memproses data profil responden dan jawaban untuk setiap item pengukuran. Ukuran statistik yang digunakan termasuk rata-rata, frekuensi, dan standar deviasi. Statistik inferensial digunakan untuk menguji kemampuan model penelitian untuk menjelaskan fenomena pembelian niat makanan organik menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan program LISREL 8.3. Metode ini dipilih untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara bersamaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan dan kesadaran lingkungan memiliki hubungan positif dengan sikap terhadap makanan organik. Kemudian, sikap makanan organik berpengaruh positif terhadap niat beli makanan organik, norma subyektif juga berpengaruh positif terhadap niat pembelian makanan organik. Selain itu, persepsi kontrol perilaku konsumen juga secara positif mempengaruhi niat pembelian makanan organik. Dari tujuh hipotesis yang disiapkan, ada dua hipotesis yang tidak didukung yaitu hubungan kesadaran lingkungan dan kesehatan terhadap niat pembelian.

7. **Nguyen et al., (2019)**

Hoang Viet Nguyen dan kawan – kawan pada tahun 2019 menerbitkan jurnal internasional yang berjudul “*Organic Food Purchases in an Emerging Market: The Influence of Consumers’ Personal Factors and Green Marketing Practices of Food Stores*”. Tujuan dari jurnal tersebut untuk menyelidiki efek integratif dari faktor pribadi dan situasional konsumen pada sikap dan perilaku pembelian daging organik . Konsumsi produk ini secara luas dianggap sebagai kontribusi terhadap praktik pangan berkelanjutan. Studi ini dilakukan di ekonomi pasar yang sedang tumbuh, yaitu, Vietnam. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen survei yang disesuaikan dan divalidasi dari sampel 609 konsumen daging organik di empat outlet makanan di Hanoi.

Temuan menunjukkan bahwa kekhawatiran konsumen mengenai lingkungan, kesehatan, keamanan pangan dan pengetahuan mereka tentang makanan organik, semuanya secara signifikan memengaruhi sikap mereka terhadap perilaku pembelian daging organik. Menariknya, sikap positif mereka tidak serta merta diterjemahkan ke dalam pembelian daging organik yang sebenarnya. Selain itu, praktik pemasaran hijau toko makanan secara signifikan meningkatkan perilaku konsumen. Sebaliknya, harga premium daging organik tentu saja merupakan pencegah untuk pembelian aktual daging organik. Temuan penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting bagi produsen makanan organik, pengecer, pembuat kebijakan dan organisasi sosial-lingkungan yang berupaya mengembangkan strategi intervensi yang bertujuan untuk meningkatkan konsumsi daging organik di Vietnam.

8. Ruswanti *et al.*, (2019)

Endang Ruswanti dan kawan kawan menerbitkan jurnal pada tahun 2019 yang berjudul "*Influence of Healthy Awareness, Organic knowledge, Safety Consumption, Attitude to the Organic Product*". Penelitian yang dilakukan tersebut bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran kesehatan, pengetahuan organik, keamanan, dan sikap terhadap niat membeli beras organik. Secara khusus, sikap berperan sebagai variabel intervening. Metode survei diterapkan untuk mengumpulkan data dan menghasilkan 164 responden. Data kemudian dianalisis melalui pemodelan persamaan struktural.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan, pengetahuan tentang produk organik mempengaruhi sikap positif konsumen dan semakin meningkatkan niat konsumen untuk membeli beras dan sayuran organik. Namun, keamanan konsumsi tidak mempengaruhi sikap positif konsumen karena konsumen sudah memahami manfaat organik untuk anak-anak dan orang tua.

Batasan konsumen adalah responden perlu memperluas ke sejumlah Kota besar dan beberapa provinsi agar hasil penelitian dapat digeneralisasi. Penelitian variabel perlu dikembangkan untuk menangkap bagaimana perilaku konsumen dalam makanan organik.

Tabel 1 Pemetaan penelitian terdahulu

No	Peneliti/Tahun	Judul	Metode	Hasil
1.	Mingyan Yang (2014)	<i>Consumer Attitude and Purchase Intention toward Organic Food</i>	Metode survei kuantitatif dengan menggunakan <i>snowball sampling</i> dengan menggunakan SPSS	Berdasarkan hasil, Faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap makanan organik di Tiongkok adalah kesadaran kesehatan, pengetahuan konsumen dan norma pribadi terbukti memiliki pengaruh pada sikap konsumen terhadap makanan organik di Tiongkok. Dengan kata lain, semakin sadar konsumen akan kesehatan mereka, semakin banyak pengetahuan / pengalaman yang mereka peroleh, atau yang lebih positif dalam keyakinan individu mereka berkenaan dengan efek yang baik dari mengonsumsi makanan organik, hasilnya lebih positif pada sikap mereka. Sebaliknya, dua faktor perhatian lingkungan dan norma subyektif tidak menunjukkan pengaruh yang jelas terhadap sikap konsumen karena penolakan mereka hipotesis.

Lanjutan tabel 1

No	Pengarang/Tahun	Judul	Metode	Hasil
2.	Heru Irianto (2015)	<i>Consumers' Attitude and Intention towards Organic Food Purchase: An Extension of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective</i>	Metode Survei dengan model analisis menggunakan SEM .	Kesadaran kesehatan dan kesadaran lingkungan bersifat positif terhadap sikap dalam pembelian makanan organik. Terdapat perbedaan sikap dan niat untuk membeli makanan organik antara pria dan wanita.
3.	Mohamed Bilal Bashaa et al., (2015)	<i>Consumers Attitude Towards Organic Food</i>	Metode survei kuantitatif melalui pendekatan <i>probability sampling</i> dengan metode <i>random sam pling</i> .	Sikap seseorang terhadap pembelian produk organik berdasarkan pada tiga variabel yakni kepedulian lingkungan dengan nilai rata – rata (M=3,85), kepedulian dan gaya hidup kesehatan (M= 3,74). Terdapat korelasi positif yang signifikan antara Health concern & Lifestyle dan Concern Environment.

Lanjutan Tabel 1

No	Peneliti / Tahun	Judul	Metode	Hasil
4.	Shella F. Elles dan Sabrina O Sihombing (2016)	Determinan Niat Beli Makanan Organik : Sikap untuk membeli sebagai variabel mediasi.	Penelitian deskriptif dengan desain sample yaitu non-probabilitas sampel dan dengan model analisis menggunakan SEM	Terdapat hubungan positif antara kesadaran akan lingkungan dan kesadaran kesehatan dengan sikap untuk membeli makanan organik namun hasil hipotesis ini tidak didukung.
5.	Anupan Singh dan Priyanka Verma (2017)	<i>Influencing Indian Consumers' Actual Buying Behavior towards Organic Food Products</i>	Metode Survei dengan model analisis menggunakan analisis faktor, Uji-T, regresi linier berganda ANOVA dan analisis regresi berganda hierarkis.	Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa empat faktor (kesadaran kesehatan, pengetahuan, norma subjektif, dan harga) yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk makanan organik.
6.	Heppy Setiawati (2018)	<i>Analysis on Intention of Purchasing Organic foods By The Undergraduate Students Of IPB Using The Theory Of Planed Behavior Approach</i>	Metode survei kuantitatif dengan model analisis menggunakan SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan dan kesadaran lingkungan memiliki hubungan positif dengan sikap terhadap makanan organik.

Lanjutan Tabel 1

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Metode	Hasil
7.	Hoang Viet Nguyen et al., (2019)	<i>Organic Food Purchases in an Emerging Market: The Influence of Consumers' Personal Factors and Green Marketing Practices of Food Stores.</i>	Metode survei dengan analisis faktor konfirmatori (CFA) dan analisis reliabilitas menggunakan alpha Cronbach (α) dilakukan untuk menilai validitas konstruk dan reliabilitas. Hipotesis diuji menggunakan (SEM)	kekhawatiran konsumen mengenai lingkungan, kesehatan, keamanan pangan dan pengetahuan mereka tentang makanan organik, semuanya bernilai positif dan secara signifikan memengaruhi sikap mereka terhadap perilaku pembelian daging organik di Vietnam.
8.	Endang Ruswanti et al., (2019)	<i>Influence of Healthy Awareness, Organic knowledge, Safety Consumption, Attitude to the Organic Product</i>	Metode survei dengan model analisis menggunakan SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan, pengetahuan tentang produk organik mempengaruhi sikap positif konsumen dan semakin meningkatkan niat konsumen untuk membeli beras dan sayuran organik.

Sumber : Data diolah penulis (2019)

B. Tinjauan Teoritis

1. Pemasaran Sosial

Kotler dan Zaltman (1971 : 5) mendefinisikan pemasaran sosial sebagai desain, implementasi, dan kontrol program yang dihitung untuk mempengaruhi penerimaan ide – ide sosial dan melibatkan pertimbangan perencanaan produk, harga, komunikasi, distribusi dan riset pemasaran. Adapun pengertian *Social marketing* atau pemasaran sosial adalah “Penerapan teknologi pemasaran komersial untuk menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi program – program yang dirancang untuk mempengaruhi perilaku sukarela audiens sasaran guna memperbaiki kesejahteraan personal dan kesejahteraan masyarakatnya” Andreason (1995). Tujuan akhir pemasaran sosial adalah memberikan manfaat kepada target audiens atau masyarakat yang lebih besar.

Dari pengertian yang telah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa pemasaran sosial merupakan sebuah teknik pemasaran untuk mempengaruhi perilaku audiens secara sukarela guna menciptakan kebaikan dan kepentingan individu atau masyarakat. Pemasaran sosial bergantung pada empat variable penting pada pemasaran komersial yang sering disebut dengan bauran pemasaran atau marketing mix dalam aplikasinya (Kotler & Zaltman, 1971). Bauran pemasaran yang meliputi *Product* (produk) , *Price* (harga), *Place/Distribution* (distribusi) dan *Promotion* (promosi). Dari definisi yang telah dipaparkan, ada beberapa hal yang penting dalam pemasaran sosial seperti berikut :

- a) Dalam pemasaran sosial terdapat disiplin yang berbeda dengan bidang

pemasaran komersil.

b) Terdapat kebaikan masyarakat dan juga target audiens.

c) Pemasaran sosial bergantung pada prinsip dan teknik yang dikembangkan

oleh pemasaran komersil, terutama strategi bauran pemasaran, yang secara

konvensional disebut 4P.

Kotler dan lee (2008 : 8) menekankan bahwa pemasaran sosial adalah tentang

mempengaruhi perilaku. Sama halnya dengan pemasaran komersil yang menjual

suatu produk, dimana dalam pemasaran sosial menjual perilaku.

2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu hal yang mendasari konsumen dalam membuat keputusan pembelian. *The American Marketing Association* dalam Peter

dan Olson (2014 : 6) mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah dinamika

interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana

manusia melakukan pertukaran aspek – aspek kehidupan. Adapun pengertian

perilaku konsumen menurut Mowen dan Minor (2002 : 6) mendefinisikan

perilaku konsumen sebagai studi mengenai unit pembelian (*buying units*) dan

proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang,

jasa, pengalaman, serta ide – ide.

Perilaku konsumen adalah “sebagai kegiatan-kegiatan individu yang

secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang

dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan

penentuan kegiatan-kegiatan tersebut” Swasta (2008 : 10). Dari pengertian

menurut beberapa para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen

adalah suatu aktivitas atau kegiatan individu dalam melakukan pencarian, memilih, memperoleh, mendapatkan atau mengkonsumsi sesuatu barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan. Menurut Setiadi (2003 : 11) perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor sebagai berikut :

a. Faktor kebudayaan

1) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan salah satu yang menjadi penentu dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.

2) Subbudaya

Dalam suatu kebudayaan terdapat beberapa subbudaya yang lebih kecil dan dapat memberikan indentifikasi serta sosialisasi yang lebih spesifik untuk pelakunya atau anggotanya. Kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras dan area geografis merupakan empat jenis yang masuk kedalam subbudaya.

3) Kelas sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa (Kotler, 2000:186).

b. Faktor Sosial

1) Kelompok referensi

Kelompok referensi terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh secara langsung maupun tidak terhadap sikap atau perilaku seseorang.

2) Keluarga

Anggota keluarga membentuk referensi yang paling berpengaruh dalam membentuk perilaku pembeli.

3) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya, baik itu keluarga, klub, dan organisasi. Setiap peranan membawa status yang mencerminkan harga diri menurut masyarakat disekitarnya.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik / ciri-ciri pribadinya, terutama yang berpengaruh adalah umur dan tahapan dalam siklus hidup pembeli, pekerjaannya, keadaan ekonominya, gaya hidupnya, pribadi dan konsep jati dirinya.

1) Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Orang membeli barang dan jasa selama hidupnya. Selera orang terhadap pakaian, furniture, dan rekreasi juga sangat berhubungan dengan umur.

2) Pekerjaan

Pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaan. Pekerja kasar kebutuhan dan gaya belinya tidak akan sama dengan pekerja kantor dan sebagainya.

3) Keadaan Ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah

dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

4) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan.

Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang, pada sisi yang satu, atau kepribadian, disisi yang lain.

5) Kepribadian dan Konsep diri

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang akan mempengaruhi pembeliannya. Yang dimaksudkan dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian umumnya dijelaskan dengan ciri-ciri seperti rasa percaya diri, dominasi, kemampuan beradaptasi, menghargai orang lain, kemampuan sosialisasi, kemampuan mempertahankan diri, dan kemampuan menyesuaikan diri.

d. Faktor Psikologis

1) Motivasi

Teori Motivasi Freud. Freud mengasumsikan bahwa kekuatan-kekuatan psikologis yang sebenarnya membentuk perilaku manusia sebagian besar bersifat dibawah sadar. Freud melihat bahwa seseorang akan menekankan berbagai keinginan seiring dengan proses pertumbuhan dan proses penerimaan aturan sosial

2) Persepsi

Orang yang sudah memiliki motivasi berarti sudah siap untuk bertindak. Bagaimana orang yang sudah memiliki motivasi sesungguhnya bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya pada situasi yang dihadapinya.

3) Proses Belajar

Pada saat seseorang bertindak berarti orang tersebut juga belajar.

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar.

4) Kepercayaan dan Sikap

Melalui tindakan dan proses belajar, orang mendapatkan kepercayaan dan sikap. Hal ini yang kemudian akan mempengaruhi perilaku membeli. Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Sedangkan suatu sikap menjelaskan evaluasi kognitif, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan seseorang yang menguntungkan terhadap suatu benda atau sebuah gagasan. Sikap menuntun orang untuk berperilaku yang relatif konsisten terhadap obyek-obyek yang sama.

3. Pangan

Pangan didefinisikan sebagai “segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai

makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman” hal ini dijelaskan dalam Undang – Undang (UU) No. 7 Tahun 1996 (Setneg,1996) .

4. Pangan Organik

Pangan organik atau makanan organik merupakan salah satu pangan yang sehat dan direkomendasikan (Ririn, 2008). Pengertian pangan organik adalah pangan yang berasal dari suatu sistem pertanian organik yang menerapkan praktek – praktek manajemen dengan tujuan memelihara ekosistem untuk mencapai produktivitas keberlanjutan, dan melakukan pengendalian gulam, hama dan penyakit, melalui berbagai cara seperti daur ulang, residu tumbuhan dan ternak, seleksi dan pergiliran tanaman, manajemen pengairan, pengolahan lahan dan tanaman, serta penggunaan bahan- bahan hayati (BSN, 2002). Steven (2007) menyatakan bahwa bahan pangan organik adalah bahan pangan yang diproduksi secara sedikit atau bebas sama sekali dari unsur kimia berupa pupuk, pestisida, hormon, dan obat-obatan. Dengan demikian, dari definisi yang telah dipaparkan oleh para ahli dapat disimpulkan bahwa pangan organik merupakan makanan atau pangan yang di produksi atau di proses tanpa menggunakan pestisida, pupuk mineral, bahan kimia lain yang berbahaya.

5. Pengetahuan (*knowledge*)

Menurut Notoatmodjo (2003) pengetahuan merupakan sebuah hasil dari tahu dan terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sumarwan (2004), dalam Alawiyah (2015: 8) mendefinisikan

pengetahuan konsumen sebagai segala informasi yang diketahui oleh konsumen tentang berbagai macam produk dan jasa, pengetahuan terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi lain yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan organik merupakan kemampuan konsumen mengidentifikasi sejumlah konsep yang berkaitan dengan produk organik melalui informasi yang dimiliki konsumen (Magistris & Gracia, 2008 ; Chen & Lau, 2000). Pengetahuan yang diketahui konsumen tentang makanan organik dapat berupa produksi makanan organik, efek positif terhadap kesehatannya dan bahan alami atau kealamian makanan organik.

Dari beberapa pengertian pengetahuan menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah kumpulan informasi yang dimiliki seseorang berdasarkan pengalaman dan sebagian besar pengetahuan didapat dari indera proses melihat dan mendengar. Pengetahuan konsumen adalah konstruk yang relevan yang memengaruhi cara konsumen untuk memutuskan pembelian.

Pengetahuan organik mewakili kemampuan konsumen dalam mengidentifikasi produk organik atau non organik sehingga membentuk sikap positif pada produk organik (Magistris & Gracia, 2007).

a. Aspek – aspek pengetahuan

Adapun aspek – aspek tentang pengetahuan menurut Sobur (2003) adalah sebagai berikut.

- 1) Pengetahuan (*Knowledge*)
- 2) Penelitian (*Research*)
- 3) Sistematis (*Systematic*)

b. Faktor – faktor yang mempengaruhi pengetahuan

- 1) Umur
- 2) Pendidikan
- 3) Pekerjaan
- 4) Pengalaman
- 5) Sumber Informasi

6. Kesadaran lingkungan

Menurut Zheng (2010) dalam Eles dan Sihombing 2016 “Kesadaran akan lingkungan didefinisikan sebagai perilaku mental yang menggambarkan pengakuan individu, penilaian, dan kecenderungan berperilaku berkaitan dengan isu lingkungan”. Kesadaran akan lingkungan terdiri dari empat komponen secara terpisah. Keempat komponen tersebut adalah kognitif, afektif, konatif, dan perilaku (Schaffrin, 2011). Lebih lanjut, mengacu pada Schaffrin (2011), komponen kognitif berhubungan dengan kepercayaan dan pengetahuan individu mengenai tanggung jawab serta solusi untuk masalah lingkungan.

Komponen afektif merupakan emosi dan evaluasi individu tentang baik buruknya dampak masalah lingkungan. Konatif dan perilaku dalam hal ini adalah hampir serupa. Kesadaran akan lingkungan merupakan elemen paling dasar yang mendorong perilaku pro lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Secara umum, setiap orang pasti memiliki kesadaran akan lingkungan. Menurut Kata *et al.*, (2003) Kesadaran lingkungan mengacu pada keyakinan, sikap, dan tingkat kesadaran yang individu pegang terhadap lingkungan .

Menurut (Potabenko,2004) dalam Renaldy (2014) ciri utama dari konsep kesadaran lingkungan, yaitu :

1. Peduli terhadap lingkungan
2. Memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi sumber kerusakan lingkungan
3. Memiliki pengetahuan lingkungan
4. Merasa bertanggung jawab dalam mencegah kerusakan lingkungan
5. Menentang kegiatan yang merusak lingkungan
6. Berkarya terhadap lingkungan
7. Bersedia ikut ambil bagian dalam kegiatan yang berkaitan dengan lingkungan.

7. Kesadaran kesehatan

Kesadaran kesehatan merupakan suatu kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan termotivasi dalam memperbaiki, mempertahankan, menjaga kesehatan dan kualitas hidup dengan menerapkan pola hidup sehat (Michaelidou dan Hassan, 2008). Adapun Menurut (Kaynak dan Sevgi, 2014) dalam (Eles dan Sihombing 2016) Kesadaran akan kesehatan merupakan konsep yang merefleksikan kesiapan seseorang untuk melakukan sesuatu bagi kesehatannya. Bentuk kesadaran akan kesehatan berkaitan dengan dua hal, yaitu konsumsi makanan dan aktivitas fisik (Divine dan Lepisto, 2005).

Kesadaran kesehatan telah diidentifikasi sebagai salah satu faktor motivasi utama dalam mengkonsumsi makanan berkelanjutan, seperti makanan organik dan lokal (Frash, DiPietro, & Smith, 2015; Kim, Eves, & Scarles, 2009; Michaelidou

& Hassan, 2008). Dalam penelitian sebelumnya (Yang, 2014; Irianto 2015; Bashaa, 2015; Singh dan Verma, 2017; Setiawati, 2018; Nguyen *et al.*, 2019; Ruswanti *et al.*) dapat disimpulkan bahwa kesadaran kesehatan merupakan faktor yang mempengaruhi sikap positif seseorang dalam pembelian makanan organik, sehingga kesadaran kesehatan berpengaruh terhadap sikap konsumen pada pembelian makanan organik.

