

V. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden Beras Organik

Karakteristik responden pada penelitian ini dikaji berdasarkan jenis kelamin, umur, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, jumlah konsumsi beras per bulan, dan frekuensi pembelian beras per bulan. Informasi yang terdapat dalam karakteristik responden beras organik ini diharapkan dapat bermanfaat bagi produsen dan pasar modern penyedia beras organik.

1. Jenis Kelamin

Penelitian ini melibatkan 60 orang responden yang menunjukkan ketertarikan dan membeli beras organik. 30 responden Super Indo Godean, dan 30 lainnya responden Pamella Satu. Responden total terdiri dari 9 orang laki-laki, dan 51 orang perempuan, untuk pembagian per pasar modern tersaji pada tabel 6.

Tabel 1. Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Laki-laki	5	4	17	13	2	3	4	0
Perempuan	25	26	83	87	10	15	19	7
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Responden beras organik didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 25 orang responden di Super Indo Godean, dan 26 orang responden di Pamella Satu, sedangkan responden laki-laki sebanyak 5 orang di Super Indo Godean, dan 4 orang di Pamella satu. Dominasi jumlah responden perempuan dikarenakan masih adanya kecenderungan peran perempuan dalam pengambilan keputusan sekalian

eksekusi terkait pembelian barang kebutuhan pokok rumah tangga termasuk beras. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah responden terbanyak yang membeli beras organik di Super Indo Godean sebanyak 10 orang dan jumlah responden terbanyak yang membeli di Pamela Satu sebanyak 19 orang adalah perempuan.

2. Usia

Pada tabel 7 tersaji sebaran responden beras organik berdasarkan usia. Pada 60 sampel konsumen beras organik sebesar 30 orang responden di Super Indo Godean, dan 30 orang lainnya di Pamela Satu dengan enam rentang kelas umur. Sebaran responden berdasarkan umur disajikan pada tabel 7.

Tabel 2. Sebaran responden beras organik berdasarkan usia

Usia (tahun)	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
21-28	7	16	23	53	5	2	13	3
29-36	6	2	20	7	2	6	2	0
37-44	4	3	13	10	4	0	3	0
45-52	5	5	17	17	0	5	2	3
53-60	6	4	20	13	0	4	3	1
61-68	2	0	7	0	1	1	0	0
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Berdasarkan data pada tabel 7 diketahui bahwa responden beras organik didominasi oleh orang pada usia antara 21 hingga 44 tahun. Sebanyak 17 orang adalah responden di Super Indo dan sebanyak 21 orang responden di Pamela Satu. Seseorang yang berusia diatas 21 tahun dapat dikategorikan sebagai manusia dewasa. Konsumen yang sudah memasuki usia dewasa akan lebih memperhatikan kesehatan, sehingga lebih selektif dalam menentukan makanan yang akan

dikonsumsi agar terhindar dari penyakit terutama makanan pokok seperti nasi, sehingga konsumen akan memilih beras organik. Demikian juga pada konsumen yang berusia diatas 45 tahun yang dikategorikan manusia lansia, konsumen pada usia ini menyadari bahwa mereka telah memasuki usia yang rawan terhadap berbagai penyakit sehingga memilih untuk menjalani hidup sehat, salah satunya dengan mengkonsumsi beras organik.

Dari total responden beras organik di Super Indo Godean dan Pamella Satu, sebanyak 12 orang di Super Indo Godean melakukan pembelian beras organik, dan 18 sisanya tidak melakukan pembelian. Sebanyak 23 orang responden di Pamella Satu melakukan pembelian beras organik, dan 7 orang sisanya tidak melakukan pembelian. Sebanyak 11 orang di Super Indo Godean, dan 18 orang di Pamella Satu adalah pembeli beras organik terbanyak untuk rentang usia antara 21 tahun sampai 44 tahun. Sedangkan sisanya 1 orang di Super Indo Godean dan 5 orang di Pamella Satu berada pada rentang usia 45 sampai 68 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli beras organik terbanyak di kedua pasar modern terletak pada usia responden dengan kriteria dewasa.

