

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian nasional. Kebutuhan masyarakat terhadap pangan terus meningkat. Mengakibatkan permintaan terhadap komoditas pangan mengalami peningkatan seiring pertumbuhan penduduk, pendapatan, dan tingkat konsumsi penduduk. Salah satu komoditas tersebut adalah tanaman padi. Tanaman padi sebagai penghasil beras yang diolah sebagai sumber makanan utama penduduk Indonesia dan juga sebagai salah satu sektor strategis secara ekonomi.

Pertanian Indonesia telah berkembang menuju pertanian yang modern. Pertanian modern atau teknologi revolusi hijau sejak tahun 1970-an, mampu meningkatkan produksi dibandingkan tahun 1960-an, namun juga meninggalkan dampak negatif yaitu rusaknya mutu lingkungan dan keanekaragaman hayati. Pertanian Indonesia terus berkembang ke arah pertanian organik karena munculnya kesadaran tentang bahaya yang ditimbulkan oleh pemakaian bahan kimia sintetis dalam pertanian modern atau teknologi revolusi hijau. Syukur dan Melati (2016) mengatakan bahwa pertanian organik tidak hanya sebatas meniadakan penggunaan input sintetis, tetapi juga pemanfaatan sumber-sumber daya alam secara berkelanjutan, produksi makanan sehat dan menghemat energi. Kebanyakan konsumen akan memilih bahan pangan yang aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan.

Pola hidup sehat saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Mereka sadar akan bahan makanan yang sehat yang

bersumber dari pertanian organik. Salah satu bahan makanan yang mendasar adalah beras. Permintaan konsumen terhadap beras organik dipengaruhi oleh banyak hal, seperti harga beras organik itu sendiri, harga barang substitusi dan komplementer, jumlah penduduk, pendapatan serta selera. terpenuhi (Rahayuningsih et al, 2016). Kebutuhan beras organik di Indonesia tiap hari semakin meningkat, dapat dilihat dari konsumsi beras organik pada tahun 2013-2016 (AOI, 2017).

Bahan pangan organik adalah bahan pangan yang diproduksi dengan menggunakan metode pertanian organik, yang membatasi input sintetik modern seperti pestisida sintetik dan pupuk kimia. Penggunaan pestisida organik seperti toksin *Bacillus thuringiensis* masih digunakan. Bahan pangan organik juga tidak diproses menggunakan iradiasi, pelarut industri, atau bahan tambahan makanan kimiawi. Gerakan pertanian organik muncul pada tahun 1940an menanggapi industrialisasi pertanian yang kini disebut dengan Revolusi Hijau. Kini berbagai negara di dunia menerapkan kebijakan pangan seperti pelabelan sertifikasi organik agar suatu bahan pangan dapat dijual ke konsumen sebagai "bahan pangan organik". Dengan regulasi ini, bahan pangan organik harus diproduksi dengan cara yang sesuai dengan standar organik yang diterapkan oleh pemerintah suatu negara dan organisasi internasional.

Konsumen dalam kalangan terbatas dalam melakukan pembelian salah satunya didukung dengan atribut keunggulan beras organik. Pembelian dapat dipengaruhi oleh atribut seperti kepuasan konsumen, performansi produk, Kesehatan produk, lokasi pembelian, harga produk, dan sumber informasi

produk. Atribut tersebut akan memberikan informasi dalam pembelian beras organik. Pemahaman akan perilaku konsumen mempengaruhi keberlangsungan permintaan tinggi rendahnya pembelian beras organik serta kepuasan konsumen dalam membeli beras organik. Kepuasan konsumen merupakan fokus dari proses manajemen berorientasi pada konsumen, bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan pelanggan adalah kualitas (Supranto, 2011).