8. Sikap (*Attitude*)

Derajat Sikap (*Attitude*) adalah evaluasi baik atau buruk individu pada objek atau produk (Ajzen, 1991). Sikap adalah kelompok keyakinan dan perasaan yang melekat tentang objek tertentu dan kecenderungan untuk bertindak terhadap objek tersebut dengan cara tertentu (Sobur, 2003 : 359). Pengertian sikap yang dikemukakan Kotler dan Amstrong (2014) adalah evaluasi seseorang yang konsisten akan rasa suka maupun tidak suka, perasaan, dan tendensi, terhadap suatu objek atau ide. Selanjutnya Menurut Sarwono (2009 : 201) sikap (*attitude*) adalah istilah yang mencerminkan rasa senang, tidak senang, atau perasaan biasa-biasa saja (netral) dari seseorang terhadap sesuatu. Menurut Allport (1954) yang dikutip oleh Soekidjo Notoatmodjo (2003 : 125), menjelaskan bahwa sikap mempunyai 3 komponen pokok, yaitu:

- a. Kepercayaan, ide, dan konsep terhadap suatu objek
- b. Kehidupan emosional atau evaluasi terhadap objek
- c. Kecenderungan untuk bertindak

Konsep teori tindakan beralasan dan perilaku terencana menjelaskan bahwa sikap merupakan prediktor yang akurat bagi pelaku melalui variabel niat.

Terbentuknya niat berperilaku dapat diterangkan dengan teori perilaku terencana yang mengasumsikan bahwa manusia selalu mempunyai tujuan dalam berperilaku (Fishbein & Ajzen, 1975). Sikap merupakan komponen utama bagi pembentukan niat. Dalam hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Yang, 2014; Bashaa, 2016; Eles, 2016) menyatakan bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap makanan organik maka, semakin besar kemungkinan mereka untuk membeli makanan organik.

C. Hubungan antar variabel

Hubungan antar variabel menjelaskan mengenai ada tidaknya hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, dan Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Pembelian Makanan Organik” memiliki hubungan antara variabel dependen dan variabel independen sebagai berikut.

1. Hubungan antara Pengetahuan pada Sikap Konsumen Makanan Organik

Informasi atau pengetahuan yang seseorang miliki sebelumnya dapat mempengaruhi sikap seseorang (Yin *et al.*, 2010). Diyakini bahwa konsumen yang memiliki pengetahuan yang baik tentang makanan organik lebih cenderung memilih makanan yang diproduksi secara organik (Gracia & Magistris, 2007; Saleki, Seyedsaleki, & Rahimi, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh (Ngagen *et al.*, 2019; Ruswanti *et al.*, 2019) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh secara positif terhadap sikap pembelian. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yang (2014).

2. Hubungan antara kesadaran Lingkungan pada Sikap Konsumen Makanan Organik

Makanan organik merupakan hasil dari produk budidaya pertanian organik. Makanan organik tidak mengandung bahan berbahaya seperti pupuk sintesis buatan, pestisida, ternak, dan aditif pakan unggas (Jie *et al.*, 2002). Dalam hal tersebut bahan – bahan yang tidak ramah lingkungan dan membuat pencemaran tidak dianjurkan dalam pertanian organik. Kesadaran lingkungan memengaruhi sikap konsumen secara positif untuk membeli makanan organik secara positif (Vindigni, *et al.*, 2002; Tarkiainen dan Sundqvist, 2005; Chen, 2009; Kim dan Chung, 2011).

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Ngagen *et al.*, (2019) Lingkungan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen dalam pembelian makanan organik. Penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian lain (Irianto, 2015 ; Basha, 2015). Walaupun demikian hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian Yang (2014) yang menyatakan bahwa kesadaran lingkungan berpengaruh negatif terhadap sikap konsumen makanan organik.

3. Hubungan antara Kesadaran Kesehatan pada Sikap Konsumen Makanan Organik

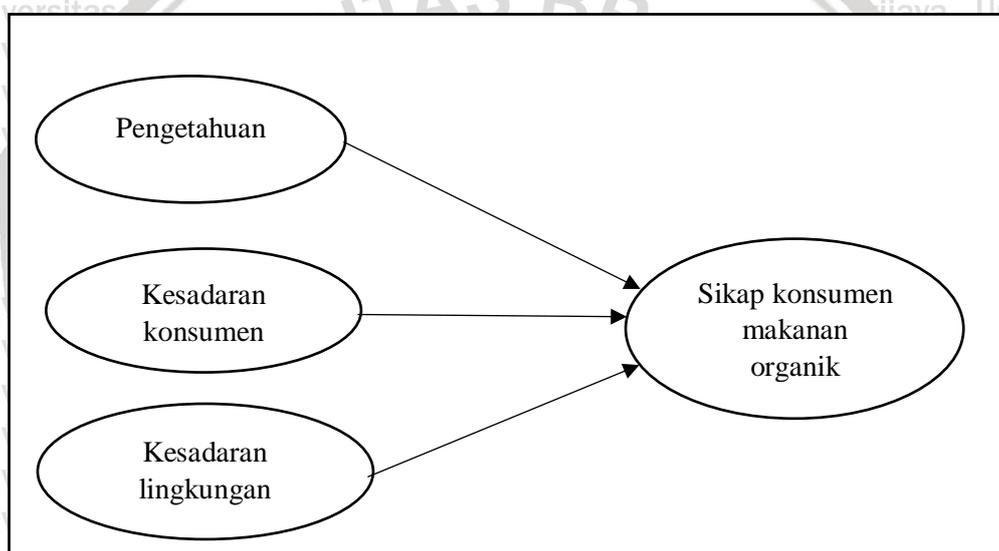
Hasil dari Penelitian Tarkiainen dan Sundqvist (2005) disebutkan bahwa kesadaran kesehatan positif mempengaruhi sikap untuk membeli makanan organik. Chen (2009) menunjukkan bahwa ada signifikan yang kuat hubungan antara kesadaran kesehatan dan sikap terhadap pembelian makanan

organik. Pengaruh positif antara kesadaran kesehatan terhadap sikap ini sesuai dengan penelitian (Yang : 2014, Irianto : 2015, Setiawati : 2015, Singh *et al.* : 2017, Ngagen *et al.*, : 2019).

D. Model Konseptual dan Hipotesis

1. Model Konseptual

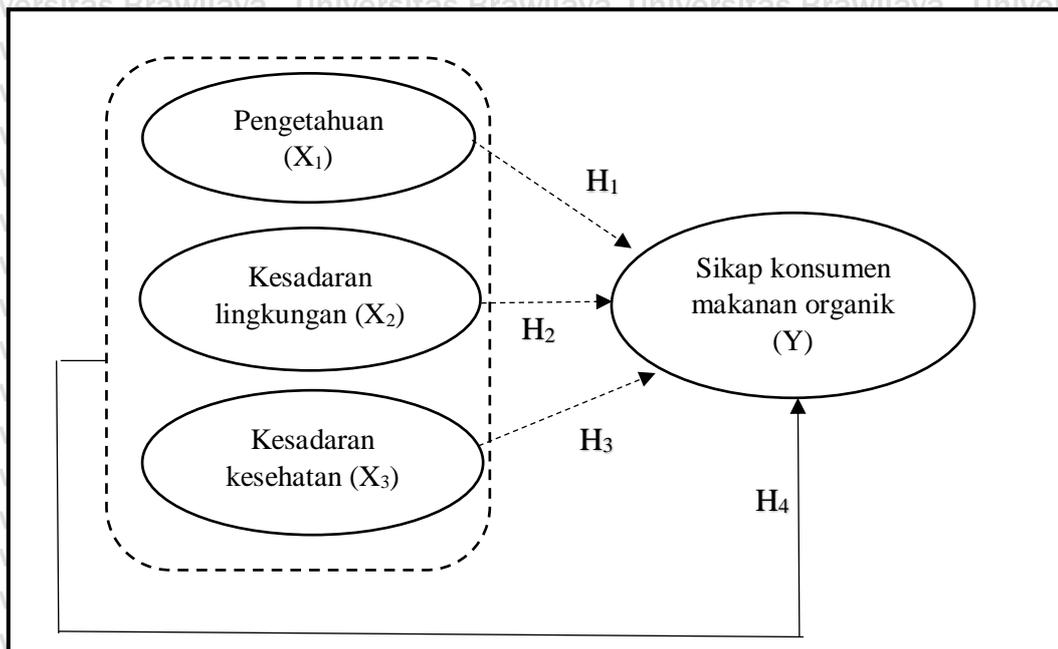
Berdasarkan tinjauan teoritis yang telah diuraikan sebelumnya, model konseptual dari penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1 Konsep Penelitian
Sumber : Data diolah peneliti (2019)

2. Model Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011:159) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam suatu penelitian, kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Dalam penelitian ini disajikan model hipotesis sebagai berikut



Gambar 2. Model Hipotesis
 Sumber : Data diolah Penulis (2019)

Keterangan :

- > : Berpengaruh secara parsial
- > : Berpengaruh secara simultan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya, jawaban atau dugaan sementara atas permasalahan tersebut sebagai berikut :

H₁ : Variabel Pengetahuan berpengaruh Signifikan secara Parsial terhadap Sikap Konsumen makanan organik.

H₂ : Variabel Kesadaran Lingkungan berpengaruh Signifikan secara Simultan terhadap Sikap Konsumen makanan organik.

H₃ : Variabel kesadaran Kesehatan berpengaruh Signifikan secara Parsial terhadap Sikap konsumen makanan organik.



H4 : Variabel Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan dan Kesadaran Kesehatan berpengaruh Signifikan secara Simultan terhadap Sikap Konsumen makanan organik.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Explanatory Research* dengan pendekatan kuantitatif. *Explanatory Research* merupakan penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel – variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah di rumuskan sebelumnya (Singarimbun dan Effendi, 1995 :5). Tujuan dari *Explanatory Research* adalah untuk menguji dan menjelaskan hubungan dari masing – masing variabel melalui pengujian hipotesis.

Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori tertentu dengan dengan cara meneliti hubungan antara variabel (Noor, 2011:38). Penelitian kuantitatif digunakan untuk menjawab rumusan masalah dengan menggunakan konsep dan teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Penelitian ini akan memberikan penjelasan tentang hubungan kausal antara variabel independen Pengetahuan (X_1), Kesadaran Lingkungan (X_2), Kesadaran Kesehatan (X_3), dan Sikap (Y) makanan organik sebagai variabel dependen.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan di UB *sport center*, lapangan rampal, taman singha Merjosari dan *car free day* Jl. Ijen, Kota Malang, Jawa Timur. Kuesioner dibagikan kepada responden yang telah selesai dalam melakukan latihan fisik (berlari, bersepeda, *fitness*). Adapun alasan

pemilihan lokasi tersebut yakni diketahui bahwa orang – orang yang sadar akan kesehatan akan melakukan dua hal yakni memperhatikan makanan yang dimakan dan melakukan aktivitas fisik, oleh karena itu lokasi yang dipilih peneliti dapat mempermudah peneliti untuk menemukan responden yang tepat.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Konsep adalah definisi yang dipergunakan oleh para peneliti untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial ekonomi (Margono, 2007:144). Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep pengetahuan (X_1), kesadaran lingkungan (X_2), kesadaran kesehatan (X_3), dan Sikap (Y) konsumen makanan organik.

2. Variabel

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran Lingkungan, Kesadaran Kesehatan terhadap Sikap Pembelian (Survei pada Konsumen Makanan Organik di Kota Malang)” yang memiliki empat variabel dalam penelitian ini. Variabel penelitian merupakan suatu atribut seseorang, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006:32). Variabel yang digunakan peneliti sebagai berikut :

a. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)

- 1) Pengetahuan (X_1)
- 2) Kesadaran Lingkungan (X_2)
- 3) Kesadaran Kesehatan (X_3)

b. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)

1) Sikap Konsumen (Y)

3. Definisi Operasional

Menurut Nazir (2014:10) definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau memberikan spesifikasi kegiatan atau memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut. Berikut definisi operasional dalam penelitian ini.

a. Variabel Independen (Variabel bebas) yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1) Pengetahuan

Menurut (Magistris dan Gracia : 2008, Chan & Lau : 2000) Pengetahuan organik didefinisikan sebagai kemampuan konsumen dalam mengidentifikasi sejumlah konsep berkaitan dengan produk organik melalui informasi yang dimiliki, yang memiliki 4 indikator sebagai berikut :

- a) *Self report* pengetahuan makanan organik
- b) Memahami pengertian makanan organik
- c) Memiliki informasi yang cukup tentang makanan organik,
- d) Memahami tanda atau ciri makanan organik

2) Kesadaran Lingkungan

Kesadaran lingkungan merupakan bagian dari sebuah kesadaran sosial yang didalamnya memiliki sistem yang kompleks dari nilai dan sikap (Dembkowski dan Lloyd,1994). Kesadaran akan lingkungan dapat mendukung konsumen

dalam menentukan sikap konsumen dalam pembelian makanan organik.

Mengetahui mengenai kondisi lingkungan dan memakai produk yang ramah

lingkungan untuk menciptakan lingkungan yang sehat dan berkelanjutan,

kesadaran lingkungan diukur menggunakan 4 indikator sebagai berikut :

- a) Menggunakan produk ramah lingkungan
- b) Mengelompokkan sampah sesuai jenisnya sebelum dibuang.
- c) Melakukan sesuatu untuk lingkungan
- d) Melindungi dan melestarikan lingkungan.

3) Kesadaran Kesehatan

Menurut Michaelidou dan Hassan (2008) kesadaran kesehatan merupakan suatu kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan termotivasi dalam menjaga atau mempertahankan kesehatan guna meningkatkan kualitas hidup dengan menerapkan pola hidup sehat. Kesadaran kesehatan mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu untuk kesehatannya salah satunya dengan mempertimbangkan makanan yang akan dikonsumsi, untuk mencapai pola hidup sehat. Menurut Michaelidou dan Hassan (2008) terdapat 4 indikator mengenai kesadaran kesehatan yakni sebagai berikut:

- a) Kepedulian akan kesehatan
- b) Perhatian yang tinggi bahwa asupan makanan mempengaruhi kesehatan
- c) Penghargaan pada makanan yang sehat
- d) Usaha dalam memilih makanan yang sehat

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat) yang terdapat pada penelitian ini adalah:

1) Sikap konsumen (Y)

Sikap pada makanan organik yaitu perasaan atau evaluasi yang umum tentang membeli makanan organik berdasarkan keyakinan membeli makanan organik (Wijaya, 2014) . Sikap konsumen terhadap makanan organik dapat mendukung mereka dalam menentukan pembelian sebuah produk makanan organik. Menurut Suprpto dan Wijaya (2012) sikap konsumen terhadap makanan organik memiliki beberapa indikator yaitu:

- a) Kesehatan, yaitu sikap konsumen yang memperhatikan kesehatan makanan yang akan dikonsumsi, makanan yang sehat adalah yang berguna bagi tubuh manusia, dalam hal ini makanan sehat tersebut merupakan makanan organik.
- b) Keamanan, yaitu makanan yang aman untuk dikonsumsi jangka panjang.
- c) Kealamian, yaitu makanan yang tidak mengandung zat kimia yang dapat membahayakan tubuh.
- d) Kesegaran dan respon negatif, yaitu tidak tahan lama atau gangguan serangga.

Tabel 2 Variabel, Indikator dan Item

No	Variabel	Indikator	Item	sumber
1	Pengetahuan (X ₁)	Memahami pengertian makanan organik	<ol style="list-style-type: none"> Memahami definisi makanan organik Mengetahui bahwa makanan organik merupakan produk yang bebas dari bahan kimia 	Magistris & Gracia, 2008 Wijaya (2014)
		<i>Self Report pengetahuan makanan organik</i>	<ol style="list-style-type: none"> Saya memiliki ketertarikan mempelajari tentang makanan organik. Saya sering mencari informasi tentang makanan organik 	
		Memiliki informasi yang cukup tentang makanan organik	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki informasi yang cukup mengenai makanan organik Makanan organik memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. 	
		Memahami tanda atau ciri makanan organik	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui ciri makanan organik Mengetahui makanan organik dari kemasannya 	
2.	Kesadaran Lingkungan (X ₂)	Melindungi dan melestarikan lingkungan.	<ol style="list-style-type: none"> Kelestarian lingkungan sangat penting Memikirkan keberlangsungan lingkungan hidup. 	Wu Shan-Kun, Huang-Die dan Teng-Man-Yi (2013)
		Melakukan sesuatu untuk lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> Memikirkan cara untuk melindungi lingkungan Bertanggungjawab atas kelestarian lingkungan 	
		Mengelompokkan sampah sesuai jenisnya sebelum dibuang.	<ol style="list-style-type: none"> Saya mengelompokkan sampah sesuai jenisnya sebelum dibuang. Saya yakin dengan mengelompokkan sampah akan memudahkan proses pengolahan. 	

Lanjutan Tabel 2

No	Variabel	Indikator	Item	Sumber
3	Kesadaran Kesehatan (X₃)	Menggunakan produk ramah lingkungan	1. Lebih memilih produk yang ramah lingkungan 2. Mengerti makanan organik merupakan produk yang ramah lingkungan.	Michaelidou dan Hassan (2008) Wijaya (2014)
		Kepedulian akan kesehatan	1. Kesehatan sangat penting dalam hidup 2. Sadar akan kesehatan	
		Usaha dalam memilih makanan yang sehat	1. Bersedia mengkonsumsi makanan sehat 2. Berusaha mengkonsumsi makanan sehat sesering mungkin.	
		Perhatian yang tinggi bahwa asupan makanan mempengaruhi kesehatan	1. Memperhatikan kandungan gizi yang ada dalam makanan 2. Yakin bahwa asupan makanan yang baik akan mempengaruhi kesehatan.	
4	Sikap (Y)	Penghargaan pada makanan sehat	1. Menghargai tersedianya makanan sehat di pasaran. 2. Bersedia membayar lebih untuk membeli makanan sehat	Suprpto dan Wijaya (2012)
		Kesehatan	1. Mengonsumsi makanan organik akan berdampak baik bagi kesehatan. 2. Makanan organik lebih sehat dibandingkan makanana non-organik	
		Keamanan	1. Makanan organik aman untuk dikonsumsi setiap hari 2. Makanan organik tidak memiliki dampak negatif apabila dikonsumsi	
		Kealamian	1. Makanan organik tidak mengandung bahan kimia berbahaya apabila dikonsumsi	

Lanjutan Tabel 2

No	Variabel	Indikator	Item	Sumber
		Kealamian	2. Makanan organik di proses secara alami	
		Kesegaran dan respon negatif	1. Makanan organik lebih cepat rusak/busuk karena tidak mengandung bahan kimia.	
			2. Makanan organik tidak tahan lama apabila dibandingkan dengan makanan organik.	

Sumber : Data diolah penulis (2019)

4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran instrumen adalah menentukan satuan yang diperoleh, sekaligus jenis data atau tingkat data, apakah data tersebut berjenis nominal, ordinal, interval, maupun rasio. Skala pengukuran yang dipilih dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *Likert* yang menggunakan interval 1-5.

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, Sugiyono (2006).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin diteliti oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Malang yang mengetahui tentang makanan organik dan pernah mengkonsumsi makanan organik. Makanan organik yang dikonsumsi adalah sayur dan buah organik.