3. Status Pernikahan

Berdasarkan status pernikahan, 70% responden beras organik di Super Indo Godean berstatus menikah dan 30% lainnya berstatus belum menikah, sedangkan sebesar 53% responden di Pamella Satu berstatus menikah, dan 47% sisanya berstatus belum menikah. Seperti yang disajikan pada tabel 8 berikut.

Tabel 3. Sebaran responden berdasarkan status pernikahan

Status Pernikahan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Menikah	21	16	70	53	9	4	11	5
Belum menikah	9	14	30	47	3	14	12	2
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Dari data diatas, jumlah responden di Super Indo Godean dan Pamella Satu mayoritas responden telah menikah, dengan jumlah 21 orang di Super Indo Godean dan 16 orang di Pamella Satu. Seseorang yang sudah menikah akan lebih memprioritaskan kebutuhan keluarga daripada kebutuhan lainnya. Terutama kebutuhan dasar konsumsi harian keluarga, salah satunya adalah beras. Maka dari itu konsumen yang sudah menikah akan memilih beras organik sebagai makanan pokok keluarga untuk penerapan gaya hidup sehat.

Hal ini juga ditunjukkan dengan jumlah responden yang sudah menikah dan membeli beras organik di Super Indo Godean lebih banyak dari pada responden yang belum menikah. Namun hal ini berlawanan dengan fakta yang ada di Pamella Satu, dimana jumlah responden yang belum menikah lebih banyak melakukan pembelian beras organik dibandingkan dengan yang sudah menikah. Keadaan ini dipengaruhi oleh banyaknya responden di Pamella Satu yang yakin untuk membeli beras organik merupakan kalangan muda dengan usia kurang dari 31 tahun dan belum menikah.

4. Tingkat Pendidikan

Dari lima kategori pendidikan responden beras organik di kedua pasar modern, 8 orang responden di Super Indo Godean, dan 13 orang responden di Pamella Satu berpendidikan terakhir SMA. Sebanyak 6 orang responden di Super Indo Godean dan 1 orang responden di Pamella Satu berpendidikan Diploma 3, dan 16 orang responden lainnya di masing-masing pasar modern berpendidikan sarjana. Tidak ada responden yang berpendidikan terakhir SD dan SMP. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

Tabel 4. Sebaran responden berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
SMA	8	13	27	44	3	5	10	3
D3	6	1	20	3	3	3	1	0
Sarjana	16	16	53	53	6	10	12	4
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa mayoritas pendidikan responden berlatar pendidikan tinggi yaitu sarjana dan D3 sebesar 73% di Super Indo Godean, dan 58% responden di Pamella Satu. Sebesar 27% sisa responden di Super Indo Godean, dan 44 persen sisa di Pamella Satu berlatar pendidikan SMA. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi pola pikir dan pengolahan informasi pada diri seseorang. Seseorang yang berlatar pendidikan tinggi akan lebih sering untuk berfikir secara ilmiah dan lebih peka terhadap informasi terbaru termasuk tentang kesehatan. Oleh karena itu, akan lebih selektif dalam memilih makanan pokok terutama beras, sehingga cenderung memilih beras organik. Hal ini

ditunjukkan dengan jumlah terbanyak responden yang melakukan pembelian beras organik di kedua pasar modern yaitu dengan tingkat pendidikan sarjana. Sebanyak 6 orang di Super Indo Godean dan 12 orang di Pamela Satu, namun jumlah responden yang tidak membeli beras organik di Super Indo Godean juga dari tingkat pendidikan sarjana, dikarenakan responden bukan merupakan konsumen beras organik namun memiliki minat terhadap beras organik.

5. Pekerjaan

Latar belakang profesi responden beras organik antara lain mahasiswa, pegawai negeri/swasta, pengusaha, ibu rumah tangga, dan lainnya seperti supir, dan honorer. Seperti yang tersaji pada tabel 10.