Di era perkembangan zaman seperti ini telah terjadi perkembangan bisnis yang sangat pesat, khususnya di bidang yang menghasilkan produk kebutuhan sehari-hari, strategi yang bisa digunakan untuk meningkatkan penjualan dan menarik konsumen untuk membeli product yang ditawarkan oleh produsen. Salah satu strategi yang banyak digunakan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat yang dapat memuaskan konsumen. Kualitas product merupakan senjata strategi yang potensial untuk mengalahkan pesaing, sehingga hanya perusahaan dengan mempunyai kualitas produk yang paling baik akan tumbuh dengan pesat dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan berhasil dari perusahaan lain. Faktor- faktor lain yang mempengaruhi adalah faktor price dan place, price yang di tentukan harus di sesuaikan dengan kualitas produk. Place merupakan hal yang penting untuk mempertimbangkan konsumen. Faktor promotion usaha yang bergerak di bidang ini sangat penting untuk memuaskan konsumen. Keempat variabel ini sangat menentukan bagaimana produk yang dijual dapat dibeli oleh konsumen ataupun tidak (Fadhilah, 2021)

Provinsi Bali yang dalam setiap langkah dan program pembangunannya, khususnya pembangunan pertanian selalu berlandaskan kepada konsep **TRI**

HITA KARANA, yaitu tercapainya keseimbangan dan keharmonisan hubungan antara : *Manusia dengan Tuhan, Manusia dengan Manusia dan Manusia dengan Alam*, sehingga dalam implementasinya selalu berupaya mendukung terwujudnya pembangunan pertanian yang berkelanjutan (*sustainable agriculture*). Bali merupakan salah satu provinsi yang membudidayakan beras organik “Mentik Susu”. Dimana beras organik ini menjadi salah satu beras yang diminati masyarakat Bali.

Desa Sidan Kabupaten Gianyar menjadi salah satu Desa penghasil beras organik varietas “Mentik Susu”. Bibit beras “mentik susu” konon merupakan bibit padi Bali yang dikombinasi dengan bibit lain sehingga menghasilkan bibit “Mentik Susu”. Beras ini memiliki warna yang putih bersih, dan pulen serta beraroma harum. Beras mentik susu memiliki keunggulan dari segi manfaat bagi kesehatan, selain itu juga tanpa pemutih, tanpa pelicin, tanpa pewangi dan tidak berbau apek. Untuk pengembangan beras komoditas mentik susu ini sebenarnya sangat prospektif, karena memiliki banyak keunggulan tersebut. Beras mentik susu sepintas sangat mirip ketan atau mirip sekali dengan jenis padi yang masih muda saat dipanen. Beras mentik susu jika dimasak jauh lebih pulen dibandingkan dengan beras jenis lainnya.

Bupati Gianyar meluncurkan program “Puspa Aman” (Pusat pangan alami mandiri asri dan nyaman) yang digagas oleh Dinas Ketahanan Pangan Kelautan dan Perikanan (DKPKP) Kabupaten Gianyar guna untuk mempercepat penganekaragaman di masyarakat, sekaligus peningkatan gizi keluarga. “Puspa Aman” adalah sebuah ajakan dari pemerintah untuk

mengajak masyarakat memanfaatkan lahan pekarangan rumah ataupun lahan yang tidak produktif untuk dikembangkan sebagai penghasil pangan dalam memperbaiki gizi keluarga, sekaligus bisa dimanfaatkan untuk menambah penghasilan.

Desa Sidan kini sedang berkembang menjadi desa organik. Beras organik hasil petani Desa Sidan yang bernama Beras Mentik Susu merupakan beras bebas residu, menyehatkan dan memiliki kadar gula rendah. Bibit beras mentik susu konon merupakan bibit padi Bali yang dikombinasi dengan bibit lain sehingga menghasilkan bibit mentik susu. Beras mentik susu berwarna putih dan dicoba oleh dinas terkait dan masyarakat dan dirasakan sangat enak, bersih dan pulen serta beraroma harum. Desa Sidan sudah mengaplikasikan pertanian padi mentik susu, bahkan dari uji lab, beras mentik susu tidak mengandung residu kimia. Karena beras organik “Mentik Susu” ini memiliki keunggulan yang berbeda dengan produk beras organik lainnya serta tidak mengandung residu kimia, akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli beras organik “Mentik Susu” tersebut.