- a. Responden yang berdomisili di Kota Malang, Semakin Meningkatnya kesadaran masyarakat di Kota Malang akan kesehatan, munculnya



berbagai macam penyakit yang diakibatkan oleh pola hidup yang tidak sehat membuat masyarakat mulai belajar dan mencari tahu penyebab munculnya penyakit tersebut dengan berkonsultasi dengan yang ahli atau sekedar browsing di Internet (agromedia.com)

b. Responden yang mengetahui dan pernah mengonsumsi makanan organik. makanan organik yang pernah dikonsumsi berupa makanan jenis sayur dan buah.

c. Responden yang memiliki usia ≥ 18 tahun

Di usia 18-19 tahun dianggap telah dapat menentukan pilihan secara rasional (Sumarwan, 2004). Oleh karena itu, responden menentukan umur tersebut sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan usia minimal dalam pengisian kuesioner.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009: 116) Sampel merupakan bagian dan karakteristik dari populasi tersebut. *Purposive sampling* digunakan peneliti sebagai teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2017:85) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 170 responden. 170 responden disebar ntuk mengisi kuesioner karena jumlah tersebut sudah memenuhi syarat perhitungan sampel yang telah dilakukan. Semakin banyak jumlah sampel yang digunakan lebih mempresentatiskan atau mewakili populasi, sehingga ketika jumlah responden semakin banyak hasilnya lebih mampu mempresentasikan kondisi yang sesungguhnya. Jumlah sampel melebihi

jumlah minimal dari perhitungan dikarenakan untuk menghindari kemungkinan data yang bias. Dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka dari itu untuk menentukan jumlah sampel, rumus Machin dan Chambell (1987 : 89) digunakan dalam penelitian ini.

a. Rumus Iterasi Tahap Pertama

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right)$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up')^2} + 3$$

b. Rumus Iterasi tahap kedua

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

$$n = \frac{Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta}^2}{Up'^2}$$

c. Rumus Iterasi tahap ketiga

$$U^3p = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right) + 3 \frac{p}{2(n-1)}$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U^3p)^2} + 3$$

Keterangan :

Up = Standardized normal random variable corresponding to particular value



of the correlation coefficient p .

Up' = Initial estimate to Up .

n = Ukuran sampel.

$Z_{1-\alpha}$ = Nilai yang diperoleh dari table distribusi normal yang baku dengan alpha yang ditentukan.

$Z_{1-\beta}$ = Koefisien korelasi terkecil yang diharapkan bisa dideteksi secara signifikan.

p = Perkiraan harga koefisien korelasi.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Melihat pengertian *purposive sampling* bahwa penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Pertimbangan yang dipilih dalam pengambilan sampel penelitian ini sebagai berikut.

- d. Responden yang berdomisili di Kota Malang, pertanyaan domisili responden ditanyakan sebelum kuesioner diberikan.
- e. Responden yang mengetahui dan pernah mengonsumsi makanan organik, makanan organik seperti sayur dan buah.
- f. Responden yang memiliki usia ≥ 18 tahun

Di usia 18-19 tahun dianggap telah dapat menentukan pilihan secara rasional (Sumarwan, 2004). Oleh karena itu, responden menentukan umur tersebut sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan usia minimal dalam pengisian kuesioner.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan dari penelitian secara langsung dari obyeknya (Sekaran, 2006). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh menggunakan kuisioner tertutup dan terbuka.

Dalam kuisioner tertutup responden memilih alternatif jawaban yang sudah tersedia, dan tidak diberi kesempatan dalam menjawab diluar jawaban yang disediakan (Nasir, 2003).

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, misalnya sumber data yang didapatkan dari pihak lain, internet, dokumen dan sebagainya (Sugiyono 2009 :193). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari internet, buku, dan karya ilmiah lainnya.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan melalui metode survei dengan pengambilan data kuesioner. Kuisisioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan secara tertulis untuk mendapatkan tanggapan responden yang terpilih (Sugiyono, 2006 :135).

3. Instrumen Penelitian

Untuk mengukur nilai variabel yang di teliti, digunakan instrumen penelitian (Sugiyono, 2006). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner diukur dengan pertanyaan yang disusun sesuai indikator dan variabel yang telah ditentukan. Kuisisioner disebar kepada masyarakat berdomisili di Kota Malang yang pernah mengkonsumsi makanan

organik berupa sayur dan buah dan berusia ≤ 18 tahun. Setiap instrumen digunakan sebagai alat ukur dan harus mempunyai skala. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Dalam skala *Likert* ditentukan lima indikator oleh penulis sebagai berikut :

1. SS : Sangat Setuju skor 5
2. S : Setuju skor 4
3. R : Ragu – ragu skor 3
4. TS : Tidak Setuju skor 2
5. STS : Sangat Tidak Setuju skor 1

F. Uji Validitas dn Uji Reabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Gay (1983) dalam buku Metodologi penelitian Pendidikan suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang valid merupakan data yang sesuai antara data di lapangan dan data yang diberikan oleh peneliti. Uji validitas dibutuhkan agar tidak ada manipulasi data yang dilakukan oleh peneliti. Untuk mengukur valid tidaknya instrumen penelitian, dapat digunakan rumus korelasi *Person Product Moment* berikut ini :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum x \sum y}{\sqrt{((n \sum x^2 - (\sum x^2)) (n \sum Y^2 - (\sum Y^2)))}}$$

Keterangan :

r = Nilai korelasi

n = Jumlah responden

X = Skor pertanyaan ke-n

Y = Skor total

$XY = \text{Skor pertanyaan ke-n dikalikan skor total}$

- a. Kriteria yang digunakan dalam pengujian validitas ini adalah perbandingan angka hasil pengujian (R hitung) dengan angka tabel (R tabel) sebagai dasar dalam pengambilan keputusan valid atau tidak item yang digunakan dalam instrumen penelitian. Apabila R hitung $>$ R tabel, maka item tersebut dinyatakan valid, apabila R hitung $<$ R tabel maka item tersebut dinyatakan tidak valid.
- b. Nilai signifikansi dalam penelitian sebesar 0,05, jika signifikansi probabilitasnya $\alpha < 0.05$ maka item dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan (Sugiharto dan Situnjak, 2006). Data dikatakan reliabel jika dua atau lebih peneliti menunjukkan hasil data yang sama dalam objek yang sama. Suatu angket yang dikatakan reliabel jika jawaban yang didapat oleh peneliti konsisten. Dalam menguji reliabilitas dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{K_r}{1 + (K - 1)r}$$

Keterangan :

α = Reliabilitas / Koefisien (Kendala Instrumen)

K = Jumlah item pertanyaan

r = Koefisien Korelasi *Product Moment*

dalam instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai koefisien korelasi $\geq 0,6$, namun jika $\alpha = 0,6$ dapat dikatakan reliabel dan sebaliknya.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Variabel penelitian	Item variabel	Koefisien korelasi	R tabel	sig	Keterangan
Pengetahuan (X ₁)	X1,1	0,602	0,150	0,000	Valid
	X1,2	0,480	0,150	0,000	Valid
	X1,3	0,583	0,150	0,000	Valid
	X1,4	0,688	0,150	0,000	Valid
	X1,5	0,746	0,150	0,000	Valid
	X1,6	0,590	0,150	0,000	Valid
	X1,7	0,631	0,150	0,000	Valid
	X1,8	0,496	0,150	0,000	Valid
Kesadaran Lingkungan (X ₂)	X2,1	0,364	0,150	0,000	Valid
	X2,2	0,706	0,150	0,000	Valid
	X2,3	0,739	0,150	0,000	Valid
	X2,4	0,696	0,150	0,000	Valid
	X2,5	0,686	0,150	0,000	Valid
	X2,6	0,567	0,150	0,000	Valid
	X2,7	0,672	0,150	0,000	Valid
	X2,8	0,624	0,150	0,000	Valid
Kesadaran kesehatan (X ₃)	X3,1	0,469	0,150	0,000	Valid
	X3,2	0,626	0,150	0,000	Valid
	X3,3	0,709	0,150	0,000	Valid
	X3,4	0,751	0,150	0,000	Valid
	X3,5	0,621	0,150	0,000	Valid
	X3,6	0,512	0,150	0,000	Valid
	X3,7	0,459	0,150	0,000	Valid
	X3,8	0,600	0,150	0,000	Valid
Sikap (X ₄)	X4,1	0,618	0,150	0,000	Valid
	X4,2	0,731	0,150	0,000	Valid
	X4,3	0,773	0,150	0,000	Valid
	X4,4	0,738	0,150	0,000	Valid
	X4,5	0,732	0,150	0,000	Valid
	X4,6	0,650	0,150	0,000	Valid
	X4,7	0,644	0,150	0,000	Valid
	X4,8	0,598	0,150	0,000	Valid

Sumber : data diolah penulis (2019)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan melalui *spss*, didapatkan hasil seperti data diatas. Untuk menentukan data valid atau tidak maka dapat dilakukan perbandingan anantara r hitung dengan r tabel, r tabel pada data diatas menunjukkan bahwa r tabel $0,150 < r$ hitung maka data dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah item	Cronbach' Aplha	Keterangan
Pengetahuan	8	0,745	Reliabel
Kesadaran lingkungan	8	0,756	Reliabel
Kesadaran kesehatan	8	0,744	Reliabel
Sikap	8	0,768	Reliabel

Sumber : data diolah penulis (2019)

Berdasarkan hasil dari pengujian reliabilitas yang telah dilakukan , didapatkan hasil seperti tabel 4 diatas. Untuk menentukan bahwa data reliabel atau tidak maka dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi $\geq 0,6$. Maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian reliabel.

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Menurut Ferdinand (2002) Analisis deskriptif merupakan analisis data dengan cara mengubah data mentah menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Adapun menurut Sugiyono (2009 : 206) analisis deskriptif bertujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan hasil temuan dari data yang dikumpulkan tanpa menguji signifikansi karena tidak bertujuan untuk generalisasi populasi.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linier Berganda digunakan jika variabel yang digunakan dalam penelitian berupa hubungan sebab akibat atau kausal. Pada umumnya, persamaan regresi untuk tiga prediktor dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Sikap Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien kemiringan regresi

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Kesadaran Lingkungan

X₃ = Kesadaran Kesehatan

H. Uji Hipotesis

1. Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji pengaruh parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel bebas secara individu dengan variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan koefisien parsial dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Keterangan :

t = Nilai t

Sb = *Standar error of the true regression coefficient*

b = Koefisien regresi linier

2. Uji Pengaruh Simultan atau bersama – sama (Uji F)

Untuk menguji hipotesis digunakan uji pengaruh. Dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis yang dipaparkan sebagai berikut :

$$F = \frac{\frac{R^2}{(k-1)}}{\frac{1-R^2}{(n-k-1)}}$$

- Keterangan :
- F = F Hitung
 - R² = Hasil Hitungan R²
 - K = Jumlah variabel bebas
 - n = Jumlah jurnal



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Keadaan Geografis

Secara geografis Kota Malang terletak pada 112,06 – 112,07 bujur timur dan 7,06 – 8,02 lintang selatan. Kota Malang memiliki luas sebesar 11.006 ha atau 110,06 km². Kota Malang merupakan Kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya. Kota Malang terletak di tengah wilayah administrasi Kabupaten Malang yang berbatasan dengan wilayah administrasi sebagai berikut :

- a. Sebelah utara : berbatasan dengan wilayah Kecamatan Singosari dan Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.
- b. Sebelah barat : berbatasan dengan wilayah Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang.
- c. Sebelah Selatan : berbatasan langsung dengan wilayah Kecamatan Tajinan dan Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang.
- d. Sebelah Timur : berbatasan langsung dengan wilayah Pakis dan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.

Pembagian wilayah Kota Malang sendiri terbagi menjadi lima kecamatan dengan jumlah kelurahan sebanyak 57 kelurahan, 544 Rukun Warga (RW), dan 4.072 Rukun Tetangga (RT). Berikut data pembagian wilayah Kota Malang.

Kecamatan Blimbing : 11 Kelurahan, 125 RW dan 914 RT

Kecamatan Kedungkandang : 12 Kelurahan, 114 RW dan 848 RT

Kecamatan Lowokwaru : 12 Kelurahan, 120 RW dan 764 RT

Kecamatan Klojen : 11 Kelurahan, 89 RW dan 675 RT

Kecamatan Sukun : 11 Kelurahan, 90 RW dan 836 RT

Kota Malang terletak pada daerah yang cukup tinggi jika dilihat dari aspek topografi, yaitu 440 sampai 667 meter di atas permukaan laut. Berdasarkan ketinggian tersebut membuat iklim Kota Malang cukup sejuk, dengan rata-rata suhu berkisar antara 22,2 C sampai 24,5 C, sedangkan suhu maksimum mencapai 32,3 C dan suhu minimum mencapai 17,8C.

2. Keadaan Demografis

Dari data yang dihimpun Badan Pusat Statistik Kota Malang pada tahun 2011 hingga tahun 2019, menggambarkan bahwa pertumbuhan penduduk Kota Malang terus meningkat. Pada tahun 2011 penduduk Kota Malang menurut kecamatan dan jenis kelamin mencapai 828.491 jiwa dan pada tahun 2019 menginjak hingga 870.682 jiwa. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa selama rentang tahun 2011 hingga 2019 penduduk Kota Malang bertambah sebanyak 42.191 jiwa. Terus meningkatnya penduduk Kota Malang disebabkan berbagai alasan seperti banyaknya pendatang dari luar daerah yang mencari kerja dan naiknya angka kelahiran. Selain itu Kota Malang juga menyandang gelar Kota pendidikan karena terdapat beberapa universitas ternama, sehingga Kota Malang masuk kedalam Kota yang memiliki penduduk tertinggi kedua setelah Surabaya di wilayah Jawa Timur.

B. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada masyarakat yang berdomisili di Kota Malang yang mengetahui dan pernah mengkonsumsi

makanan organik jenis sayur dan buah. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah responden yang berumur minimal 18 tahun dengan jumlah responden sebanyak 170 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, profesi dan pendapatan. Gambaran dari karakteristik responden dapat dilihat tabel berikut :

a. Jenis kelamin

Berdasarkan data pada tabel 5 menggambarkan bahwa jumlah responden wanita lebih banyak dibandingkan dengan pria. Responden pria berjumlah 65 orang (38,2%) dan wanita sebanyak 105 orang (61,8%). Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN			
		Frekuensi	Persen(%)
Valid	Pria	65	38,2
	Wanita	105	61,8
	Total	170	100,0

Sumber : Data diolah penulis (2019).

b. Usia responden

Data pada tabel 6 dapat diketahui bahwa rata – rata responden berusia antara 18-30 tahun berjumlah sebanyak 143 orang (84,1%), responden berusia 31-45 tahun sebanyak 20 orang (11,8%), dan responden berusia 45-60 tahun sebanyak 7 orang (4,1%) . Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

USIA			
		Frekuensi	Persen(%)
Valid	18-30	143	84,1
	31-45	20	11,8
	46-60	7	4,1
	Total	170	100,0

Sumber : Data diolah Penulis (2019)

C. Pendidikan terakhir responden

Data yang tertera pada tabel 7 menggambarkan bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir SD dan SMP sebanyak 2 orang dengan presentase sebesar 1,2%, SMA/Sederajat berjumlah 113 orang dengan presentase sebesar 68,8%, Diploma 14 orang dengan presentase 8,2% dan sarjana sebanyak 39 orang dengan presentase sebesar 22,9%. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

PENDIDIKAN			
		Frekuensi	Persen(%)
Valid	SD	2	1,2
	SMP	2	1,2
	SMA/Sederajat	113	66,5
	Diploma	14	8,2
	Sarjana	39	22,9
	Total	170	100,0

Sumber : data diolah penulis (2019)

D. Profesi

Dari data pada tabel 8 berdasarkan profesi responden menggambarkan bahwa jumlah responden yang memiliki profesi sebagai mahasiswa/pelajar sebanyak 97 orang dengan presentase sebesar 57,1%, pegawai swasta 25 orang dengan presentase sebesar 14,7%, pekerja wiraswasta 18 orang dengan presentase sebesar 10,6%, terdapat 12 orang sebagai ibu rumah tangga dengan presentase sebesar 7,1%, pegawai negeri 9 orang dengan presentase 5,3%, pekerja dengan profesi lain – lain sebanyak 5 orang atau sama dengan 2,9% dan guru,konsultan,peternak,TNI masing – asing sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 6%.

Tabel 8. Frekuensi Responden Berdasarkan Profesi

PROFESI		Frekuensi	Persen %
Valid	Guru	1	0,6
	Ibu Rumah Tangga	12	7,1
	Konsultan	1	0,6
	Pegawai Negeri	9	5,3
	Pegawai Swasta	25	14,7
	Pelajar/Mahasiswa	97	57,1
	Peternak	1	0,6
	TNI	1	0,6
	Wiraswasta	18	10,6
	Yang lain	5	2,9
	Total	170	100,0

Sumber : data diolah penulis (2019)

E. Pendapatan

Berdasarkan data pada tabel 9 dapat diketahui bahwa responden yang berpendapatan $\leq 1.000.000$ sebanyak 78 Orang dengan presentase sebesar 45,9%, responden berpenghasilan 1.000.001-3.000.000 sebanyak 75 orang dengan presentase 44,1%, responden yang memiliki pendapatan 3.000.001-5.000.000 sebanyak 15 orang dengan presentase sebesar 8,8%, dan $\geq 5.000.000$ sebanyak 2 orang dengan presentase 1,2%, Data tersebut dapat dilihat pada tabel 9 dibawah

Tabel 9. Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan

PENDAPATAN		Frequency	Persen%
Valid	$\leq 1.000.000$	78	45,9
	1000.001 – 3000.000	75	44,1
	3.000.001 – 5.000.000	15	8,8
	$\geq 5.000.000$	2	1,2
Total	170	100,0	

Sumber : Data diolah Penulis (2019)

F. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis data statistik deskriptif merupakan teknik statistik untuk menganalisis data baik dengan cara mendeskripsikan maupun menggambarkan data yang telah dikumpulkan dengan seadanya tanpa bermaksud untuk membuat sebuah kesimpulan yang diperuntukkan untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2006 : 142) . Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi tentang karakteristik variabel yang dipilih dalam penelitian ini. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel pengetahuan (X_1), kesadaran lingkungan (X_2) dan kesadaran kesehatan (X_3), sebagai variabel independen dan variabel sikap konsumen (Y) sebagai variabel independen.

Setelah data di tabulasikan kedalam tabel oleh peneliti, kemudian dicari *mean score* dari setiap item kuesioner yang telah dibagikan responden. Untuk mengetahui *mean score* pada setiap item kuesioner maka harus ditentukan panjang interval kelas. Panjang interval kelas dapat ditentukan dengan formula sebagai berikut :

$$R = X_n - X_1$$

$$C = R / K$$

$$C = \frac{5 - 1}{5} \\ = 0,8$$

Keterangan :

C = perkiraan kelas interval

K = banyaknya kelas

X_1 = nilai skor tertinggi

X_n = nilai skor terendah

Kriteria Interpretasi rata – rata skor dari jawaban dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10. Kriteria Intrepretasi rata – rata skor

No	Nilai Skor	Intrepretasi
1	1,00 - 1,80	Sangat Rendah
2	1,81 - 2,60	Rendah
3	2,61 - 3, 40	Sedang
4	3,41 - 4,20	Tinggi
5	4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : data diolah penulis (2019)

a. Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan (X₁)

Pada variabel Pengetahuan terdapat 4 indikator yang terdiri dari 8 item pertanyaan yang diberikan kepada responden. Berikut hasil jawaban dari responden

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan

Item	SS (5)		S (4)		R (3)		TS (2)		STS (1)		Mean Score	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Item	Ind
X1.1.1	29	17,1	117	68,2	23	13,5	1	0,6	0	0	4,02	4,15
X1.1.2	67	39,4	87	51,2	13	7,6	3	1,8	0	0	4,28	
X.1.2.1	27	15,9	106	62,4	33	19,4	4	2,4	0	0	3,91	3,60
X.1.2.2	19	11,2	47	27,6	73	42,9	29	17,1	2	1,2	3,30	
X.1.3.1	6	3,5	72	42,4	75	44,1	17	10,0	0	0	3,39	3,92
X.1.3.2	86	50,6	77	45,3	6	3,5	1	0,6	0	0	4,45	
X.1.4.1	16	9,4	79	46,5	67	39,4	8	4,7	0	0	3,60	3,54
X.1.4.2	18	10,6	66	38,8	68	40,0	17	10,0	1	0,6	3,48	
Grand mean score											3,80	

Sumber : Data diolah Penulis (2019)

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

R : Ragu – Ragu

TS : Tidak setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

- X1.1.1: Saya mengerti definisi makanan organik
 X1.1.2: Saya Mengetahui bahwa makanan organik merupakan produk yang bebas dari bahan kimia
 X1.2.1: Saya memiliki ketertarikan untuk mempelajari tentang makanan organik
 X1.2.2: Saya sering mencari informasi tentang makanan organik
 X1.3.1: Saya memiliki informasi yang cukup mengenai makanan organik
 X1.3.2: Saya mengetahui makanan organik memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan Lingkungan
 X1.4.1: Saya mengerti ciri - ciri makanan organik
 X1.4.2: Saya mengetahui makanan organik dari kemasannya

$$\text{Rata - rata item} : \frac{(f \text{ item } x 1)+(f \text{ item } x 2)+(f \text{ item } x 3)+(f \text{ item } x 4)+(f \text{ item } x 5)}{\text{Jumlah } h \text{ responden}}$$

$$\text{Rata - rata Indikator} : \frac{\text{Total rata - rata item}}{\text{Total item}}$$

$$\text{Rata - rata Variabel} : \frac{\text{Total Rata - rata indikator}}{\text{Total Indikator}}$$

1. Indikator memahami pengertian makanan organik (X.1.1)

Pada item X.1.1.1 dengan pernyataan “saya mengerti definisi dari makanan organik” dapat diketahui sebanyak 29 orang responden (17,1%) menjawab Sangat setuju, 117 orang responden (68,2%) menjawab setuju, 23 orang responden (13,5%) menjawab ragu – ragu, 1 responden (6%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.1.1.1 sebesar 4,02 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang tinggi sehingga mendukung pernyataan saya mengerti definisi dari makanan organik.