Tabel 5. Sebaran responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Mahasiswa	5	8	17	27	4	1	6	2
Pegawai Negeri/Swasta	12	12	40	40	4	8	9	3
Pengusaha	4	5	13	17	1	3	4	1
Ibu Rumah Tangga	7	3	23	10	1	6	2	1
Lainnya	2	2	7	7	2	0	2	0
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Berdasarkan data pada tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang responden beras organik di Super Indo Godean bekerja sebagai pegawai negeri/swasta, pengusaha, dan pekerjaan lainnya seperti supir. Sebanyak 12 orang responden lainnya terdiri dari mahasiswa dan ibu rumah tangga. Responden di

Pamella Satu, sebanyak 19 orang bekerja sebagai pegawai negeri/swasta, pengusaha, dan pekerjaan lainnya seperti honorer dan 11 orang sisanya terdiri dari mahasiswa dan ibu rumah tangga. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak di kedua pasar modern adalah responden yang bekerja, dimana konsumen yang bekerja akan memiliki pemasukan sendiri terlepas dari pemasukan seluruh anggota keluarga. Selain itu, memiliki kekuasaan untuk membelanjakan uangnya dan memilih barang yang akan dibeli, termasuk dalam memilih beras organik.

Disamping itu, diketahui bahwa mahasiswa merupakan responden beras organik terbanyak ke dua, sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak mahasiswa yang memiliki minat untuk membeli beras organik. Hal ini dapat disebabkan karena pengetahuan mahasiswa yang lebih tentang kesehatan serta uang saku yang mereka dapatkan. Keadaan ini dapat dilihat dengan jumlah responden terbanyak yang melakukan pembelian beras organik adalah dari kalangan mahasiswa dan pegawai negeri/swasta, dengan jumlah 8 orang di Super Indo Godean dan 15 orang di Pamella Satu. Keadaan ini dikarenakan pegawai negeri/swasta mayoritas memiliki tingkat pendidikan terakhir sarjana, sehingga pengetahuan terhadap beras organik akan lebih luas.

6. Pendapatan per bulan

Pendapatan merupakan suatu hal penting yang mempengaruhi daya beli seseorang. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka semakin tinggi pula daya beli seseorang tersebut. Pendapatan konsumen beras organik mulai dari dibawah

dua juta per bulan hingga lebih dari delapan juta per bulannya. Sebaran konsumen beras organik berdasarkan pendapat dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 6. Sebaran responden berdasarkan pendapatan per bulan

Pendapatan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Tidak menjawab	7	7	23	23	1	6	6	1
< 2 Juta	6	3	20	10	5	1	3	0
2,1-4 Juta	9	11	30	37	5	4	8	3
4,1-6 Juta	4	4	13	13	0	4	3	1
6,1-8 Juta	2	3	7	10	1	1	1	2
> 8 Juta	2	2	7	7	0	2	2	0
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa jumlah responden beras organik dengan pendapatan per bulan antara 2,1 juta sampai 4 juta rupiah adalah yang paling banyak yaitu sebesar 30% untuk responden di Super Indo Godean, dan 37% untuk responden di Pamella Satu. Dari seluruh responden di Super Indo Godean, sebesar 27% dan sebesar 30% responden di Pamella Satu lainnya berpendapatan diatas empat juta per bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden beras organik memiliki pendapatan yang cukup tinggi sehingga mendukung responden untuk memiliki minat beli terhadap beras organik mengingat harga beras organik yang tergolong lebih mahal.

Disamping itu, sebesar 23% dari masing-masing pasar modern tidak menjawab berapa penghasilan setiap bulannya. Hal ini dikarenakan pekerjaan responden adalah mahasiswa dan sebagian lainnya adalah ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan sampingan sehingga tidak tahu berapa penghasilan

keluarga. Dari jumlah responden yang tidak menjawab ini, sebanyak 1 orang di Super Indo Godean, dan 6 orang di Pamela Satu melakukan pembelian beras organik, hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki minat untuk membeli beras organik di pasar modern, Yogyakarta, namun sebagian besar responden Super Indo Godean yang memiliki pendapatan tinggi, tidak melakukan pembelian beras organik. Hal ini dikarenakan kurangnya keyakinan responden beras organik di Super Indo Godean untuk melakukan pembelian beras organik. Berbeda halnya dengan responden di Pamela Satu, sebagian besar responden dengan tingkat pendapatan tinggi melakukan pembelian beras organik. Hal ini dikarenakan keyakinan responden terhadap beras organik yang dipasarkan dan dengan pendapatan yang diperoleh.