Tabel 1. Data Penjualan Beras Organik “Mentik Susu” di BUMDES Sidan

Bulan	Jumlah (Kg)	Total Penjualan	Persentase
Juni	534 Kg	Rp 8.010.000	27%
Juli	430 Kg	Rp 6.450.000	21%
Agustus	732 Kg	Rp 10.980.000	36%
September	318 Kg	Rp 4.770.000	16%
Total	2.014 Kg	Rp Rp 30.210.000	100%

Dengan adanya peningkatan dan penurunan pembelian produk organik “Mentik Susu” setiap bulannya setelah mendapat Sertifikat resmi pada Bulan Juni, sehingga perlu dilakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Beras Organik “Mentik Susu” di Desa Sidan, Kecamatan Gianyar Kabupaten Gianyar”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras organik “Mentik Susu” di BUMDES Sidan?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras organik “Mentik Susu” di BUMDES Sidan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beras organik “Mentik Susu” di Desa Sidan
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian beras organik “Mentik Susu” di Desa Sidan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan khususnya pembaca, petani padi organik dan mahasiswa yang melakukan penelitian di bidang pertanian, selain itu juga menambah khazanah pengetahuan pengelolaan padi organik sehingga menjadi usaha tani yang berpotensi peningkatan perekonomian.

2. Manfaat praktis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada petani dan pemasar sebagai/ibahan pertimbangan dalam menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembelian serta pemasaran beras organik.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pada saat pembelian produk pangan beras organik “Mentik Susu” di Desa Sidan dan hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi dampak positif dalam proses pemasaran bagi produsen dalam penjualan beras organik “Mentik Susu” di Desa Sidan



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Beras Organik

Beras organik adalah beras yang dihasilkan dari kegiatan budidaya padi organik atau tidak menggunakan pupuk dan pestisida kimia sebagai faktor produksinya. Beras tersebut diproduksi dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal seperti menggunakan pupuk kandang atau limbah pertanian yang dikomposkan dan menambahkan Input luar hanya bila diperlukan untuk melengkapi unsur- unsur yang kurang. Menurut Karyaningsih, Maniek dan Dwi (2008), budidaya padi secara organik akan mendukung kelestarian lingkungan, mengoptimalkan penggunaan sumberdaya lokal dan menghasilkan efek ganda (menghasilkan produk dan lapangan kerja baru).

Menurut Karyaningsih, Maniek dan Dwi (2008), untuk mengklaim suatu produk beras sebagai beras organik di pasaran tidaklah mudah. Beras harus dilakukan pengujian terlebih dahulu oleh lembaga yang memiliki wewenang. Pengujian yang harus dilakukan untuk mendapatkan klaim sebagai beras organik adalah uji residu bahan kimia logam berat dan standarisasi. Pengujian tersebut dilakukan untuk mensosialisasikan pelaksanaan "Good Agricultural Practice" kepada para petani sebagai produsen beras organik.

Beras organik adalah hasil budidaya padi menggunakan Teknik pertanian organik. Mengonsumsi beras organik akan menjauhkan seseorang dari resiko mengonsumsi pangan yang mengandung bahan

kimia berbahaya. Walaupun penampilan beras organik tidak semenarik beras hasil budidaya konvensional, tetapi beras organik memiliki banyak kelebihan seperti lebih wangi, pulen, dan terasa manis jika dimasak (Purwaningsih, 2009). Selain itu, dengan mengonsumsi beras organik, secara tidak langsung konsumen mendukung kelestarian lingkungan dan kesuburan tanah. Keunggulan beras organik tidak didapatkan dengan cara yang mudah. Budidaya beras organik memiliki kesulitan yang lebih dibandingkan budidaya konvensional. Budidaya beras organik harus berada pada tanah yang ramah lingkungan, lokasi harus jauh dari polusi dan hanya menggunakan pupuk dan pestisida organik. Banyaknya manfaat dan kerumitan budidaya beras organik, menjadikan beras tersebut memiliki harga yang mahal dibandingkan dengan beras konvensional.

2.2 Pengembangan dan Penerapan Beras Organik

Pengembangan dan penerapan beras organik mulai dikembangkan mulai tahun 2000-an. Pada saat itu belum banyak para petani yang menerapkannya dikarenakan kurangnya pengetahuan cara budidayanya dan keterbatasan pengetahuan cara mengolah pupuk kompos organik seperti bogasi. Beras organik memiliki beberapa potensi diantaranya peluang pasar yang sangat menjanjikan. Berkembangnya IPTEK saat ini membawa pengaruh yang baik bagi penerapan dan pengelolaan beras organik. Selain itu sentra ini mampu menumbuhkan industri baru dan menambah nilai perekonomian dengan memasarkan hasil dari produk beras organik.