Pada item X.1.1.2 dengan pernyataan “saya mengetahui bahwa makanan organik merupakan produk yang bebas dari bahan kimia” dapat diketahui bahwa sebanyak 67 orang responden (39,4%) menjawab sangat setuju, 87 orang responden (51,2%) menjawab setuju, 13 orang responden (7,6%) menjawab ragu – ragu, 3 orang responden (1,8%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.1.1.2 sebesar 4,28

yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan saya mengetahui bahwa makanan organik merupakan produk yang bebas dari bahan kimia.

Mean score indikator (X.1.1) “memahami pengertian makanan organik” sebesar 4,15 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X.1.1) mengenai memahami pengertian makanan organik yang terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen makanan organik didukung dengan memahami pengertian makanan organik.

2. Indikator *self report* pengetahuan makanan organik

Pada item X.1.2.1 dengan pernyataan “saya memiliki ketertarikan untuk mempelajari tentang makanan organik” 27 orang responden (15,9%) menjawab sangat setuju, 106 orang responden (62,4%) menjawab setuju, 33 orang responden (19,4%) menjawab ragu – ragu, 4 orang responden (2,4%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.1.2.1 yaitu sebesar 3,91, dengan demikian menunjukkan bahwa responden memberikan pernyataan dengan nilai yang tinggi dan mendukung pernyataan saya memiliki ketertarikan untuk mempelajari tentang makanan organik.

Item X.1.2.2 dengan pernyataan “saya sering mencari informasi mengenai makanan organik” 19 orang responden (11,2%) memberikan jawaban sangat setuju, 47 orang responden (27,6%) menjawab setuju, 73 orang responden (42,9%) menjawab ragu – ragu, 29 orang responden (17,1%) menjawab tidak setuju dan 2 orang responden (3,30%) menjawab sangat tidak setuju. *Mean score*

pada item X.1.2.2 yaitu sebesar 3,30 yang menunjukkan bahwa responden memberikan pernyataan dengan nilai sedang yang berarti responden mendukung pernyataan “saya sering mencari informasi mengenai makanan organik”.

Mean score indikator (X_{1.2}) “*self report* pengetahuan makanan organik” sebesar 3,60 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X_{1.2}) mengenai *self report* pengetahuan makanan organik yang terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen dapat didukung dengan melakukan *self report* pengetahuan makanan organik.

3. Indikator memiliki informasi yang cukup tentang makanan organik

Pada item X.1.3.1 dengan pernyataan “saya memiliki informasi yang cukup mengenai makanan organik” dapat diketahui sebanyak 6 orang responden (3,5%) menjawab Sangat setuju, 72 orang responden (42,4%) menjawab setuju, 75 orang responden (44,1%) menjawab ragu – ragu, 17 orang responden (10%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.1.3.1 sebesar 3,39 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang sedang sehingga mendukung pernyataan “saya memiliki informasi yang cukup mengenai makanan organik”.

Pada item X.1.3.2 dengan pernyataan “saya mengetahui makanan organik memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan lingkungan” dapat diketahui bahwa sebanyak 86 orang responden (50,6%) menjawab sangat setuju, 77 orang responden (45,3%) menjawab setuju, 6 orang responden (3,5%) menjawab ragu – ragu, 1 orang responden (6%) menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden

yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.1.3.2 sebesar 4,45 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya mengetahui mengetahui makanan organik memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan lingkungan”.

Mean score indikator (X.1.2) “memiliki informasi yang cukup tentang makanan organik” sebesar 3,92 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X.1.2) mengenai memiliki informasi yang cukup tentang makanan organik yang terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa dengan memiliki informasi yang cukup tentang makanan organik dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

4. Indikator memahami tanda atau ciri makanan organik

Pada item X.1.4.1 dengan pernyataan “saya mengerti ciri – ciri makanan organik, 16 orang responden (9,4%) menjawab sangat setuju, 79 orang responden (46,5%) menjawab setuju, 67 orang responden (39,4%) menjawab ragu – ragu, 8 orang responden (4,7%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.1.4.1 yaitu sebesar 3,60, dengan demikian menunjukkan bahwa responden memberikan pernyataan dengan nilai yang tinggi dan mendukung pernyataan “saya mengerti ciri – ciri makanan organik”.

Item X.1.4.2 dengan pernyataan “saya mengetahui makanan organik dari kemasannya” 18 orang responden (10,6%) memberikan jawaban sangat setuju, 66 orang responden (38,8%) menjawab setuju, 68 orang responden (40%) menjawab

ragu – ragu, 17 orang responden (10%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 orang responden (6%) menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item

X.1.4.2 yaitu sebesar 3,48 yang menunjukkan bahwa responden memberikan pernyataan dengan nilai tinggi yang berarti responden mendukung pernyataan “saya mengetahui makanan organik dari kemasannya”.

Mean score indikator (X_{1.4}) “memahami tanda atau ciri makanan organik” sebesar 3,54 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X_{1.4}) mengenai memahami tanda atau ciri makanan organik yang terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa dengan memahami tanda atau ciri makanan organik dapat mendukung sikap konsumen terhadap makanan organik.

Dari data yang telah disajikan, secara keseluruhan dari item variabel Pengetahuan (X₁) yang telah diajukan kepada responden dalam kuesioner menunjukkan tanggapan responden yang tergolong tinggi terhadap segala bentuk pernyataan tentang variabel Pengetahuan (X₁), dilihat dari *Grand mean score* sebesar 3,80. Dapat disimpulkan bahwa responden yang ada di Kota Malang dengan memiliki pengetahuan mengenai makanan organik dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

b. Distribusi Frekuensi Variabel Kesadaran Lingkungan (X₂)

Pada variabel kesadaran kesehatan (X₂), terdapat 4 indikator yang masing-masing indikator terdapat 2 item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel Kesadaran Lingkungan (X₂)

Item	SS (5)		S (4)		R (3)		TS (2)		STS (1)		Mean Score	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Item	Ind
X2.1.1	121	71,2	48	28,2	1	0,6	0	0	0	0	4,70	4,48
X2.1.2	62	36,5	92	54,1	16	9,4	0	0	0	0	4,27	
X.2.2.1	41	24,1	96	56,5	31	18,2	2	1,2	0	0	4,03	4,07
X.2.2.2	47	27,6	99	58,2	23	13,5	1	6	0	0	4,12	
X.2.3.1	30	17,6	56	32,9	65	38,2	16	9,4	3	1,8	3,55	3,92
X.2.3.2	64	37,6	93	54,7	13	7,6	0	0	0	0	4,30	
X.2.4.1	38	22,4	92	54,1	39	22,9	1	6	0	0	3,98	4,14
X.2.4.2	60	35,3	101	59,4	9	5,3	0	0	0	0	4,30	
Grand mean score											4,15	

Sumber : data diolah penulis (2019)

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

R : Ragu – Ragu

TS : Tidak setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

X2.1.1 : Menurut saya kelestarian lingkungan sangat penting

X2.1.2 : Saya sangat memikirkan keberlangsungan lingkungan

X2.2.1 : Saya memikirkan cara untuk melindungi lingkungan

X2.2.2 : Saya bertanggungjawab atas kelestarian lingkungan

X2.3.1 : Saya mengelompokkan sampah sesuai dengan jenisnya sebelum dibuang

X2.3.2 : Saya yakin dengan mengelompokkan sampah akan memudahkan proses pengelolaan

X2.4.1 : Saya lebih memilih produk yang ramah lingkungan

X2.4.2 : Saya mengerti makanan organik merupakan produk yang ramah lingkungan

X2.4.2 : Saya mengerti makanan organik merupakan produk yang ramah lingkungan

$$\text{Rata – rata item} : \frac{(f \text{ item } x 1)+(f \text{ item } x 2)+(f \text{ item } x 3)+(f \text{ item } x 4)+(f \text{ item } x 5)}{\text{Jumlah } h \text{ responden}}$$

$$\text{Rata – rata Indikator} : \frac{\text{Total rata – rata item}}{\text{Total item}}$$

$$\text{Rata – rata Variabel} : \frac{\text{Total Rata – rata indikator}}{\text{Total Indikator}}$$

1. Indikator melindungi dan melestarikan lingkungan ($X_{2.1}$)

Pada item X.2.1.1 dengan pernyataan “menurut saya kelestarian lingkungan sangat penting” dapat diketahui sebanyak 121 orang responden (71,2%) menjawab Sangat setuju, 48 orang responden (28,2%) menjawab setuju, 1 orang responden (6%) menjawab ragu – ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.2.1.1 sebesar 4,70 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “menurut saya kelestarian lingkungan sangat penting”.

Pada item X.2.1.2 dengan pernyataan “saya sangat memikirkan keberlangsungan lingkungan” dapat diketahui bahwa sebanyak 62 orang responden (36,5%) menjawab sangat setuju, 92 orang responden (54,1%) menjawab setuju, 16 orang responden (9,4%) menjawab ragu – ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.2.1.2 sebesar 4,27 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya sangat memikirkan keberlangsungan lingkungan”.

Mean score indikator ($X_{2.1}$) “melindungi dan melestarikan lingkungan” sebesar 4,48 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator ($X_{2.1}$) mengenai melindungi dan melestarikan lingkungan yang terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa dengan melindungi dan

melestarikan lingkungan memiliki dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

2. Indikator melakukan sesuatu untuk lingkungan (X_{2.2})

Pada item X.2.2.1 dengan pernyataan “saya memikirkan cara untuk melindungi lingkungan” dapat diketahui sebanyak 62 orang responden (36,5%) menjawab Sangat setuju, 92 orang responden (54,1%) menjawab setuju, 16 orang responden (9,4%) menjawab ragu – ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.2.2.1 sebesar 4,03 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya memikirkan cara untuk melindungi lingkungan”.

Pada item X.2.2.2 dengan pernyataan “saya bertanggung jawab atas kelestarian lingkungan” dapat diketahui bahwa sebanyak 41 orang responden (24,1%) menjawab sangat setuju, 99 orang responden (58,2%) menjawab setuju, 23 orang responden (13,5%) menjawab ragu – ragu, 1 orang responden (6%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.2.2.2 sebesar 4,12 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya bertanggung jawab atas kelestarian lingkungan”.

Mean score indikator (X_{2.2}) “melakukan sesuatu untuk lingkungan” sebesar 4,07 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X_{2.2}) mengenai melakukan sesuatu untuk lingkungan yang terdapat pada

kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan sesuatu untuk lingkungan dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

3. Indikator (X.2.3) mengelompokkan sampah sesuai jenisnya

Pada item X.2.3.1 dengan pernyataan “saya mengelompokkan sampah sesuai jenisnya sebelum dibuang” dapat diketahui sebanyak 30 orang responden (17,6%) menjawab Sangat setuju, 56 orang responden (32,9%) menjawab setuju, 65 orang responden (38,2%) menjawab ragu – ragu, 16 responden (9,4%) menjawab tidak setuju dan sebanyak 3 orang reponden (1,8%) yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.2.3.1 sebesar 3,55 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya mengelompokkan sampah sesuai jenisnya sebelum dibuang”.

Pada item X.2.3.2 dengan pernyataan “saya yakin dengan mengelompokkan sampah akan memudahkan proses pengelolaan” dapat diketahui bahwa sebanyak 64 orang responden (37,6%) menjawab sangat setuju, 93 orang responden (54,7%) menjawab setuju, 13 orang responden (7,6%) menjawab ragu – ragu, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.2.3.2 sebesar 4,30 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai sedang sehingga mendukung pernyataan “saya yakin dengan mengelompokkan sampah akan memudahkan proses pengelolaan”.

Mean score indikator (X.2.3) “mengelompokkan sampah sesuai jenisnya” sebesar 3,92 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X.2.3) mengenai mengelompokkan sampah sesuai jenisnya terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa dengan mengelompokkan sampah sesuai jenisnya dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

4. Indikator (X.2.4) menggunakan produk ramah lingkungan

Pada item X.2.4.1 dengan pernyataan “saya lebih memilih produk yang ramah lingkungan” dapat diketahui sebanyak 38 orang responden (22,4%) menjawab Sangat setuju, 92 orang responden (54,1%) menjawab setuju, 39 orang responden (22,9%) menjawab ragu – ragu, 1 orang responden (6%) menjawab tidak setuju, tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.2.4.1 sebesar 3,98 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang tinggi, sehingga mendukung pertanyaan “saya lebih memilih produk yang ramah lingkungan”.

Pada item X.2.4.2 dengan pernyataan “saya mengerti makanan organik merupakan produk yang ramah lingkungan” dapat diketahui bahwa sebanyak 60 orang responden (35,3%) menjawab sangat setuju, 101 orang responden (59,4%) menjawab setuju, 9 orang responden (5,3%) menjawab ragu – ragu, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.2.4.2 sebesar 4,30 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya mengerti makanan organik merupakan produk yang ramah lingkungan”.

Mean score indikator (X.2.4) “menggunakan produk ramah lingkungan” sebesar 4,14 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X.2.4) mengenai menggunakan produk ramah lingkungan yang terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan produk yang ramah lingkungan dapat mendukung sikap positif terhadap pembelian makanan organik.

Dari data yang telah disajikan, secara keseluruhan dari item variabel Kesadaran Lingkungan (X₂) yang telah diajukan kepada responden dalam kuesioner menunjukkan tanggapan responden yang tergolong tinggi terhadap segala bentuk pernyataan tentang variabel Kesadaran lingkungan (X₁), dilihat dari *Grand mean score* sebesar 4,15. Dapat disimpulkan bahwa dengan memiliki kesadaran akan lingkungan akan mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

Distribusi Frekuensi Variabel Kesadaran Kesehatan (X₃)

Pada variabel kesadaran kesehatan (X₂), terdapat 4 indikator yang masing – masing indikator terdapat 2 item pertanyaan diberikan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 13. tabel distribusi frekuensi variabel Kesadaran kesehatan (X₃)

Item	SS (5)		S (4)		R (3)		TS (2)		STS (1)		<i>Mean</i>	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Item	Ind
X3.1.1	149	87,6	20	11,8	1	0,6	0	0	0	0	4,87	4,63
X3.1.2	78	45,9	83	48,8	9	5,3	0	0	0	0	4,40	
X3.2.1	89	52,4	70	41,2	11	6,5	0	0	0	0	4,45	4,34
X3.2.2	67	39,4	78	45,9	23	13,5	2	1,2	0	0	4,23	
X3.3.1	31	18,2	85	50,0	47	27,6	7	4,1	0	0	3,82	4,24



X3.3.2	118	69,4	49	28,8	13	7,6	0	0	0	0	4,67	
X3.4.1	69	40,6	92	54,1	9	5,3	0	0	0	0	4,35	4,11
X3.4.2	32	18,8	92	54,1	39	22,9	6	3,5	1	0,6	3,87	
Grand mean score											4,33	

Sumber : data diolah penulis (2019)

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

R : Ragu – Ragu

TS : Tidak setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

X3.1.1 : Menurut saya kesehatan sangat penting dalam hidup

X3.1.2 : Saya sangat sadar akan kesehatan

X3.2.1 : Saya bersedia mengkonsumsi makanan sehat

X3.2.2 : Saya berusaha mengkonsumsi makanan sehat sesering mungkin

X3.3.1 : Saya sangat memperhatikan kandungan gizi yang ada dalam makanan

X3.3.2 : Saya yakin bahwa asupan makanan yang baik akan mempengaruhi kesehatan

X3.4.1 : Saya sangat menghargai tersedianya makanan sehat di pasaran

X3.4.2 : Saya bersedia membayar lebih untuk membeli makanan sehat

$$\text{Rata – rata item} : \frac{(f \text{ item } x 1)+(f \text{ item } x 2)+(f \text{ item } x 3)+(f \text{ item } x 4)+(f \text{ item } x 5)}{J \text{ jumlah } h \text{ responden}}$$

$$\text{Rata – rata Indikator} : \frac{\text{Total rata – rata item}}{\text{Total item}}$$

$$\text{Rata – rata Variabel} : \frac{\text{Total Rata – rata indikator}}{\text{Total Indikator}}$$

1. Indikator kepedulian akan kesehatan (X3.1)

Pada item X.3.1.1 dengan pernyataan “menurut saya kesehatan sangat penting dalam hidup” dapat diketahui sebanyak 149 orang responden (87,6%) menjawab Sangat setuju, 20 orang responden (11,8%) menjawab setuju, 1 orang responden (6%) menjawab ragu – ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.3.1.1 sebesar 4,87 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “menurut saya kesehatan sangat penting dalam hidup”.



Pada item X.3.1.2 dengan pernyataan “saya sangat sadar akan kesehatan” dapat diketahui bahwa sebanyak 78 orang responden (45,9%) menjawab sangat setuju, 83 orang responden (48,8%) menjawab setuju, 9 orang responden (5,3%) menjawab ragu – ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.3.1.2 sebesar 4,40 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya sangat sadar akan kesehatan”.

Mean score indikator (X.3.1) “kepedulian akan kesehatan” sebesar 4,63 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X.3.1) kepedulian akan kesehatan yang terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa dengan peduli akan kesehatan dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

2. Indikator usaha dalam memilih makanan yang sehat (X3.2)

Pada item X.3.2.1 dengan pernyataan “saya bersedia mengkonsumsi makanan sehat” dapat diketahui sebanyak 89 orang responden (52,4%) menjawab Sangat setuju, 70 orang responden (41,2%) menjawab setuju, 11 orang responden (6,5%) menjawab ragu – ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.3.2.1 sebesar 4,45 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya bersedia mengkonsumsi makanan sehat”.

Pada item X.3.2.2 dengan pernyataan “saya berusaha mengkonsumsi makanan sehat sesering mungkin” diketahui bahwa sebanyak 67 orang responden (39,4%) menjawab sangat setuju, 78 orang responden (45,9%) menjawab setuju, 23 orang responden (13,5%) menjawab ragu – ragu, 2 orang responden (1,2%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.3.2.2 sebesar 4,23 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya berusaha mengkonsumsi makanan sehat sesering mungkin”.

Mean score indikator (X_{3.2}) “usaha dalam memilih makanan yang sehat” sebesar 4,34 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X_{3.2}) mengenai usaha dalam memilih makanan yang sehat. Dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan usaha dalam memilih makanan yang sehat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

3. Indikator (X_{3.3}) perhatian yang tinggi bahwa asupan makanan mempengaruhi kesehatan

Pada item X.3.3.1 dengan pernyataan “saya sangat memperhatikan kandungan gizi yang ada dalam makanan” dapat diketahui sebanyak 31 orang responden (18,2%) menjawab Sangat setuju, 85 orang responden (50,0%) menjawab setuju, 47 orang responden (27,6%) menjawab ragu – ragu, 7 responden (4,1%) menjawab tidak setuju dan diketahui bahwa tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.3.3.1 sebesar 3,82 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan

nilai yang tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya sangat memperhatikan kandungan gizi yang ada dalam makanan”.

Pada item X.3.3.2 dengan pernyataan “saya yakin bahwa asupan makanan yang baik akan mempengaruhi kesehatan” diketahui bahwa sebanyak 118 orang responden (69,4%) menjawab sangat setuju, 49 orang responden (28,8%) menjawab setuju, 2 orang responden (1,2%) menjawab ragu – ragu, 1 orang responden (0,6%) menjawab tidak setuju dan diketahui tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.3.3.2 sebesar 4,67 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya yakin bahwa asupan makanan yang baik akan mempengaruhi kesehatan”.

Mean score indikator (X.3.3) “perhatian yang tinggi bahwa asupan makanan mempengaruhi kesehatan” sebesar 4,24 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X.3.3) mengenai perhatian yang tinggi bahwa asupan makanan mempengaruhi kesehatan yang terdapat pada kuesioner.