7. Jumlah konsumsi beras

Konsumen yang dijadikan responden pada penelitian ini tidak hanya konsumen beras organik, namun juga konsumen beras anorganik yang memiliki minat untuk membeli beras organik. Adapun sebaran konsumen berdasarkan jenis beras yang dikonsumsi dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 7. Sebaran konsumen berdasarkan jenis konsumsi beras yang dikonsumsi

Jenis Konsumsi Beras	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Organik	2	16	7	53	1	1	14	2
Mix	6	4	20	14	4	2	3	1
Anorganik	22	10	73	33	7	15	6	4
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa responden di Super Indo Godean sebagian besar masih mengkonsumsi beras anorganik dengan persentase sebesar 73%, dan hanya 7% yang mengkonsumsi beras organik. Sebesar 20% sisanya, responden mengkonsumsi beras mix yaitu masih kadang-kadang saja mengkonsumsi beras organik dalam satu bulannya sehingga tidak setiap hari mengkonsumsi beras organik. Dari 73% responden yang tidak mengkonsumsi beras organik, ada 7 orang yang melakukan pembelian beras organik dari 15 orang sisanya yang belum melakukan pembelian. Hal ini dikarenakan rasa penasaran konsumen untuk mencoba mengkonsumsi beras organik. Dari jumlah responden yang mengkonsumsi beras organik hanya 1 orang yang melakukan pembelian, dan 1 orang sisanya tidak melakukan pembelian, hal ini disebabkan stok beras organik yang dimiliki masih ada. Jumlah responden yang mengkonsumsi beras mix, sebanyak 4 orang melakukan pembelian beras di Super Indo Godean, dan 2 orang sisanya tidak melakukan pembelian beras organik.

Disisi lain, untuk responden di Pamella Satu, sebagian besar merupakan konsumen beras organik. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah konsumen beras organik lebih banyak daripada jumlah konsumen beras anorganik yaitu sebanyak 16 orang sudah mengkonsumsi dan 10 orang belum mengkonsumsi beras organik. Sebanyak 4 orang sisanya mengkonsumsi beras mix, artinya masih kadang-kadang saja mengkonsumsi beras organik dalam satu bulannya, sehingga tidak setiap hari mengkonsumsi. Dari jumlah konsumen yang mengkonsumsi beras organik, 14 orang melakukan pembelian beras organik, dan 2 orang sisanya tidak melakukan pembelian. Jumlah responden yang tidak mengkonsumsi beras

organik, sebanyak 6 orang melakukan pembelian beras organik yang disebabkan konsumen merasa penasaran dan ingin mencoba beras organik, sedangkan 4 orang sisanya tidak melakukan pembelian. Dari jumlah konsumen beras mix, sebanyak 3 orang melakukan pembelian beras organik, dan 1 orang sisanya tidak melakukan pembelian.

Dari penjelasan sebaran konsumen berdasarkan jenis beras yang dikonsumsi, selanjutnya akan diketahui untuk sebaran konsumen berdasarkan jumlah konsumsi beras organik sebulan terakhir sebelum dilakukan penelitian dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 8. Sebaran konsumen berdasarkan jumlah konsumsi beras organik satu bulan terakhir

Jumlah Konsumsi Beras Organik (kg)	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)	
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella
1-4	3	7	37,5	35
5-8	3	8	37,5	40
9-12	1	2	12,5	10
13-16	0	1	0	12,5
17-20	1	2	12,5	12,5
Total	8	20	100	100