2.3 Perilaku Konsumen

2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan ini. Mowen (2009) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam menerima, menggunakan dan penentuan barang, jasa, dan ide. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu antara lain faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis (Kotler dan Armstrong, 2004).

2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembeli

Multifiah (2002) menjelaskan bahwa perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Berdasarkan teori Kotler dan Armstrong (2001), proses yang diambil konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian terbagi kedalam lima tahap, yaitu pengenalan keputusan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

1. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan keputusan merupakan tahap pertama dari proses pengambilan keputusan pembelian konsumen

di mana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan dan hal-hal apa yang memberikan motivasi tertinggi.

2. Pencarian Informasi

Sumber informasi utama konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian adalah sumber pribadi. Sumber pribadi terdiri dari keluarga, teman, tetangga dan kenalan. Sumber pribadi merupakan hal yang paling mudah dan terpercaya dalam pencarian informasi, karena sumber-sumber yang dipilih merupakan orang-orang terdekat dan yang sering melakukan komunikasi secara intens.

3. Evaluasi Alternatif

Informasi yang sudah didapat selanjutnya dievaluasi oleh konsumen, yaitu suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif dalam satu susunan pilihan. Salah satu indikator keberhasilan suatu usaha adalah sikap loyal konsumen terhadap penjual tersebut.

4. Proses Pembelian

Menurut Peter dkk (2000), pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang

diarahkan pada sasaran. Setelah melakukan pengenalan masalah, pencarian informasi dan evaluasi berbagai alternatif konsumen akan melakukan keputusan pembelian cara konsumen memutuskan pembelian produk beras organik “Mentik Susu” tidak terlalu signifikan.

5. Evaluasi Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen bisa puas atau tidak puas, dan akan terlibat dalam perilaku pasca pembelian. Perilaku pasca pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan. Konsumen mendasarkan harapan pada informasi yang diterima dari penjual, teman dan sumber lainnya.

2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

1. Faktor Harga Terhadap Keputusan Konsumen

Di era modern ini konsumen lebih mensyaratkan keamanan untuk produk pangan yang akan dikonsumsi, sehingga bersedia untuk mengesampingkan faktor harga untuk memenuhi tujuannya tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Rodriguez dkk (2007) yang menyatakan bahwa konsumen dengan tujuan mencari keamanan produk pangan bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk produk sehat dan bergizi karena meningkatkan tingkat

utilitas dan pada saat yang sama mengurangi resiko gangguan kesehatan. Pendapat ini juga didukung oleh AOI (2015) yang dalam surveynya mengenai konsumen produk pangan organik menemukan bahwa sebagian besar konsumen tidak keberatan menanggapi harga produk organik yang tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen sudah semakin paham pentingnya produk pangan organik bagi tubuh. Penelitian sebelumnya oleh (Imama, 2013) menunjukkan harga dan kualitas secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Faktor Kualitas Terhadap Keputusan Konsumen

Ketika kualitas yang ditawarkan sebuah produk adalah baik, maka sebagian besar konsumen tidak ragu untuk melakukan keputusan pembelian untuk mendapatkan produk meskipun harus membayar sedikit lebih mahal dibandingkan produk non-organik. Selain faktor demografi sosial, kesediaan membayar konsumen juga sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap produk organik, yaitu apakah kualitas yang diperoleh sebanding dan layak untuk diperoleh dengan harga yang tinggi (Aryal dkk, 2015). Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang mereka bayarkan. Pendapat ini didukung oleh (aryani dan rosinta, 2010) yang menyatakan kualitas produk memiliki pengaruh yang cukup besar pada kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu

kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang puas maka konsumen akan cenderung loyal.

3. Faktor Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen

Tjiptono (2008) yang menyatakan bahwa lokasi merupakan kegiatan pemasaran yang mempermudah dan memperlancar penyampaian barang dan jasa kepada konsumen. Hal ini juga didukung Akhmad yang menyatakan bahwa ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk.