Dapat disimpulkan bahwa dengan perhatian yang tinggi bahwa asupan makanan mempengaruhi kesehatan dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

4. Indikator (X.3.4) penghargaan pada makanan sehat

Pada item X.3.4.1 dengan pernyataan “saya sangat menghargai tersediannya makanan sehat di pasaran” dapat diketahui sebanyak 69 orang responden (40,6%) menjawab Sangat setuju, 92 orang responden (54,1%) menjawab setuju, 9 orang

responden (5,3%) menjawab ragu – ragu, dan diketahui bahwa tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.3.4.1 sebesar 4,35 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya sangat menghargai tersediannya makanan sehat di pasaran”.

Pada item X.3.4.2 dengan pernyataan “saya bersedia membayar lebih untuk membeli makanan sehat” diketahui bahwa sebanyak 32 orang responden (18,8%) menjawab sangat setuju, 92 orang responden (54,1%) menjawab setuju, 39 orang responden (22,9%) menjawab ragu – ragu, 6 orang responden (3,5%) menjawab tidak setuju dan 1 orang responden (0,6%) menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.3.4.2 sebesar 3,87 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya bersedia membayar lebih untuk membeli makanan sehat”.

Mean score indikator (X.3.4) “penghargaan pada makanan sehat” sebesar 4,11 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X.3.4) mengenai penghargaan pada makanan sehat yang terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa dengan memberikan penghargaan pada makanan dapat mendukung sikap positif terhadap pembelian makanan organik.

Dari data yang telah disajikan, secara keseluruhan dari item variabel Kesadaran Kesehatan (X_3) yang telah diajukan kepada responden dalam kuesioner menunjukkan tanggapan responden yang tergolong tinggi terhadap segala bentuk pernyataan tentang variabel Kesadaran kesehatan (X_3), dilihat dari *Grand mean*

score sebesar 4,33. Dapat disimpulkan bahwa dengan memiliki kesadaran akan kesehatan akan makanan organik dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

c. Distribusi frekuensi variabel Sikap (Y₁)

Pada variabel Sikap Konsumen (Y₁), terdapat 4 indikator yang masing masing indikator terdapat 2 item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 14. Tabel distribusi frekuensi variabel sikap (Y)

Item	SS (5)		S (4)		R (3)		TS (2)		STS (1)		Mean Score	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Item	Ind
X _{4.1.1}	92	54,1	74	43,5	4	2,4	0	0	0	0	4,51	4,45
X _{4.1.2}	79	46,5	80	47,1	11	6,5	0	0	0	0	4,40	
X _{4.2.1}	75	44,1	77	45,3	18	10,6	0	0	0	0	4,33	4,13
X _{4.2.2}	43	25,3	77	45,3	46	27,1	4	2,4	0	0	3,93	
X _{4.3.1}	43	25,3	95	55,9	30	17,6	2	1,2	0	0	4,05	4,05
X _{4.3.2}	41	24,1	98	57,6	30	17,6	1	0,6	0	0	4,05	
X _{4.4.1}	63	37,1	82	48,2	25	14,7	0	0	0	0	4,22	4,16
X _{4.4.2}	52	30,6	86	50,6	29	17,1	3	1,8	0	0	4,10	
Grand mean score											4,19	

Sumber : Data diolah Penulis (2019)

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

R : Ragu – Ragu

TS : Tidak setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

X_{4.1.1} : Saya yakin bahwa mengkonsumsi makanan organik akan berdampak bagi kesehatan

X_{4.1.2} : Saya yakin bahwa makanan organik lebih sehat dibandingkan makanan non organik

X_{4.2.1} : Saya yakin makanan organik aman untuk dikonsumsi setiap hari

X_{4.2.2} : Saya yakin makanan organik tidak memiliki dampak negatif apabila dikonsumsi

X_{4.3.1} : Saya yakin makanan organik tidak mengandung bahan kimia berbahaya apabila



dikonsumsi

X4.3.2 : Saya yakin makanan organik diproses secara alami

X4.4.1 : Saya mengetahui makanan organik lebih cepat rusak karena tidak mengandung bahan kimia

X4.4.2 : Saya mengetahui makanan organik tidak tahan lama apabila dibandingkan dengan makanan organik.

Rata – rata item :
$$\frac{(f \text{ item } x 1)+(f \text{ item } x 2)+(f \text{ item } x 3)+(f \text{ item } x 4)+(f \text{ item } x 5)}{J \text{ jumlah } h \text{ responden}}$$

Rata – rata Indikator :
$$\frac{\text{Total rata – rata item}}{\text{Total item}}$$

Rata – rata Variabel :
$$\frac{\text{Total Rata – rata indikator}}{\text{Total Indikator}}$$

1. Indikator kesehatan (X4.1)

Pada item X.4.1.1 dengan pernyataan “saya yakin bahwa mengkonsumsi makanan organik akan berdampak baik bagi kesehatan” dapat diketahui sebanyak 92 orang responden (54,1%) menjawab sangat setuju, 74 orang responden (43,5%) menjawab setuju, 4 orang responden (2,4%) menjawab ragu – ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Mean score pada item X.4.1.1 sebesar 4,51 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya yakin bahwa mengkonsumsi makanan organik akan berdampak bagi kesehatan”.

Pada item X.4.1.2 dengan pernyataan “saya yakin bahwa makanan organik lebih sehat dibandingkan makanan non-organik” dapat diketahui bahwa sebanyak 79 orang responden (46,5%) menjawab sangat setuju, 80 orang responden (47,1%) menjawab setuju, 11 orang responden (6,5%) menjawab ragu – ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Mean score pada item X.4.1.2 sebesar 4,40 yang menunjukkan bahwa mayoritas

responden memberikan nilai sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan makanan organik lebih sehat dibandingkan makanan non-organik.

Mean score indikator (X_{4.1}) “kesehatan” sebesar 4,45 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X_{4.1}) kesehatan yang terdapat pada kuesioner. Dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen akan pembelian makanan organik terhadap pembelian didukung oleh faktor kesehatan.

Indikator usaha dalam memilih makanan yang sehat (X4.2)

Pada item X.4.2.1 dengan pernyataan “saya yakin makanan organik aman untuk dikonsumsi setiap hari” dapat diketahui sebanyak 75 orang responden (44,1%) menjawab Sangat setuju, 77 orang responden (45,3%) menjawab setuju, 18 orang responden (10,6%) menjawab ragu – ragu, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.4.2.1 sebesar 4,33 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya yakin makanan organik aman untuk dikonsumsi setiap hari”.

Pada item X.4.2.2 dengan pernyataan “saya yakin makanan organik tidak memiliki dampak negatif apabila dikonsumsi” diketahui bahwa sebanyak 43 orang responden (25,3%) menjawab sangat setuju, 77 orang responden (45,3%) menjawab setuju, 46 orang responden (27,1%) menjawab ragu – ragu, 4 orang responden (2,4%) menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.4.2.2 sebesar 3,93 yang

menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya yakin makanan organik tidak memiliki dampak negatif apabila dikonsumsi”.

Mean score indikator (X_{4.2}) mengenai “keamanan” sebesar 4,13 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X_{4.2}) mengenai keamanan makanan organik. Dapat disimpulkan bahwa dengan memperhatikan keamanan makanan organik dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian.

2. Indikator (X_{4.3}) Kealamian

Pada item X.4.3.1 dengan pernyataan “saya yakin makanan organik tidak mengandung bahan kimia berbahaya apabila dikonsumsi” dapat diketahui sebanyak 43 orang responden (25,3%) menjawab sangat setuju, 95 orang responden (55,9%) menjawab setuju, 30 orang responden (17,6%) menjawab ragu – ragu, 2 responden (1,2%) menjawab tidak setuju dan diketahui bahwa tidak ada responden yang menjawab menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.4.3.1 sebesar 4,05 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya yakin makanan organik tidak mengandung bahan kimia berbahaya apabila dikonsumsi”.

Pada item X.4.3.2 dengan pernyataan “saya yakin makanan organik diproses secara alami” diketahui bahwa sebanyak 41 orang responden (24,1%) menjawab sangat setuju, 98 orang responden (57,6%) menjawab setuju, 30 orang responden (17,6%) menjawab ragu – ragu, 1 orang responden (0,6%) menjawab tidak setuju dan diketahui tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Mean score pada item X.4.3.2 sebesar 4,05 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya yakin makanan organik diproses secara alami”.

Mean score indikator (X.4.3) mengenai “kealamian” sebesar 4,05 termasuk dalam kategori skor yang tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X.4.3) mengenai kealamian makanan organik yang mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

3. Indikator (X.4.4) Kesegaran

Pada item X.4.4.1 dengan pernyataan “saya mengetahui makanan organik lebih cepat rusak karena tidak mengandung bahan kimia” dapat diketahui sebanyak 63 orang responden (437,1%) menjawab Sangat setuju, 82 orang responden (48,2%) menjawab setuju, 25 orang responden (14,7%) menjawab ragu – ragu, dan diketahui bahwa tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.4.4.1 sebesar 4,22 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang sangat tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya mengetahui makanan organik lebih cepat rusak karena tidak mengandung bahan kimia”.

Pada item X.4.4.2 dengan pernyataan “saya mengetahui makanan organik tidak tahan lama apabila dibandingkan dengan makanan organik” diketahui bahwa sebanyak 52 orang responden (30,6%) menjawab sangat setuju, 86 orang responden (50,6%) menjawab setuju, 29 orang responden (17,1%) menjawab ragu – ragu, 3 orang resoponden (1,8%) menjawab tidak setuju dan tidak ada

responden yang menjawab sangat tidak setuju. *Mean score* pada item X.4.4.2 sebesar 4,10 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan nilai yang tinggi sehingga mendukung pernyataan “saya mengetahui makanan organik tidak tahan lama apabila dibandingkan dengan makanan organik”.

Mean score indikator (X.4.4) mengenai “kesegaran makanan organik” sebesar 4,16 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mendukung pernyataan – pernyataan pada indikator (X.4.4) mengenai penghargaan pada makanan sehat yang terdapat pada kuesioner.

Dapat disimpulkan bahwa dengan mengerti mengenai kesegaran makanan organik mendukung sikap konsumen dalam pembelian makanan organik.

Dari data yang telah disajikan, secara keseluruhan dari item variabel Sikap Konsumen (X₄) yang telah diajukan kepada responden dalam kuesioner menunjukkan tanggapan responden yang tergolong tinggi terhadap segala bentuk pernyataan tentang variabel Kesadaran kesehatan (X₄), dilihat dari *Grand mean score* sebesar 4,19. Dapat disimpulkan bahwa dengan memiliki pengetahuan, kesadaran akan lingkungan dan kesehatan akan makanan organik dapat mendukung sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Hasil Analisis Linier Berganda

Analisis Regresi digunakan peneliti untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen secara individual

(Sugiyono,2009 : 270). Variabel independen pada penelitian ini adalah

Pengetahuan (X₁), Kesadaran Lingkungan (X₂), Kesadaran Kesehatan (X₃),

dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah sikap (Y). *SPSS for windows*

2.4 digunakan dalam penelitian ini dan hasil dari Analisis Linier Berganda dapat dilihat pada tabel berikut .

Tabel 15. Hasil Analisis Linier Berganda

Variable		Koefisien				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.078	2.931		3.097	.002
	PENGETAHUAN	.283	.079	.265	3.583	.000
	KESADARAN LINGKUNGAN	.403	.088	.369	4.589	.000
	KESADARAN KESEHATAN	.072	.102	.059	.710	.479

Sumber : Data diolah penulis (2019)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan persamaan regresinya yaitu :

$$Y = 9,078 + 0,283X_1 + 0,403X_2 + 0,072X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas, dapat diketahui bahwa :

- Nilai Konstanta (a) sebesar 9,078 dapat diartikan apabila variabel pengetahuan, kesadaran lingkungan dan kesadaran kesehatan pada sikap konsumen dianggap 0, maka sikap konsumen akan sebesar 9,078
- Nilai koefisien beta pada variabel pengetahuan sebesar 0,283, yang artinya bahwa setiap perubahan variabel pengetahuan (X_1) sebesar satu satuan maka akan berakibat pada perubahan sikap konsumen sebesar 0,283 satuan, dengan asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan yang terjadi pada variabel pengetahuan akan meningkatkan sikap konsumen sebesar

0,283 satuan, dan sebaliknya penurunan satu satuan dalam variabel pengetahuan akan menurunkan sikap konsumen sebesar 0,283 satuan.

- c) Nilai koefisien beta pada variabel pengetahuan sebesar 0,403, yang artinya bahwa setiap perubahan variabel kesadaran lingkungan (X_2) sebesar satu satuan maka akan berakibat pada perubahan sikap konsumen sebesar 0,403 satuan, dengan asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan yang terjadi pada variabel kesadaran lingkungan akan meningkatkan sikap konsumen sebesar 0,403 satuan, dan sebaliknya penurunan satu satuan dalam variabel kesadaran lingkungan akan menurunkan sikap konsumen sebesar 0,403 satuan.
- d) Nilai koefisien beta pada variabel kesadaran kesehatan sebesar 0,072, yang artinya bahwa setiap perubahan variabel kesadaran kesehatan (X_3) sebesar satu satuan maka akan berakibat pada perubahan sikap konsumen sebesar 0,072 satuan, dengan asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan yang terjadi pada variabel kesadaran kesehatan akan meningkatkan sikap konsumen sebesar 0,072 satuan, dan sebaliknya penurunan satu satuan dalam variabel kesadaran kesehatan akan menurunkan sikap konsumen sebesar 0,072 satuan.

Dari hasil analisis linier berganda diatas, dapat diketahui bahwa Pengetahuan (X_1), Kesadaran Lingkungan (X_2), Kesadaran Kesehatan (X_3) meningkat, maka akan diikuti peningkatan sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik.

b. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen maka dilakukan uji Parsial (Uji T). Untuk mengetahui apakah ada pengaruh individu secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji T dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 15.

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak maka dapat dilihat dari signifikan $t \leq \text{sig } \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila $t \geq \text{sig } \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil uji T dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

a) Hasil uji t antara variabel pengetahuan (X_1) dengan variabel Sikap Konsumen (Y) menghasilkan nilai signifikan t sebesar 0.000. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa signifikan $t (0,000) \leq \alpha (0,05)$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Variabel Pengetahuan (X_1) terhadap variabel sikap konsumen (Y).

b) Hasil uji t antara variabel kesadaran lingkungan (X_2) dengan variabel Sikap Konsumen (Y) menghasilkan nilai signifikan t sebesar 0.000. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa signifikan $t (0,000) \leq \alpha (0,05)$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Variabel Kesadaran lingkungan (X_2) terhadap variabel sikap konsumen (Y).

c) Hasil uji t antara variabel kesadaran kesehatan (X_3) dengan variabel Sikap Konsumen (Y) menghasilkan nilai signifikan t sebesar 0.479. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa signifikan t ($0,479$) $\geq \alpha$ ($0,05$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Variabel kesadaran kesehatan (X_3) terhadap variabel sikap konsumen (Y).

2. Uji berganda (Uji F)

Untuk mengetahui apakah suatu variabel independen secara bersama – sama mempengaruhi variabel dependen dapat dilakukan melalui uji berganda (Uji F). Untuk melihat suatu hipotesis diterima atau ditolak dapat dilihat signifikan $F < sig \alpha$ ($\alpha = 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika $F > sig \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 16. hasil uji berganda (Uji F)

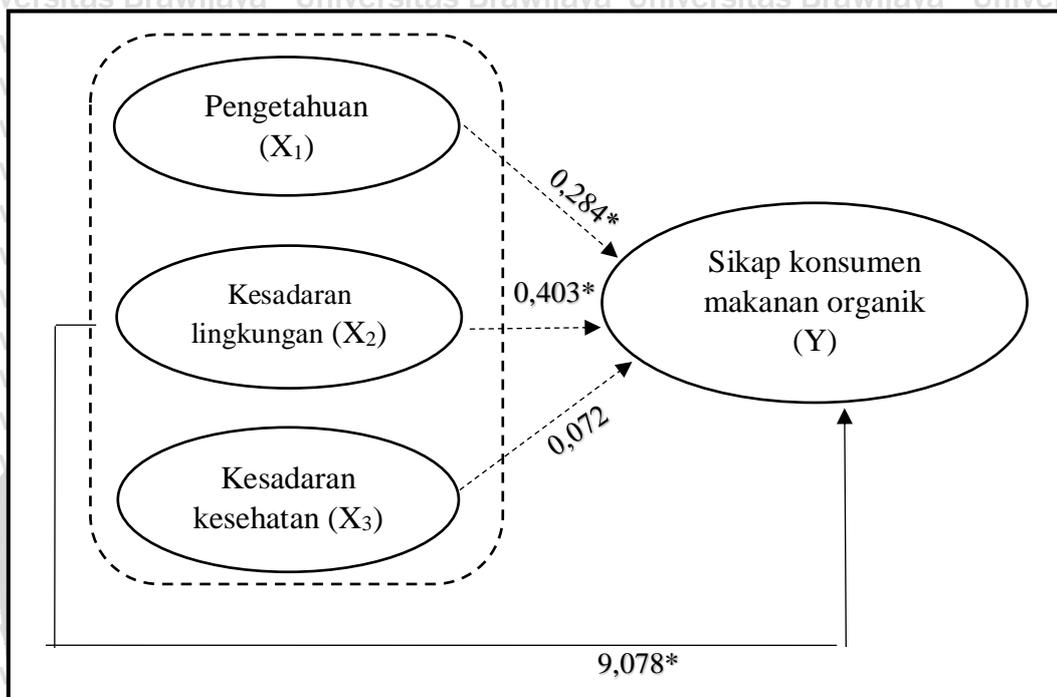
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	773.061	3	257.687	27.938	.000 ^b
Residual	1531.086	166	9.223		
Total	2304.147	169			

Sumber : data diolah penulis (2019)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai sig F sebesar 0,000. Karena nilai sig. F ($0,000$) $< \alpha$ ($0,05$) maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan (X_1),

kesadaran lingkungan (X_2) dan kesadaran kesehatan (X_3) mempunyai pengaruh secara bersama – sama yang signifikan terhadap variabel Sikap konsumen (Y)

3. Hasil Uji Hipotesis



Gambar 3. Hasil Hipotesis
 Sumber : diolah penulis (2019)

Keterangan
 (*) Berpengaruh secara signifikan.

4. Koefisien Determinasi (R_2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen yaitu pengetahuan (X_1), kesadaran lingkungan (X_2), dan kesadaran kesehatan terhadap variabel dependen yaitu Sikap Konsumen (Y). Hasil perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 17 sebagai berikut.

Tabel 17. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the
-------	---	----------	-------------------	-------------------

	Estimate
1	0,579 ^a
	0,336
	0,323
	3,03701

Sumber : data diolah penulis (2019)

Berdasarkan hasil pada tabel 17, menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan R Square sebesar 0,336. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X_1), kesadaran lingkungan (X_2), kesadaran kesehatan (X_3) memiliki kontribusi terhadap sikap konsumen dalam pembelian makanan organik.

5. Koefisien Korelasi

Untuk mengukur besarnya hubungan linier antara variabel independen pengetahuan (X_1), kesadaran lingkungan (X_2), dan kesadaran kesehatan (X_3) terhadap variabel dependen sikap konsumen (Y) digunakan koefisien korelasi.

Hasil perhitungan koefisien korelasi dapat dilihat melalui tabel 18. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,579 yang berada pada kategori 0,40 – 0,599. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang sedang. Dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat positif dengan tingkat hubungannya sedang, sehingga saat variabel pengetahuan (X_1), kesadaran lingkungan (X_2), kesadaran kesehatan (X_3) ditingkatkan maka variabel dependen yaitu Sikap Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan yang signifikan. Interpretasi koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 18. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interpretasi Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 100	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2009 : 231)

E. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh pengetahuan (X_1) terhadap sikap konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji analisis linier berganda dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan (X_1) mempengaruhi variabel sikap konsumen (Y). Dalam penelitian ini, variabel pengetahuan mengenai makanan organik memiliki empat indikator, yaitu memahami pengetahuan makanan organik, *self report* pengetahuan makanan organik, memiliki informasi yang cukup tentang makanan organik, dan memahami tanda atau ciri makanan organik. Rata – rata skor dari setiap indikator masuk kedalam kategori skor yang tinggi, adapun skor tertinggi terdapat pada indikator pertama, yaitu memahami pengetahuan makanan organik yang terdapat dua item pernyataan. Dari kedua item tersebut skor tertinggi terdapat pada item kedua yang menyatakan bahwa “saya mengetahui bahwa makanan organik bebas dari bahan kimia berbahaya”.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dengan mengetahui makanan organik bebas dari bahan kimia berbahaya dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap makanan organik. Pengetahuan makanan organik mencakup apa yang diketahui konsumen tentang makanan organik yang terdapat pada item pernyataan pada kuesioner. Adapun faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang menurut Sobur (2003) seperti umur, pendidikan, pekerjaan,

pengalaman, dan sumber informasi. Pengetahuan berperan penting dalam membentuk persepsi dan sikap konsumen terhadap makanan organik. Sesuai dengan hasil yang telah dipaparkan dapat diketahui bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen baik pengetahuan secara objektif maupun subjektif di Kota Malang mengenai makanan organik, maka semakin baik sikap konsumen terhadap makanan organik begitupula sebaliknya.

Sikap dibentuk dari sebuah kepercayaan dan evaluasi terhadap suatu perilaku. Keyakinan dan evaluasi didasarkan dari berbagai pertimbangan melalui pengetahuan yang dimiliki konsumen. Sikap seseorang cenderung berubah sesuai dengan perubahan tingkat pengetahuannya (Artsens *et al.*, 2009). Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Chrysochoidis, (2000); Padel dan Foster, (2005), Stobbelaar *et al.*, (2007) dalam Yang (2014) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen tentang makanan organik, maka dapat meningkatkan sikap positif mereka terhadap makanan organik. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yang, 2014; Singht *et al.*, 2017; Ruswanti *et al.*, 2019; dan Nguyen *et al.*, 2019).

2. Pengaruh kesadaran lingkungan (X2) terhadap sikap konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji analisis linier berganda dapat diketahui bahwa variabel kesadaran lingkungan (X2) mempengaruhi variabel sikap konsumen (Y) secara signifikan. Dalam penelitian ini, variabel kesadaran lingkungan memiliki empat indikator, yaitu melindungi dan melestarikan lingkungan, melakukan sesuatu untuk lingkungan, mengelompokkan sampah sesuai jenisnya sebelum

dibuang, dan menggunakan produk ramah lingkungan. Rata-rata skor dari setiap indikator masuk kedalam kategori skor tinggi, adapun skor tertinggi terdapat pada indikator pertama, yaitu melindungi dan melestarikan lingkungan yang terdapat dua item pernyataan. Dari kedua item tersebut skor tertinggi terdapat pada item pertama yang menyatakan bahwa kelestarian lingkungan sangat penting.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dengan menganggap bahwa kelestarian lingkungan sangat penting, maka dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang pro terhadap lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu perilaku pro lingkungan yang dapat diterapkan adalah dengan mengkonsumsi makanan organik. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa masyarakat Kota Malang memiliki kesadaran yang tinggi terhadap lingkungan, sehingga hal ini mendorong mereka dalam membentuk sikap yang positif terhadap makanan organik yang pada akhirnya memotivasi untuk mengkonsumsi atau membeli.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Aman *et al.*, (2012) bahwa kesadaran akan lingkungan dapat mendorong seseorang untuk memiliki sikap yang positif terhadap makanan organik. Dari teori yang dikemukakan oleh Vindigni *et al.*, 2002 ; Tarkianen dan Sundqvist, 2005 ; Chen, 2009 ; Kim dan Chung, 2011 menyatakan bahwa kesadaran lingkungan mempengaruhi sikap konsumen untuk membeli makanan organik. Hasil penelitian ini didukung banyak penelitian sebelumnya (Irianto, 2015 ; Basha, 2015 ; Nguyen *et al.*, 2019 ; Setiawati, 2018 ; Elles *et al.*, 2016) bahwa kesadaran akan lingkungan dapat berpengaruh terhadap pembentukan sikap positif konsumen yang akhirnya dapat

memotivasi melakukan pembelian makanan organik. Semakin bertambah tingkat kesadaran seseorang akan lingkungan akan semakin tinggi sikap positifnya terhadap makanan organik, karena makanan organik dihasilkan dari pertanian organik yang dapat menjaga kelestarian lingkungan dan berkelanjutan.

Dalam penelitian ini kesadaran lingkungan menjadi pengaruh tertinggi dalam memengaruhi pembentukan sikap konsumen terhadap makanan organik.

Namun, hasil ini tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mingyan

Yang (2014) yang menyatakan bahwa konsumen daging organik di Cina cenderung terlibat dalam masalah ramah lingkungan, namun hal tersebut tidak cukup bagi mereka untuk menentukan sikap positif terhadap makanan organik.

Konsumen di Cina berpendapat bahwa banyak metode lain yang dapat dilakukan untuk melindungi lingkungan sekitar.

3. Pengaruh kesadaran kesehatan (X_3) terhadap sikap konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji analisis linier berganda diketahui bahwa variabel kesadaran kesehatan (X_3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel sikap konsumen (Y). Dalam penelitian ini, variabel kesadaran kesehatan memiliki empat indikator, yaitu kepedulian akan kesehatan, usaha dalam memilih makanan yang sehat, perhatian yang tinggi bahwa asupan makanan mempengaruhi kesehatan, dan penghargaan pada makanan sehat. Rata – rata skor dari setiap indikator masuk kedalam kategori skor yang sangat tinggi, adapun skor tertinggi terdapat pada indikator pertama, yaitu kepedulian akan kesehatan, yang terdapat dua item pernyataan. Dari kedua item tersebut skor tertinggi terdapat pada item pertama yang menyatakan bahwa kesehatan sangat penting dalam

hidup. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan mengetahui kesehatan sangat penting maka dapat mendorong sikap positif terhadap makanan organik karena makanan organik merupakan makanan yang sehat, bebas dari bahan – bahan kimia berbahaya yang tidak baik bagi kesehatan.

Bagi konsumen makanan organik yang berada di Kota Malang kesadaran akan kesehatan tidak mempengaruhi sikap mereka terhadap makanan organik.

hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tarkiainen dan Sundqvist yang secara mengejutkan menemukan bahwa kesadaran kesehatan tidak relevan dalam memprediksi sikap konsumen terhadap pembelian makanan organik. Ada perbedaan hasil dilapangan dengan teori yang dikemukakan oleh Magnusson *et al.*, (2003) yang menyatakan bahwa konsumen yang sadar akan kesehatan akan menjadi peduli terhadap kandungan yang terdapat pada makanan yang akan menjadi kriteria dalam membeli produk makanan.

Dari hasil pertanyaan terbuka yang diisi oleh responden menyatakan bahwa *value* yang mereka dapatkan setelah makan makanan organik lebih mendorong mereka dalam mengkonsumsi makanan organik. Makanan organik memiliki dampak yang baik bagi kesehatan jika dikonsumsi secara rutin atau sering. Namun, Bagi konsumen yang jarang mengkonsumsi makanan organik akan beranggapan bahwa mengkonsumsi makanan organik tidak akan merubah sikap mereka terhadap pembelian karena tidak memiliki dampak apa – apa bagi kesehatan, sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan antara kesadaran kesehatan dengan sikap positif terhadap makanan organik.

4. Pengaruh pengetahuan (X_1) kesadaran lingkungan (X_2), dan kesadaran kesehatan (X_3) terhadap sikap pembelian makanan organik.

Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini, dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan, kesadaran lingkungan dan kesadaran kesehatan mempunyai pengaruh secara bersama – sama yang signifikan terhadap sikap konsumen. Berdasarkan hasil dalam penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pengetahuan, kesadaran lingkungan dan kesadaran kesehatan merupakan faktor yang menentukan sikap positif untuk membeli makanan organik. hal ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh (Vindigni *et al.*, 2002 ; Tarkiainen dan Sundqvist, 2005 ; chen , 2009 ; kim dan chung 2011) bahwa kesadaran kesehatan dan lingkungan merupakan faktor utama yang menjadi penentu sikap positif untuk membeli makanan organik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yang (2014) di Tiongkok faktor yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap makanan organik adalah kesadaran kesehatan, dan pengetahuan konsumen. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kesadaran mereka akan kesehatan, semakin banyak pengetahuan atau pengalaman yang mereka peroleh, lebih positif keyakinan individu mereka berkenaan dengan efek yang baik dari mengkonsumsi makanan organik, hasilnya sikap mereka lebih positif. Dapat diartikan bahwa semakin banyak informasi yang diketahui atau dimiliki mengenai makanan organik, maka akan semakin mengarah pada sikap positif mengenai makanan organik. Sikap mengacu pada sejauh mana individu memiliki evaluasi penilaian baik atau buruk tentang perilaku yang bersangkutan. Hal tersebut dapat menciptakan sikap yang positif terhadap suatu produk.

Ada lima faktor yang memotivasi dalam pembelian makanan organik yakni, faktor rasa, keamanan, kesehatan, lingkungan dan etika (McEachern dan McClean, 2002), oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kesadaran kesehatan dan lingkungan menjadi salah satu motivasi utama untuk mendorong sikap positif terhadap makanan organik. Dari uraian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan konsumen, semakin bertambahnya kesadaran mereka terhadap lingkungan dan kesehatan, maka akan mendorong timbulnya sikap positif terhadap makanan organik. Perbedaan perilaku konsumen dalam menentukan sikap terhadap makanan organik juga dipengaruhi oleh perbedaan gender dan usia.

Menurut Irianto (2015) wanita cenderung lebih memperhatikan kesehatan dan lingkungan. Begitupula dengan pengaruh usia, anak muda cenderung memperhatikan aspek kesehatan dan lingkungan, sedangkan orangtua hanya memperhatikan aspek kesehatan (Magnusson et al., ; 2011). Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat pada hasil penelitian ini, rata –rata konsumen makanan organik di Kota Malang merupakan kalangan anak muda dan lebih didominasi oleh wanita. Dengan tingkat pendidikan terakhir SMA atau yang sederajat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Pengetahuan berpengaruh signifikan, terhadap sikap konsumen makanan organik. hal ini sesuai dengan item dengan *mean* tertinggi yaitu “Saya mengetahui bahwa makanan organik memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan lingkungan” seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai manfaat makanan organik maka mereka akan memiliki sikap positif terhadap makanan organik, karena dengan mengkonsumsi makanan organik mereka akan mendapatkan manfaat yang baik.
2. Kesadaran Lingkungan berpengaruh signifikan, terhadap sikap konsumen makanan organik. Hal ini sesuai dengan *mean* item tertinggi yaitu “ menurut saya kelestarian sangat penting” seseorang yang beranggapan bahwa kelestarian sangat penting maka akan mendorong mereka untuk melakukan sesuatu yang pro lingkungan. dapat diketahui bahwa makanan organik merupakan makanan yang dihasilkan dari pertanian yang ramah lingkungan maka hal ini dapat mendukung sikap positif seseorang terhadap makanan organik.
3. Kesadaran Kesehatan tidak berpengaruh signifikan, terhadap sikap konsumen. Hal ini sesuai dengan *mean* item yaitu “menurut saya kesehatan sangat penting dalam hidup”. seseorang yang beranggapan bahwa kesehatan

sangat penting dalam hidup akan melakukan sesuatu untuk kesehatannya, yakni makan makanan yang bergizi dan berolahraga. Bagi mereka sayur dan buah merupakan makanan yang sehat tanpa harus melihat keorganikannya. Selain itu berlatih fisik merupakan kegiatan yang dapat dilakukan untuk menjaga kesehatan.

4. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel pengetahuan, kesadaran lingkungan, dan kesadaran kesehatan terhadap sikap konsumen, hal ini dibuktikan dari hasil pengujian f-test yang telah dilakukan. Dapat diketahui bahwa besar nilai f-test mendukung hipotesis bahwa pengetahuan, kesadaran lingkungan dan kesadaran kesehatan berpengaruh secara simultan sikap konsumen dalam pembelian makanan organik.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Saran Praktis

a. Bagi Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesadaran akan kesehatan perlu ditingkatkan lagi khususnya di Kota Malang, mereka sadar bahwa kesehatan merupakan hal yang penting, namun aksi nyata dari kesadaran mereka masih perlu untuk diterapkan mulai usia dini. Melihat bahwa makanan organik memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan, lahirnya berbagai macam penyakit berbahaya disebabkan oleh makanan yang kita makan, sehingga untuk menghindari kandungan berbahaya yang

masuk kedalam tubuh, perlu untuk menerapkan pola hidup sehat dengan sesering mungkin dalam mengkonsumsi makanan organik.

b. Bagi pemerintah

Kerjasama dengan berbagai lembaga, seperti lembaga kesehatan dengan membuat program tes kesehatan seperti tes darah untuk mengetahui residu berbahaya yang terkandung dalam tubuh, memberikan pelatihan dan mengkampanyekan kepada para petani untuk menuju pertanian organik dapat dilakukan, sehingga membuat pertanian organik semakin berkembang dan hasil makanan organik semakin melimpah. Dengan demikian, hal tersebut dapat memudahkan konsumen untuk mengkonsumsi makanan organik karena ketersediannya yang tidak hanya di supermarket atau restoran. Adapun yang perlu dilakukan oleh pemerintah adalah melakukan kegiatan kampanye yang mengedukasi terhadap masyarakat khususnya generasi muda untuk memulai mengkonsumsi makanan organik demi terciptanya kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan angka harapan hidup.

c. Bagi Pelaku Bisnis

Pelaku bisnis makanan organik harus memperluas pasarnya tidak hanya masuk kedalam pasar modern atau restoran. Banyak berbagai media yang dapat digunakan di era saat ini baik online maupun offline. Para pelaku bisnis makanan organik dapat menjualnya melalui sosial media, atau masuk kedalam komunitas sehat karena banyak masyarakat yang belum menyadari akan keberadaan makanan organik. Pelaku bisnis juga dapat membuat

inovasi baru seperti membuat olahan makanan organik yang siap untuk dikonsumsi seperti salad, jus buah atau sayur organik dan lain sebagainya.

2. Saran Akademis

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, oleh karenanya untuk penelitian serupa selanjutnya dapat mengembangkan beberapa aspek dari penelitian ini, seperti mengembangkan produk organik secara keseluruhan, karena dalam penelitian ini hanya membahas mengenai produk organik dalam bentuk makanan, sehingga makanan organik tidak dapat mewakili produk organik lainnya. Metode dapat dikembangkan dengan menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih luas, selain itu dalam penelitian ini peneliti tidak membahas pengaruh sikap yang seharusnya dapat ditambahkan variabel hingga keputusan pembelian, dan dapat ditambahkan variabel yang lebih banyak yang relevan untuk menambahkan hasil temuan seperti *value*, harga, dan niat beli. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas jangkauan lokasi penelitian dan memperbanyak jumlah sampel sehingga lebih mewakili populasi.

Daftar Pustaka

Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., & Huylenbroeck, G.V. 2009. Personal Determinants of Organic food Consumption : A Review. *British Food Journal*, 111(10), 1140-1167.

Alawiyah, Irma. 2013. *Pengetahuan, Sikap, dan Niat Beli Mahasiswa terhadap makanan Organik* : Pendekatan Theory Of Planned Behavior. Bogor

Andreason, Alan. 1995. *Marketing Social Change*. San Fransisco : Jossey-Bass.

Bashaa, M.B., dkk. 2015. Consumers Attitude Towards Organic Food. *Journal of Procedia Economics and Finance* . 31 : 444 – 452

Chen, Mei-Fiang (2009), Persepsi terhadap Makanan Organiks among Taiwanese as related to Health Consciousness, Environmental Concerns, and the mediating effects of a healthy lifestyle, *s*, Vol. 111 No. 2, pp 165-178

Cheng, H., Kotler, P., & Lee, N.R. (2011). *Social Marketing for Public Health*. Jones and Bartlett Publishers. Sudbury, Massachusetts.

Cicia G., Del Giudice T., Scarpa R. 2002. Consumers' perception of quality in organic food: a random utility model under preference heterogeneity and choice correlation from rank-ordering. *British Food Journal* 104(3/4/5), 200-213.

Coreil, J., Bryant, C. A., & Henderson, J.N. (with contribution from M.S. Forthofer & G.P. Quinn). 2001. *Social and behavioral foundations of public health*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Divine, R. L. & Lepisto, L. (2005). Analysis of the Healthy Lifestyle Consumer. *Journal of Consumer Marketing*, 22(5), 275-283

Elles, S.F. dan Sihombing, S.O. 2016. Determinan Niat Beli Makanan Organik : Sikap untuk membeli sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 6(3) :313-332

Fishbein, M., dan I. Ajzen, I. 1975. *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley.

Gupta, S. & Ogden, D.T. 2009. To buy or not to buy? A social dilemma perspective on green buying. *Journal of Consumer Marketing*. 26(6): 376-391

Gracia, A., & Magistris, T. d. 2007. Organic Food product purchase behaviour: a pilot study for urban consumers in the South of Italy. *Spanish Journal of Agricultural Research*, 5(4), 439-451.

Irianto, H. 2015. Consumers' Attitude and Intention Towards Organic Food Purchase: An Extension of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective. *International Journal of Management, Economics, and Social Sciences*, 4(1), 17-31.

Jager, W. 2000. *Modelling Consumer Behavior*, Groningen: University of Groningen

Jia, NX, Liu, HF, Wang, XP and Liu, Y. 2002. Discussion on the development of organic food, green food and hazard free food. *Journal of China Agricultural Resources and Regional Planning*. Vol. 23 No. 5 : 60-62.

Ju Lu K dan Fen Hsu H., 2006. Typhonium blumei extract inhibits proliferation of human lung adenocarcinoma A549 cells via induction of cell cycle arrest and apoptosis, *Journal of Ethnopharmacology*, 135 (2), 492–500.

Kardinan, A. 2016. Sistem Pertanian Organik. Malang : Intimedia

Kaynak, R., & Sevgi, E. 2014. *Effects of Personality, Environemntal and Health Consciousness on Understanding The Anti-Consumptional Attitudes*. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 771-776.

Kim dan Chung (2011), Consumer purchase intention for organic personal care products, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28 No. 1, pp 40–47

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Essex, England : Pearson Education Limited

_____ & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 1, Edisi ke duabelas. Jakarta: PT. Indeks.

_____ & Lee.N.R. (2008). *Social Marketing : Influencing behaviors for goods (3rd ed.)*. Tho usand Oaks, CA : Sage Publications.

_____ & Zaltman, G. (1971). Social Marketing : An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing* 35 (3), 3-12.

Ling,J.C.,Franklin, B.A.K., Lindsteadt, J.F.,& Gearson, S.A.N. 1992. Social Marketing : its place in public health. *Annual Review of Public Health*, 13, 341-362.

Machin, David & Michael Chambell. 1987. *Statistical Table for the Design of Clinical Trial*. Oxford London. Blackwell Scientific Publication.

Magnusson, MK, Arvola, A., Hursti, UKK, Åberg, L. and Sjöden, PO. 2001. Attitudes towards organic foods among Swedish consumers, *British food journal*, Vol. 103 No. 3 : 209-227

Margono. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.

Michaelidou, N., & Hassan, L. 2008. The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions Towards Organic Food. *International Journal of Consumer Studies*, 32, 163-170.

Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa : Lina Salim Jilid 1. Edisi Kelima. Jakrta. Erlangga.

Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor. : Ghalia Indonesia.

Nguyen, H.V. dkk. 2019. Organic Food Purchases in an Emerging Market: The Influence of Consumers' Personal Factors and Green Marketing Practices of Food Stores. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Vol 16(1037) : 1-17

Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana

Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.

Peter. J. Paul dan Jerry C.Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa : Diah Tantri Dwiandani. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta : Salemba Empat.

_____. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa : Diah Tantri Dwiandani. Jilid 2. Edisi Kesembilan. Jakarta : Salemba Empat.

Ruswanti, E. Dkk. 2019. Influence of Healthy Awareness, Organic knowledge, Safety Consumption, Attitude to the Organic Product. *Journal of Economic and Business*.

Saleki, Z. S., Seyedsaleki, S. M., & Rahimi, M. R. 2012. Organic Food Purchasing Behaviour in Iran. *International Journal of Business and Social Science*, 3(13), 278-285

Salleh, MM., SM. Ali, EH. Harun, MA. Jalil and MR. Shaharudin. 2010. Consumer's Perception and Purchase Intentions Toward Organic Food Product: Exploring Attitude Among Academician. *Canadian Social Science*. 6 (6) : 119 – 129

Schaffrin, A. 2011. No Measure Without Concept. A Critical Review on the Conceptualization and Measurement of Environmental Concern. *International Review of Social Research*, 1(3), 11-31.

Schifferstein H.N.J., Oude Ophuis P.A.M., 1998. Health-related determinants of organic food consumption in the Netherlands. *Food Qual Pref* 9(3), 119-133.

Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Jakarta : Salemba Empat.

Setiadi, Nugroho. J. 2003. *Perilaku Konsumen : Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta : Prenadamedia Group.