4. Faktor Produk Terhadap Keputusan Konsumen

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, ditanyakan, dicari, dibeli, digunakan/dikonsumsi oleh pasar sebagai pemenuhan kebutuhan/keinginan pasar yang relevan.

5. Faktor Sikap Terhadap Keputusan Konsumen

Sikap merupakan evaluasi menyeluruh yang dilakukan konsumen. Evaluasi ini diciptakan oleh sistem afektif yang berupa emosi, perasaan, tanggapan pada rangsangan tertentu. Apabila emosi, perasaan, dan suasana hati positif maka akan menimbulkan niat untuk membeli suatu barang ataupun jasa. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Setiadi (2013) yang menyatakan pengukuran sikap yang tepat didasarkan pada tindakan pembelian.

6. Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Konsumen

Napitulu (2004) dimana gaya hidup tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dimungkinkan karena konsumen tidak mengikuti gaya hidup yang terjadi saat ini. Oleh karena itu, perusahaan yang bergerak di bidang jasa sebaiknya mengikuti berbagai seminar untuk mengikuti dan mempelajari gaya hidup saat ini agar dapat memberikan wawasan seputar gaya hidup kepada konsumen.

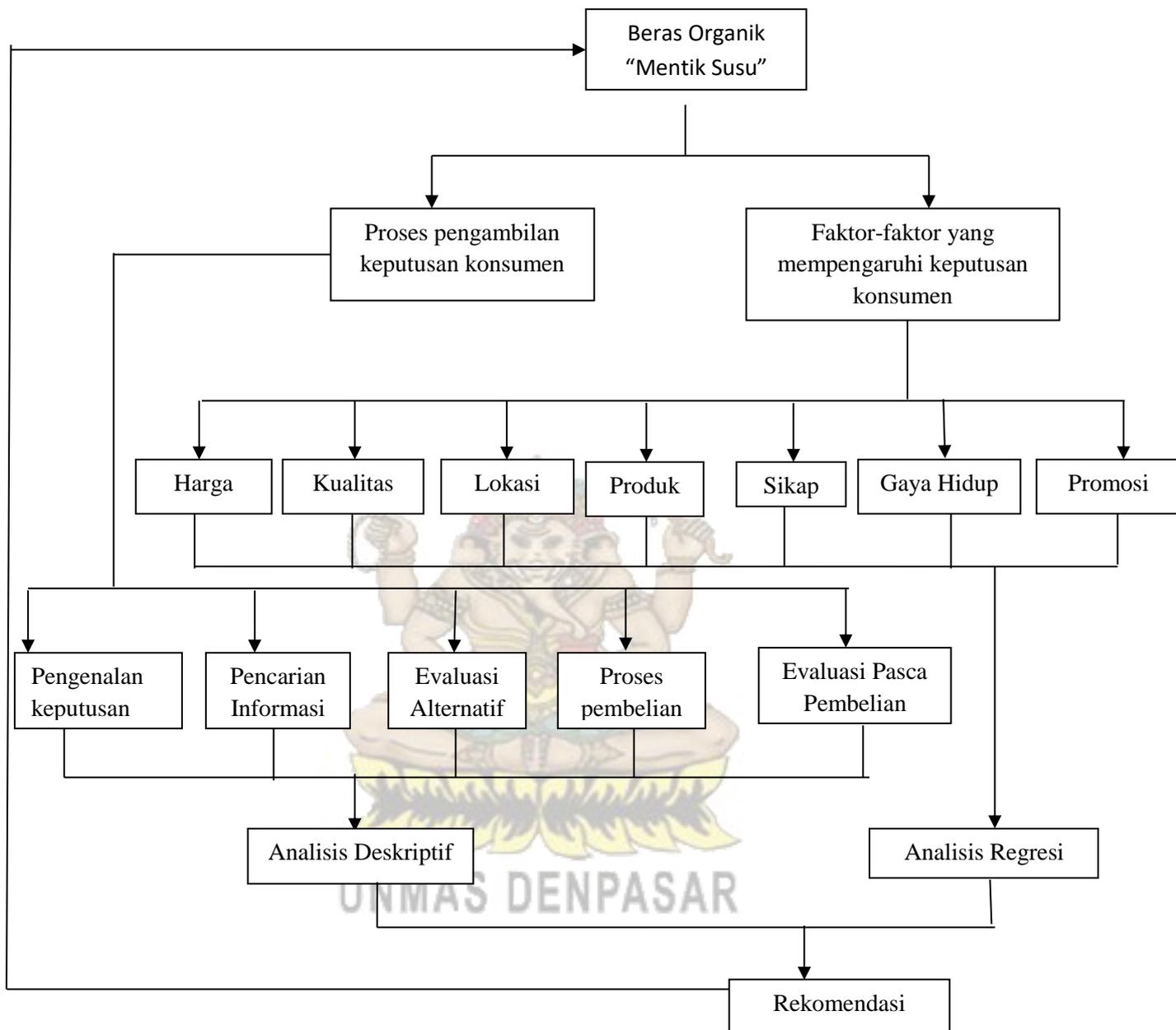
7. Faktor Promosi Terhadap Keputusan Konsumen