Setiawati, H. Dkk. 2018. Analysis on Intention of Purchasing Organic Foods by The Undergraduate Students of IPB Using The Theory of Planned Behavior Approach. *Journal of Management and agribusiness*. Vol 5(2) : 198-207.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Pustaka LP3ES

Singh, A dan Verma, P. Factors influencing Indian consumers' actual buying behaviour towards organic food products. *Journal of Cleaner Production*. Vol 167 : 473-483.

Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung : Pustaka Setia.

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung. Alfabet.

_____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabet.

Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. 2003. PT. Bumi Aksara : Jakarta.

Sumarwan U. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : PT Ghalia Indonesia.

Sutanto.R. 2002. *Pertanian Organik*. Yogyakarta : KANISIUS

Swasta Dharmmesta,Basu dan T. Hani Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran*.Yogyakarta : BPFE Yogyakarta

_____. 2005. Metode Penelitian Administrasi. Edisi ke 13. Bandung : ALFABETA.

Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective Norms, Attitudes and Intentions of Finnish Consumers in Buying Organic Food. *British Journal Food*, 107(11), 808-822.

Thøgersen, J. 2002. Direct experience and the strength of the personal norm behavior relationship. *Psychology & Marketing*. Vol. 19 No. 10 : 881-893.

Vindigni, G., Janssen, M.A. & Jager, W. (2002). Organic food consumption: A multi-theoretical framework of consumer decision making, *British Food Journal* , 104(8): 624-642.

Waskito, M. D. Ananto, Z, dan Rezza A. S.P. 2014. Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Yogyakarta. *Jurnal Pelita* Volume IX. No.1

Wandel, M. & Bugge, A. (1997). Environmental concern in consumer evaluation of food quality, *Food Quality & Preference* , 8(1): 19-26.

Yang, M. 2014. *Consumer Attitude and Purchase Intention towards Organic Food A quantitative study of China*. School of Business and Economics. Linnæus University.Sweden

Yin, S., Wu, L., Du, L. and Chen, M. .2010. Consumers' purchase intention of organic food in China. *Journal of the Science of Food and Agriculture*. Vol. 90 No.8 : 1361-1367

Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective Norms, Attitudes and Intentions of Finnish Consumers in Buying Organic Food. *British Journal Food*, 107(11), 808-822.

Internet

Ansori,Munib. 2016. “Indonesia Disebut Pangsa Pasar Terbesar Makanan Kemasan” diakses pada tanggal 5 Oktober 2019 dari <http://www.neraca.co.id/article/72577/indonesia-disebut-pangsapasar-ter-besar-makanan-kemasan>

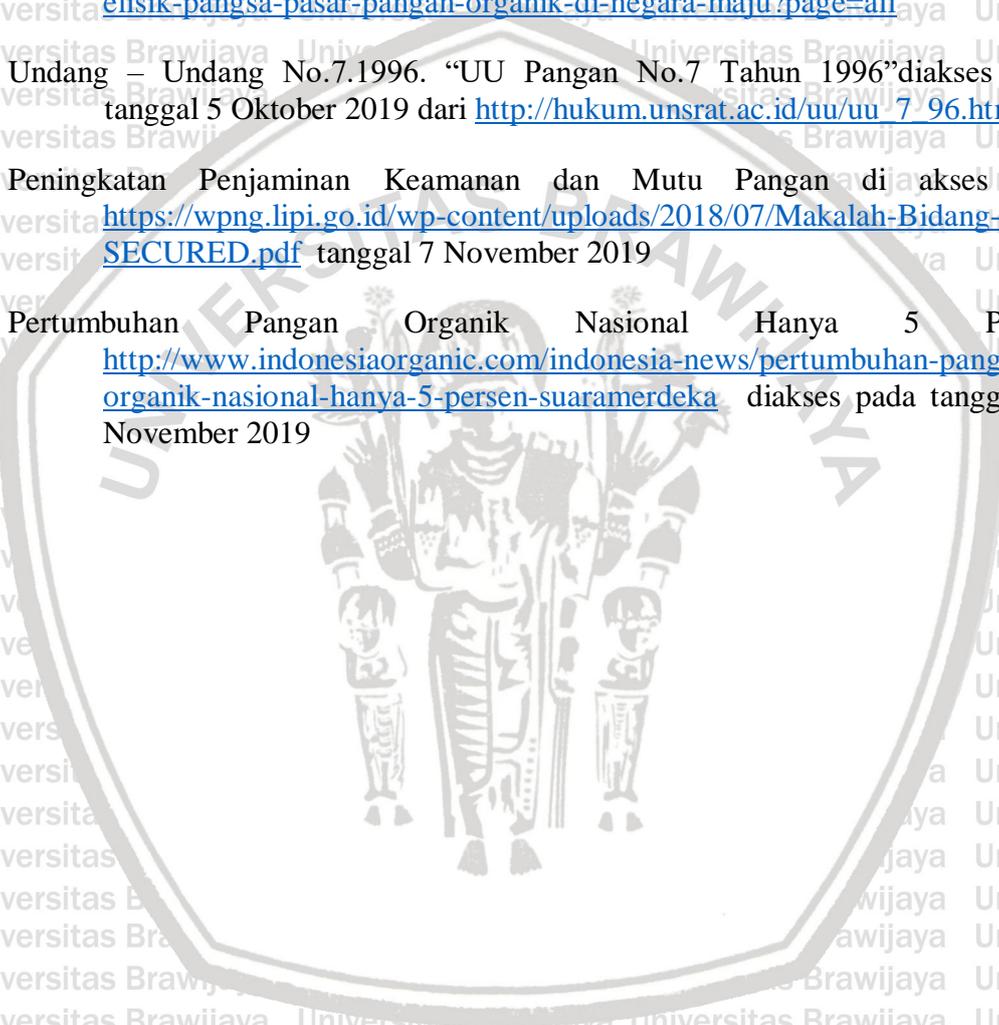
Angka Stunting Tertinggi Jatim di Kota Malang, Gubernur Khofifah Ingatkan Ini, 2019. <https://www.malangtimes.com/baca/43568/20190904/102000/angka-stunting-tertinggi-jatim-di-kota-malang-gubernur-khofifah-ingatkan-ini> (diakses pada tanggal 16 Oktober 2019)

Menelisik Pangsa Pasar Pangan Organik di Negara Maju. Diakses pada 7 Oktober 2019 dari <https://www.kompasiana.com/julkhaidar/5af02b9af133447e14685472/men-elisik-pangsa-pasar-pangan-organik-di-negara-maju?page=all>

Undang – Undang No.7.1996. “UU Pangan No.7 Tahun 1996” diakses pada tanggal 5 Oktober 2019 dari http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_7_96.html

Peningkatan Penjaminan Keamanan dan Mutu Pangan di akses dari <https://wpng.lipi.go.id/wp-content/uploads/2018/07/Makalah-Bidang-3-SECURED.pdf> tanggal 7 November 2019

Pertumbuhan Pangan Organik Nasional Hanya 5 Persen <http://www.indonesiaorganic.com/indonesia-news/pertumbuhan-pangan-organik-nasional-hanya-5-persen-suaramerdeka> diakses pada tanggal 10 November 2019



LAMPIRAN 1 Hasil Perhitungan Sampel

d. Perhitungan Iterasi Tahap Pertama

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right)$$

$$Up' = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right)$$

$$Up' = \frac{1}{2} \ln 1,8571$$

$$= 0,3095$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3095)^2} + 3$$

$$n = \frac{10,8241}{0,09957} + 3$$

$$= 113,1044 + 3$$

$$= 116,1044$$

e. Perhitungan Iterasi tahap kedua

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

$$= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) + \frac{0,30}{2(116-1)}$$

$$= \frac{1}{2} \ln 1,8571 + \frac{0,3}{230}$$

$$= 0,3095 + 0,0013$$

$$= 0,3108$$





$$n = \frac{Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta}^2}{Up^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3108)^2} + 3$$

$$n = \frac{10,8241}{0,0965} + 3$$

$$= 115,1668$$

f. Rumus Iterasi tahap ketiga

$$U^3p = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

$$U^3p = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) + \frac{0,30}{2(115-1)}$$

$$U^3p = \frac{1}{2} \ln 1,8571 + \frac{0,30}{228}$$

$$= 0,3095 + 0,0013$$

$$= 0,3108$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3108)^2} + 3$$

$$n = \frac{10,8241}{0,0965} + 3$$

$$= 115,1668$$

LAMPIRAN 2. Kuesioner Penelitian

Data Pribadi Responden

(Kuesioner ini diisi oleh responden sesuai kriteria yang telah ditetapkan peneliti yakni yang mengetahui dan pernah mengonsumsi makanan organik berupa sayur atau buah organik).

- 1. Nama Lengkap :
- 2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
- 3. Umur : Tahun
- 4. Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA/Sederajat D1/D2/D3
 S1 S2 S3 Yang lain:
- 4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai Negeri
 Pegawai Swasta
 Wiraswasta
 Ibu Rumah Tangga
 Yang lain:
- 5. Pendapatan : < 1.000.000
 1.000.000 – 3.000.000
 3.000.000 – 5.000.000
 > 5.000.000

Petunjuk pengisian Kuesioner :

- 1. Bacalah setiap pertanyaan dengan baik dan teliti.
- 2. Pilih salah satu jawaban yang paling tepat menurut saudara/saudari
 Yaitu dengan cara memberi tanda *check list* (√) pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan Jawaban Kuesioner :

- 1. Sangat Tidak Setuju (STS) bobot nilai = 1
- 2. Tidak Setuju (TS) bobot nilai = 2
- 3. Ragu-ragu (R) bobot nilai = 3
- 4. Setuju (S) bobot nilai = 4
- 5. Sangat Setuju (SS) bobot nilai = 5

Isilah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan pilihan anda :



Bagian 1 Kuesioner Mengenai Pengetahuan tentang Makanan Organik

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Saya mengerti definisi dari makanan organik					
2	Saya mengetahui bahwa makanan organik merupakan produk yang bebas dari bahan kimia					
3	Saya memiliki ketertarikan untuk mempelajari tentang makanan organik					
4	Saya sering mencari informasi tentang makanan organik					
5	Saya memiliki informasi yang cukup mengenai makanan organik					
6	Saya mengetahui makanan organik memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan lingkungan					
7	Saya mengerti ciri-ciri makanan organik					
8	Saya mengetahui makanan organik dari kemasannya					

Bagian 2 Kuesioner Mengenai Kesadaran Lingkungan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Menurut saya kelestarian lingkungan sangat penting					
2	Saya sangat memikirkan keberlangsungan lingkungan					
3	Saya memikirkan cara untuk melindungi lingkungan					
4	Saya bertanggungjawab atas kelestarian lingkungan					
5	Saya mengelompokkan sampah sesuai jenisnya sebelum dibuang					
6	Saya yakin dengan mengelompokkan sampah akan memudahkan proses pengelolaan					
7	Saya lebih memilih produk yang ramah lingkungan					
8	Saya mengerti makanan organik merupakan produk yang ramah lingkungan					

Bagian 3 Kuesioner Mengenai Kesadaran Kesehatan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Menurut saya, kesehatan sangat penting dalam hidup					
2	Saya sangat sadar akan kesehatan					



3	Saya bersedia mengkonsumsi makanan sehat				
4	Saya berusaha mengkonsumsi makanan sehat sesering mungkin				
5	Saya sangat memperhatikan kandungan gizi yang ada dalam makanan				
6	Saya yakin bahwa asupan makanan yang baik akan mempengaruhi kesehatan				
7	Saya sangat menghargai tersedianya makanan sehat di pasaran				
8	Saya bersedia membayar lebih untuk membeli makanan sehat				

Bagian 4 Kuesioner Mengenai Sikap terhadap Makanan Organik

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Saya yakin bahwa mengkonsumsi makanan organik akan berdampak baik bagi kesehatan					
2	Saya yakin bahwa makanan organik lebih sehat dibanding makanan non-organik					
3	Saya yakin makanan organik aman untuk dikonsumsi setiap hari					
4	Saya yakin makanan organik tidak memiliki dampak negatif apabila dikonsumsi					
5	Saya yakin makanan organik tidak mengandung bahan kimia berbahaya apabila dikonsumsi					
6	Saya yakin makanan organik diproses secara alami					
7	Saya mengetahui makanan organik lebih cepat rusak karena tidak mengandung bahan kimia					
8	Saya mengetahui makanan organik tidak tahan lama apabila dibandingkan dengan makanan non-organik					

Pertanyaan tambahan:

1. Apa yang memotivasi Anda untuk mengkonsumsi makanan organik?
2. Manfaat apa yang Anda rasakan setelah mengkonsumsi makanan organik?



35	4	5	4	3	3	5	4	3	31	5	5	4	4	4	3	3	4	5	32	5	5	4	4	4	5	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	5	4	4	4	4	3	3	31	5	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	4	3	4	5	4	4	34	5	5	5	5	4	5	4	4	37
37	4	5	4	3	4	5	4	3	32	5	5	3	4	3	3	4	4	3	29	5	4	4	5	4	5	3	4	34	3	3	3	2	2	3	3	4	23
38	4	4	4	3	3	4	4	3	29	5	5	4	3	4	3	4	3	4	30	5	3	4	4	3	5	5	4	33	5	4	5	4	4	4	4	4	34
39	4	5	4	4	4	5	4	4	34	5	5	5	5	4	4	4	5	5	37	5	5	5	5	5	5	4	4	38	4	4	5	5	4	4	4	4	34
40	4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	4	4	4	4	3	3	5	5	32	5	4	4	4	3	4	4	4	32	5	5	5	4	5	5	3	2	34
41	5	5	5	5	4	5	4	4	37	5	4	4	3	3	4	5	3	4	30	5	5	5	5	4	5	4	4	37	5	5	5	5	5	5	3	3	36
42	4	4	4	4	4	5	4	2	31	5	5	4	4	5	5	5	4	5	37	5	5	4	4	4	5	4	5	36	5	5	5	3	5	4	5	5	37
43	4	5	4	4	4	5	4	3	33	5	4	4	4	4	1	4	5	4	30	5	4	4	5	4	5	5	4	36	5	5	4	3	3	3	4	4	31
44	3	4	4	4	4	4	4	3	30	5	4	3	4	3	4	4	4	4	30	5	5	5	4	3	5	5	4	36	5	4	4	3	4	4	5	4	33
45	4	5	3	3	3	4	5	4	31	5	5	3	3	4	3	4	3	4	29	5	4	4	3	3	5	4	4	32	5	4	5	5	4	4	4	3	34
46	4	4	3	2	3	3	3	3	25	3	4	4	4	4	3	4	3	4	30	3	3	3	3	3	4	4	2	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	3	2	2	4	3	2	24	4	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	3	3	4	4	3	29	5	4	4	4	4	4	4	4	33
48	5	5	3	2	4	4	4	4	31	5	5	5	4	4	4	4	4	4	34	5	5	5	4	3	5	4	4	35	4	4	3	2	3	3	4	4	27
49	4	4	3	5	3	4	4	3	30	5	5	5	5	4	4	3	3	4	33	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	4	4	4	5	4	5	3	34
50	4	4	4	3	3	4	3	3	28	5	5	5	5	5	3	4	4	4	35	5	5	5	5	4	4	4	3	35	4	4	3	3	4	4	3	3	28
51	5	3	4	4	3	5	4	4	32	5	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	4	5	5	5	5	5	3	37	5	5	5	3	4	4	5	5	36
52	3	3	4	4	4	4	4	3	29	5	4	4	3	3	3	4	3	3	27	5	4	4	3	3	4	4	3	30	4	3	3	3	2	3	3	3	24
53	4	4	4	3	3	4	2	4	28	5	5	3	3	4	2	4	3	4	28	5	4	5	5	4	5	4	5	37	5	4	5	4	4	4	4	4	34
54	4	4	4	4	4	5	4	4	33	5	4	4	4	4	4	5	4	4	33	5	4	5	5	5	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	3	2	3	2	3	2	3	3	21	4	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4	5	5	5	5	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	3	4	3	4	30	5	4	5	4	5	2	4	1	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	4	3	4	2	4	5	4	5	31	5	5	3	3	4	2	4	3	5	29	5	4	4	5	4	5	4	4	35	5	5	5	4	4	4	5	5	37
58	4	4	4	3	4	5	2	4	30	5	5	3	3	4	2	4	3	4	28	5	4	4	4	4	5	4	4	34	4	4	4	4	4	5	5	5	35
59	4	3	4	4	4	4	3	2	28	5	5	4	4	3	3	4	4	4	31	5	4	3	3	4	4	4	4	31	4	4	3	3	3	4	4	4	29
60	4	4	4	3	3	5	3	5	31	5	5	4	4	5	4	5	4	5	36	5	4	4	4	5	5	4	4	35	5	5	5	4	4	4	5	5	37
61	4	4	4	2	3	5	3	4	29	5	5	3	3	4	2	4	4	5	30	5	4	4	4	5	5	4	4	35	5	5	5	5	4	4	5	5	38
62	4	5	4	2	3	5	4	4	31	5	5	5	3	4	4	5	4	5	35	5	5	5	5	4	5	4	4	37	5	5	5	4	5	5	5	5	39
63	4	5	4	4	3	5	4	4	33	5	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	4	5	5	4	5	5	5	38	5	5	5	4	5	4	4	5	37
64	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	4	4	4	4	5	5	4	35	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	4	4	4	4	4	34
65	4	5	4	4	3	5	4	3	32	5	5	4	4	4	4	4	5	4	34	5	5	5	5	4	5	4	4	37	4	4	5	4	4	4	3	3	31
66	3	3	4	3	3	3	3	3	25	5	5	5	5	5	3	5	3	4	35	5	5	5	5	3	5	3	3	34	4	4	3	3	4	4	3	3	28
67	4	4	3	2	2	5	4	3	27	5	5	4	4	4	3	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	3	5	33	5	5	4	4	4	4	5	5	36

68	4	5	5	3	3	4	4	2	30	5	5	4	4	5	3	4	4	4	33	5	4	5	4	4	4	5	3	34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	34
69	4	5	5	2	3	4	2	4	29	5	5	5	4	5	3	4	4	4	34	5	4	4	3	3	5	4	2	30	4	5	4	3	4	4	3	4	31	
70	4	4	4	3	3	4	4	4	30	5	5	5	4	4	4	3	4	4	33	5	4	4	4	4	4	5	4	34	4	4	4	5	5	5	4	4	35	
71	5	4	4	3	3	4	4	3	30	5	5	5	5	4	5	5	4	5	38	5	5	5	4	5	5	4	3	36	4	5	5	5	4	4	5	5	37	
72	4	5	5	5	4	4	4	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
73	3	5	3	3	2	5	5	4	30	5	3	4	2	2	4	4	4	4	27	5	5	5	4	4	5	4	4	36	3	4	5	4	4	3	4	3	30	
74	4	4	3	2	3	4	5	4	29	5	4	5	4	5	5	4	4	5	36	5	5	5	5	4	4	5	5	38	4	4	5	4	4	5	4	5	35	
75	4	4	3	3	3	4	3	3	27	4	4	4	4	3	4	4	3	3	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	3	4	3	4	3	28	
76	4	5	4	4	4	5	4	4	34	4	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	5	3	4	4	4	4	32	4	4	4	5	4	5	5	4	35	
77	3	4	4	2	2	5	3	2	25	5	5	4	4	4	2	5	5	4	33	5	4	4	4	2	5	4	4	32	4	4	4	3	4	3	4	4	30	
78	3	4	4	2	2	4	3	3	25	4	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	5	4	4	33	
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
80	4	4	4	3	3	4	3	4	29	5	4	4	4	4	3	4	3	4	30	5	4	4	4	2	4	5	4	32	5	5	5	4	5	4	5	5	38	
81	3	5	4	3	3	5	3	4	30	5	5	4	4	4	3	4	4	4	32	5	4	4	4	4	5	4	4	34	5	5	3	4	5	4	5	4	35	
82	4	4	4	2	2	3	4	2	25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	4	4	4	2	32	3	3	3	3	3	4	3	3	25	
83	4	5	4	5	4	3	3	3	31	5	5	4	3	3	1	5	4	5	30	5	5	5	3	3	3	3	4	31	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
84	4	2	2	2	3	4	3	4	24	4	5	4	4	4	3	5	4	3	32	4	4	5	4	4	5	4	4	34	4	4	3	3	3	3	4	4	28	
85	5	5	4	3	3	5	3	3	31	5	5	4	4	4	3	4	4	5	33	5	4	3	3	4	5	5	5	34	5	5	5	5	4	5	5	5	39	
86	4	3	4	4	3	5	3	3	29	5	5	4	4	5	2	4	3	4	31	5	5	5	4	4	4	5	3	35	4	4	4	4	4	3	4	3	30	
87	4	4	4	2	3	4	4	4	29	5	4	5	4	5	5	5	5	5	38	5	5	5	4	5	5	4	5	38	4	5	5	3	3	4	4	4	32	
88	4	4	4	4	3	4	4	2	29	5	4	4	4	4	3	4	3	4	30	5	4	4	4	3	4	3	2	29	4	4	4	3	3	4	3	3	28	
89	4	4	4	4	2	5	3	4	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	5	5	3	37	5	4	4	3	4	4	4	4	32		
90	4	5	4	3	3	4	3	3	29	5	5	4	3	4	4	4	3	5	32	5	3	4	4	3	5	4	4	32	4	4	4	4	5	5	4	4	34	
91	3	5	4	3	4	5	4	4	32	5	5	4	5	4	4	4	5	5	36	5	4	5	5	5	5	4	5	38	5	5	4	4	3	4	5	4	34	
92	4	5	4	3	3	5	4	3	31	5	5	4	3	3	3	4	4	4	30	5	4	4	4	3	4	4	4	32	5	5	5	5	5	4	4	4	37	
93	4	5	3	1	3	4	3	3	26	5	5	5	4	5	3	3	4	3	32	5	5	5	5	4	5	5	4	38	5	4	4	3	3	3	3	3	28	
94	4	5	4	3	4	5	5	4	34	5	5	4	4	5	5	5	3	5	36	5	4	4	2	3	5	5	3	31	5	5	5	4	4	4	5	4	36	
95	3	4	4	3	2	4	3	3	26	5	4	4	4	4	3	4	4	4	31	5	3	4	4	4	5	5	4	34	4	4	4	3	3	4	4	4	30	
96	5	4	4	3	4	5	5	3	33	5	5	5	4	4	3	5	4	4	34	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
97	5	4	4	5	4	5	4	4	35	5	5	4	5	4	4	5	4	5	36	5	4	4	5	4	5	4	5	36	5	4	5	4	5	4	5	4	36	
98	4	5	4	3	4	5	3	2	30	5	5	4	4	5	5	5	5	4	37	5	4	5	5	5	5	4	5	38	5	5	5	4	4	4	5	4	36	
99	4	5	4	3	4	5	2	3	30	5	5	3	3	4	2	4	3	5	29	5	4	5	5	4	5	4	4	36	5	5	4	4	4	4	5	5	36	
100	4	3	4	2	3	4	3	4	27	5	5	4	3	4	3	4	4	4	31	5	4	4	5	4	5	4	4	35	5	5	5	5	5	4	5	5	39	
101	4	5	3	4	3	5	4	4	32	5	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5	5	5	4	4	4	5	4	36	5	5	5	4	5	5	5	5	39	
102	4	4	4	4	4	5	4	4	33	5	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	4	4	5	5	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	