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Tjiptono (2008) yang menyatakan bahwa promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk/mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

2.5 Kerangka Berpikir

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu proses pengambilan keputusan konsumen dalam

pembelian beras organik " Mentik Susu" dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian beras organik "Mentik Susu". Tujuan pertama adalah Proses Pengambilan Keputusan dalam membeli beras organik "Mentik Susu". Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen dihadapkan dengan beberapa tahapan seperti pengenalan Keputusan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses pembelian dan evaluasi pasca panen. Beberapa tahapan tersebut yang akan dianalisis dengan analisis deskriptif. Tujuan kedua yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk beras organik "Mentik Susu". Konsumen dihadapkan dengan beberapa pertimbangan, seperti : Harga, Kualitas, Lokasi, Produk, Sikap, Gaya Hidup, dan Promosi. Beberapa hal tersebut yang akan dianalisis menggunakan analisis regresi. Kedua tujuan ini yang akan menjadi rekomendasi dalam pembelian beras organik "Mentik Susu".



Gambar 1. Kerangka Berpikir

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian

terdahulu, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dan memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu beberapa jurnal terkait dengan penelitian ini.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	K, Cypert, E. Prasetyo, A. Setiadi	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian brokoli di pasar modern Galael Semarang	Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap peningkatan peluang keputusan pembelian brokoli organik anatar lain : Harga, Kualitas, Lokasi dan Sikap. Sedangkan yang tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap peningkatan peluang keputusan pembeli brokoli organik adalah gara hidup.	Sama-sama membahas tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk organik.	Tempat penelitiannya berbeda yaitu di pasar modern Galael Semarang dan produknya berbeda.
2.	Nurul Ildrakasih, Diana Chalil, dan	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan	Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan	Sama-sama membahas tentang analisis	Tempat penelitiannya berbeda yaitu di kota

	Sri Fajar Ayu	konsumen dalam membeli beras organik	konsumen untuk mengkonsumsi beras organik adalah harga beras organik, harga beras lain, tingkat pendidikan, besarnya pendapatan keluarga serta ukuran keluarga.	faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk organik.	Medan dan produk beras organiknya berbeda.
3.	Ridha Rizki Novanda	Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Kota Bengkulu	Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik ialah Atribut mutu, Harapan/dukungan, Kemudahan/kemudahan. Atribut mutu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayuran organik	Sama-sama membahas tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk organik.	Tempat penelitiannya berbeda yaitu di kota Bengkulu dan produknya berbeda.
4.	Filipus Syahputra Sarumaha	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan	Pada proses pengambilan keputusan pembelian beras organik, konsumen memilih	Sama-sama membahas tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi	Tempat penelitiannya berbeda yaitu di kota Medan dan produk beras organiknya

		keputusan pembelian beras organic di Pasar Moderndi Kota Medan	motivasi aman bagi kesehatan dengan mengkonsumsi beras organik dan perwujudan gaya hidup sehat menjadi manfaat yang diharapkan, namun terkendala dengan harga beras organik yang sangat mahal.	hi keputusan pembelian produk organik.	berbeda.
--	--	--	--	--	----------



UNMAS DENPASAR