103	4	4	3	2	3	4	4	4	28	5	5	5	5	5	4	5	5	4	38	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	3	3	4	4	4	30	
104	4	5	4	3	4	5	4	5	34	5	5	3	3	4	2	4	4	4	29	5	5	4	4	4	5	3	4	34	5	5	5	5	4	4	5	5	38	
105	4	4	5	5	4	5	4	5	36	5	5	4	4	5	2	4	4	5	33	5	4	4	5	4	5	4	4	35	5	5	5	5	5	4	5	5	39	
106	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	4	5	4	4	4	34	4	4	3	3	4	4	4	3	29	4	4	4	5	4	5	4	4	34	
107	4	5	5	5	5	5	5	4	38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	4	4	38	4	5	5	5	5	5	5	5	39	
108	3	5	3	3	3	5	3	3	28	5	4	4	4	4	3	5	3	4	31	5	5	3	5	3	5	5	3	34	4	3	3	3	3	4	5	5	30	
109	5	5	5	5	5	5	5	3	38	5	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
110	4	4	4	3	3	4	3	2	27	4	4	4	4	4	3	3	3	4	29	4	4	3	3	3	3	4	3	27	3	3	3	3	3	4	4	4	27	
111	4	4	4	3	3	4	3	2	27	5	5	4	4	3	3	4	4	5	32	5	4	4	3	4	5	5	4	34	4	4	4	3	3	3	4	4	29	
112	5	5	4	4	4	5	5	4	36	5	5	4	4	4	5	5	5	5	37	5	4	5	5	4	5	4	4	36	5	5	5	4	4	4	4	4	35	
113	3	5	2	1	2	3	2	3	21	5	4	4	3	3	5	5	4	4	32	5	4	4	4	3	4	4	4	32	4	4	4	3	3	4	4	4	30	
114	4	4	4	3	3	4	3	3	28	5	5	4	4	4	3	4	4	4	32	5	4	4	4	4	5	5	4	35	5	4	4	4	4	3	4	3	31	
115	3	2	4	4	3	4	3	4	27	5	4	4	3	3	2	4	3	4	27	5	4	4	4	5	4	4	3	33	4	4	4	3	4	3	4	4	30	
116	4	3	2	4	4	5	4	4	30	5	5	5	3	4	2	4	3	4	30	5	3	4	4	2	5	5	3	31	5	5	3	2	3	4	5	5	32	
117	4	4	4	2	2	4	3	3	26	4	4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
118	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	4	5	4	5	4	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	4	4	4	4	5	5	36
119	5	4	3	4	4	5	4	2	31	5	4	5	4	4	4	5	4	5	35	5	5	4	4	4	5	3	3	33	4	3	4	4	4	5	5	4	33	
120	5	5	4	4	4	5	5	4	36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
121	4	4	4	2	2	4	3	3	26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
122	4	4	5	4	3	3	4	4	31	5	5	5	5	5	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
123	5	4	4	4	4	5	4	3	33	5	5	4	4	5	5	5	4	4	36	5	4	5	5	4	5	5	4	37	5	4	4	3	4	3	4	4	31	
124	4	4	3	3	3	5	4	4	30	5	4	3	4	3	4	4	3	4	29	5	4	4	5	3	4	5	2	32	4	4	4	3	4	3	5	4	31	
125	4	4	4	2	3	4	4	4	29	5	5	4	4	4	3	4	4	4	32	5	4	4	4	4	5	5	3	34	5	4	4	4	4	4	4	4	33	
126	5	5	4	3	4	5	4	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	3	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
127	4	5	4	4	4	5	4	4	34	5	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5	5	5	5	4	5	5	4	38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
128	4	4	5	3	4	5	4	3	32	5	5	5	4	4	3	4	4	4	33	5	4	4	4	4	5	5	4	35	5	4	4	4	4	4	3	3	31	
129	3	4	3	3	3	4	3	3	26	5	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	4	5	4	4	5	4	4	35	5	5	4	4	4	4	4	4	34	
130	4	4	4	3	4	5	4	3	31	5	5	4	3	4	3	4	3	4	30	5	5	5	5	4	5	5	3	37	4	4	4	4	4	4	4	5	4	33
131	4	5	4	3	4	5	3	3	31	5	5	5	4	5	3	4	4	4	34	5	5	5	5	5	5	4	3	37	4	4	4	4	4	4	4	5	5	34
132	4	4	3	2	3	4	2	3	25	5	5	3	3	3	3	4	3	4	28	5	4	4	3	2	5	4	3	30	4	4	4	3	3	4	4	4	30	
133	4	4	4	3	3	4	4	4	30	5	4	4	4	3	3	4	3	4	29	5	4	5	4	4	5	5	4	36	4	3	3	3	4	4	4	4	29	
134	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	4	4	5	5	4	37	5	5	5	5	4	5	5	4	38	
135	4	4	4	3	3	5	5	4	32	5	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	4	4	4	4	4	4	3	32	5	5	5	5	5	5	4	4	38	
136	4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	3	5	5	3	35	4	4	4	4	5	5	5	4	35	
137	4	4	4	4	4	4	3	2	29	4	4	3	4	3	3	3	4	4	28	4	4	4	4	3	4	4	3	30	4	4	4	3	4	3	4	4	30	

138	4	5	4	3	3	4	4	3	30	5	5	4	4	4	4	5	3	4	33	5	4	5	4	3	5	4	4	34	5	5	4	4	4	4	4	5	35
139	3	4	4	3	3	4	3	3	27	5	5	5	5	5	2	4	4	4	34	5	5	5	3	4	5	5	3	35	5	5	5	3	3	4	4	4	33
140	4	5	4	3	4	5	5	3	33	5	5	5	5	5	3	4	4	4	35	5	4	5	5	3	5	4	3	34	5	5	5	5	3	3	4	4	34
141	5	4	4	3	5	5	4	4	34	5	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	4	5	5	38
142	4	4	4	3	4	5	4	3	31	5	5	5	5	5	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5	5	4	5	4	4	3	2	32
143	4	4	4	3	4	5	4	3	31	5	5	5	4	4	5	5	4	4	36	5	5	5	4	4	5	5	5	38	5	4	4	4	4	3	3	4	31
144	4	4	4	3	3	4	3	5	30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	4	3	4	5	4	35	4	3	3	3	3	4	4	4	28
145	5	5	4	2	5	5	5	3	34	5	5	5	4	4	4	5	5	5	37	5	4	5	4	3	5	5	5	36	4	5	5	5	5	4	4	3	35
146	4	4	2	2	2	4	3	4	25	5	5	4	4	4	3	4	3	4	31	5	5	5	5	3	5	4	3	35	5	5	5	5	5	5	4	4	38
147	5	5	5	4	5	5	5	4	38	5	5	4	4	3	2	4	5	5	32	5	5	5	5	4	5	5	3	37	4	4	4	3	4	4	5	5	33
148	4	5	3	3	2	5	4	2	28	5	5	4	3	4	3	4	5	5	33	5	5	5	5	5	5	4	4	38	4	4	5	4	4	3	4	4	32
149	3	4	4	2	3	4	3	3	26	5	5	4	4	4	3	3	4	4	31	5	4	4	4	3	5	4	2	31	4	4	3	4	3	3	4	4	29
150	4	5	5	3	4	5	4	5	35	5	4	4	4	4	4	5	4	5	34	5	5	5	5	4	5	4	4	37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
151	5	5	4	4	4	4	4	5	35	5	5	5	5	4	3	4	3	5	34	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4	4	4	3	4	4	4	3	30
152	3	5	5	5	3	5	3	3	32	5	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	4	5	5	5	39
153	4	4	4	3	4	5	5	5	34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	5	5	4	4	4	4	36	5	5	4	4	4	4	4	4	34
154	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	5	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
155	2	5	3	3	2	5	3	2	25	5	5	4	5	5	3	5	4	4	35	5	4	5	4	3	5	4	4	34	5	5	5	3	3	4	5	5	35
156	4	5	3	3	3	4	3	3	28	5	5	4	4	5	3	5	4	4	34	5	5	4	4	3	5	5	4	35	5	5	5	4	4	4	5	5	37
157	4	4	5	5	4	4	3	3	32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	3	4	4	4	4	30
158	4	4	4	4	3	5	4	3	31	5	5	4	4	4	3	5	2	4	31	5	4	4	4	4	5	5	4	35	5	5	5	4	4	3	4	4	34
159	4	5	4	3	3	4	3	3	29	5	5	5	4	4	3	4	4	4	33	5	4	4	4	3	5	5	3	33	5	4	4	3	4	5	3	3	31
160	4	4	4	3	4	4	4	4	31	5	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	4	5	4	4	5	5	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
161	4	5	5	3	4	5	3	5	34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	2	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
162	3	3	4	3	3	4	3	3	26	4	4	3	3	4	3	4	4	4	29	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
163	4	4	4	3	3	4	3	3	28	5	5	4	4	4	5	5	5	5	37	5	5	5	4	3	5	5	4	36	5	5	5	3	4	4	5	5	36
164	3	4	4	2	3	4	3	3	26	5	4	4	3	4	3	4	4	3	29	5	4	5	4	3	5	4	4	34	4	4	4	3	4	4	3	4	30
165	5	5	5	3	2	5	3	1	29	5	5	5	5	5	5	5	3	4	37	5	4	5	4	4	5	5	5	37	5	5	5	3	5	3	5	5	36
166	3	5	3	3	3	5	3	5	30	4	5	5	4	4	3	5	5	5	36	4	4	4	4	3	5	5	3	32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
167	4	4	3	2	4	4	3	3	27	4	4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	3	3	3	4	3	3	27	4	4	4	4	4	4	4	3	31
168	4	4	4	4	4	5	3	4	32	4	4	4	4	5	5	4	4	5	35	4	4	5	5	5	4	5	4	36	4	4	3	4	3	4	5	5	32
169	4	4	3	3	4	4	2	3	27	5	5	3	3	3	3	4	3	3	27	5	3	4	2	2	4	4	4	28	4	4	3	3	4	4	4	4	30
170	4	5	4	2	3	4	3	4	29	5	5	4	4	3	2	4	4	4	30	5	3	3	3	3	5	4	3	29	4	5	4	4	4	4	5	5	35
171	4	4	4	3	4	4	3	4	30	5	5	4	4	4	3	4	4	4	32	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	3	3	30

LAMPIRAN 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengetahuan

		Correlations								
		ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM8	JUMLAH
ITEM1	Pearson Correlation	1	.255*	.268*	.298*	.452*	.279*	.363*	.148	.602**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.054	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM2	Pearson Correlation	.255*	1	.195*	.135	.183*	.393*	.191*	.089	.480**
	Sig. (2-tailed)	.001		.011	.080	.017	.000	.013	.249	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM3	Pearson Correlation	.268*	.195*	1	.484*	.379*	.230*	.190*	.083	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011		.000	.000	.003	.013	.281	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM4	Pearson Correlation	.298*	.135	.484*	1	.515*	.259*	.296*	.158*	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.080	.000		.000	.001	.000	.040	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM5	Pearson Correlation	.452*	.183*	.379*	.515*	1	.322*	.404*	.319**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM6	Pearson Correlation	.279*	.393*	.230*	.259*	.322*	1	.339*	.177*	.590**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.001	.000		.000	.021	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM7	Pearson Correlation	.363*	.191*	.190*	.296*	.404*	.339*	1	.270**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.013	.000	.000	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM8	Pearson Correlation	.148	.089	.083	.158*	.319*	.177*	.270*	1	.496**
	Sig. (2-tailed)	.054	.249	.281	.040	.000	.021	.000		.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
JUMLAH	Pearson Correlation	.602*	.480*	.583*	.688*	.746*	.590*	.631*	.496**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	170	99.4
	Excluded ^a	1	.6
	Total	171	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.745	9



LAMPIRAN 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kesadaran Lingkungan

Correlations										
		ITEM 1	ITEM 2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	JUMLAH
ITEM1	Pearson Correlation	1	.213**	.252**	.281**	-.058	.167*	.184*	.179*	.364**
	Sig. (2-tailed)		.005	.001	.000	.454	.030	.016	.020	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM2	Pearson Correlation	.213*	1	.614**	.499**	.376**	.239**	.368**	.290**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM3	Pearson Correlation	.252*	.614**	1	.547**	.388**	.231**	.387**	.324**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM4	Pearson Correlation	.281*	.499**	.547**	1	.316**	.293**	.308**	.346**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM5	Pearson Correlation	-.058	.376**	.388**	.316**	1	.380**	.403**	.330**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.454	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM6	Pearson Correlation	.167*	.239**	.231**	.293**	.380**	1	.267**	.342**	.567**
	Sig. (2-tailed)	.030	.002	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM7	Pearson Correlation	.184*	.368**	.387**	.308**	.403**	.267**	1	.454**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM8	Pearson Correlation	.179*	.290**	.324**	.346**	.330**	.342**	.454**	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
JUMLAH	Pearson Correlation	.364**	.706**	.739**	.696**	.686**	.567**	.672**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	170	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	170	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.756	9



LAMPIRAN 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kesadaran Kesehatan

Correlations										
		ITEM1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM4	ITEM5	ITEM 6	ITEM7	ITEM8	JUMLA H
ITEM1	Pearson Correlation	1	.309*	.301*	.235**	.111	.339**	.195*	.176*	.469**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.150	.000	.011	.021	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM2	Pearson Correlation	.309**	1	.444*	.426**	.366**	.146	.115	.219**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.058	.136	.004	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM3	Pearson Correlation	.301**	.444*	1	.539**	.345**	.230**	.273**	.262**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.003	.000	.001	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM4	Pearson Correlation	.235**	.426*	.539*	1	.466**	.295**	.182*	.308**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000	.018	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM5	Pearson Correlation	.111	.366*	.345*	.466**	1	.103	.074	.239**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.150	.000	.000	.000		.182	.338	.002	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM6	Pearson Correlation	.339**	.146	.230*	.295**	.103	1	.265**	.270**	.512**
	Sig. (2-tailed)	.000	.058	.003	.000	.182		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM7	Pearson Correlation	.195*	.115	.273*	.182*	.074	.265**	1	.208**	.459**
	Sig. (2-tailed)	.011	.136	.000	.018	.338	.000		.007	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM8	Pearson Correlation	.176*	.219*	.262*	.308**	.239**	.270**	.208**	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	.021	.004	.001	.000	.002	.000	.007		.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
JUMLA H	Pearson Correlation	.469**	.626*	.709*	.751**	.621**	.512**	.459**	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	170	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	170	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.744	9



LAMPIRAN 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap

Correlations										
		ITEM 1	ITEM 2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	JUM LAH
ITEM1	Pearson Correlation	1	.707**	.532**	.327**	.351**	.234**	.226**	.195*	.618**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.002	.003	.011	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM2	Pearson Correlation	.707**	1	.649**	.450**	.413**	.298**	.309**	.306**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM3	Pearson Correlation	.532**	.649**	1	.600**	.557**	.350**	.303**	.284**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM4	Pearson Correlation	.327**	.450**	.600**	1	.628**	.562**	.247**	.155*	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.044	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM5	Pearson Correlation	.351**	.413**	.557**	.628**	1	.497**	.325**	.211**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.006	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM6	Pearson Correlation	.234**	.298**	.350**	.562**	.497**	1	.286**	.292**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM7	Pearson Correlation	.226**	.309**	.303**	.247**	.325**	.286**	1	.777**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
ITEM8	Pearson Correlation	.195*	.306**	.284**	.155*	.211**	.292**	.777**	1	.598**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.044	.006	.000	.000		.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170
JUMLAH	Pearson Correlation	.618**	.731**	.773**	.738**	.732**	.650**	.644**	.598**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	170	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	170	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	9



LAMPIRAN 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KESADARAN KESEHATAN, PENGETAHUAN, KESADARAN LINGKUNGAN ^b		Enter
a. Dependent Variable: SIKAP			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.336	.323	3.03701
a. Predictors: (Constant), KESADARAN KESEHATAN, PENGETAHUAN, KESADARAN LINGKUNGAN				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	773.061	3	257.687	27.938	.000 ^b
	Residual	1531.086	166	9.223		
	Total	2304.147	169			
a. Dependent Variable: SIKAP						
b. Predictors: (Constant), KESADARAN KESEHATAN, PENGETAHUAN, KESADARAN LINGKUNGAN						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.078	2.931		3.097	.002
	PENGETAHUAN	.283	.079	.265	3.583	.000
	KESADARAN LINGKUNGAN	.403	.088	.369	4.589	.000
	KESADARAN KESEHATAN	.072	.102	.059	.710	.479
a. Dependent Variable: SIKAP						



LAMPIRAN 9 Frekuensi Data Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	65	38.2	38.2	38.2
	Wanita	105	61.8	61.8	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-30	143	84.1	84.1	84.1
	31-45	20	11.8	11.8	95.9
	46-60	7	4.1	4.1	100.0
	Total	170	100	100	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guru	1	.6	.6	.6
	Ibu Rumah Tangga	12	7.1	7.1	7.6
	Konsultan	1	.6	.6	8.2
	Pegawai Negeri	9	5.3	5.3	13.5
	Pegawai Swasta	25	14.7	14.7	28.2
	Pelajar/Mahasiswa	97	57.1	57.1	85.3
	Peternak	1	.6	.6	85.9
	TNI	1	.6	.6	86.5
	Wiraswasta	18	10.6	10.6	97.1
	Yang lain	5	2.9	2.9	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/Sederajat	14	8.2	8.2	8.2
	Diploma	39	22.9	22.9	31.2
	Sarjana	117	68.8	68.8	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤1000.000	78	45.9	45.9	45.9
	1000.001-3000.000	75	44.1	44.1	47.1
	3000.001-5000.000	15	8.8	8.8	91.2
	≥5.000.000	2	1.2	1.2	100.0
	Total	170	100.0	100.0	



LAMPIRAN 10 Dokumentasi penelitian