Dari data diatas diketahui bahwa responden di Super Indo Godean sebesar 37,5% mengkonsumsi sebanyak 1-4 kg dan 5-8 kg, dan 12,5% lainnya mengkonsumsi beras organik sebanyak 9-12 kg dan 17-20 kg per bulannya. Dapat disimpulkan bahwa responden di Super Indo Godean masih sedikit yang mengkonsumsi beras organik dan jumlah konsumsinya pun masih sedikit. Jumlah konsumsi yang sedikit ini disebabkan karena banyaknya konsumen mengkonsumsi beras mix yang artinya masih kadang-kadang saja mengkonsumsi

beras organik sehingga beras organik yang dikonsumsi satu bulannya masih sedikit. Disamping itu, untuk responden di Pamela Satu sebagian besar responden mengkonsumsi beras organik sebanyak 1-4 kg per bulannya yaitu sebesar 35%, dan 40% responden mengkonsumsi beras organik sebanyak 5-8 kg, per bulannya. Dapat dikatakan bahwa konsumen beras organik di Pamela Satu sebagian besar masih mengkonsumsi beras organik dengan jumlah yang masih sedikit karena konsumen masih kadang-kadang saja mengkonsumsi beras organik. Dari hasil tabel 13, sebanyak 22 orang responden di Super Indo Godean dan sebanyak 10 orang responden di Pamela Satu tidak dimasukkan dalam tabel, merupakan responden yang tidak mengkonsumsi beras organik atau bukan merupakan konsumen beras organik.

8. Jenis beras organik yang dibeli

Sebagian besar konsumen di Super Indo Godean membeli jenis beras merah dan beras putih organik, dan untuk konsumen di Pamela Satu sebagian besar membeli beras merah organik. Adapun sebaran responden berdasarkan jenis beras organik yang dibeli dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 9. Sebaran responden berdasarkan jenis beras organik yang dibeli

Jenis	Jumlah Responden (orang)		Presentase (%)	
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella
Merah	5	14	17	47
Putih	6	9	20	30
Hitam	1	1	3	3
Coklat	0	0	0	0
Lainnya	0	1	0	3
Total	12	25	40	83

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden di Super Indo Godean yang memiliki minat terhadap beras organik melakukan pembelian jenis beras merah dan beras putih organik, dengan jumlah sebanyak 5 orang dan 6 orang serta 1 orang membeli jenis beras hitam. Banyaknya responden yang membeli jenis beras putih organik, dikarenakan responden masih ingin mencoba mengkonsumsi beras organik, sehingga membeli jenis beras putih organik yang rasanya tidak berbeda jauh dengan beras anorganik yang biasa dikonsumsinya.

Dari jumlah 23 orang yang melakukan pembelian beras organik di Pamela Satu, sebagian besar membeli jenis beras merah organik. Responden yang melakukan pembelian beras organik sebagian besar merupakan konsumen beras organik yaitu sebanyak 20 orang yang mana sebanyak dua orang responden melakukan pembelian beras organik dengan dua jenis beras sekaligus yaitu jenis beras putih dan hitam organik, serta jenis beras putih dan merah organik. Sebanyak 3 orang sisanya membeli beras organik karena penasaran ingin mencoba beras organik. Banyaknya konsumen yang membeli jenis beras merah organik dikarenakan konsumen ingin merasakan manfaat dari beras merah organik yang lebih baik daripada beras putih organik.

9. Pengetahuan terhadap beras organik

Sebelum mengukur minat konsumen, dilakukan pertanyaan terhadap responden beras tentang pengetahuan responden bahwa beras yang dipasarkan di pasar modern dapat diklasifikasikan menjadi beras organik dan beras anorganik. Data selengkapnya disajikan pada tabel 16 berikut.

Tabel 10. Sebaran responden berdasarkan pengetahuan terhadap beras organik

Pengetahuan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Ya	28	27	93	90	12	16	21	6
Tidak	2	3	7	10	0	2	2	1
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Dari tabel 16 diatas dapat diketahui bahwa 93 persen responden di Super Indo Godean, dan 90 persen responden di Pamella Satu mengetahui bahwa beras yang diklasifikasikan menjadi beras organik dan anorganik, sehingga dengan demikian dominasi konsumen mengetahui adanya beras organik yang di pasarkan di pasar modern, Yogyakarta. Banyaknya responden beras organik yang mengetahui tentang beras organik, dapat menunjukkan pengetahuan responden yang lebih tentang beras organik, sehingga hal ini akan menimbulkan minat konsumen untuk membeli beras organik.

Dari jumlah responden yang mengetahui tentang beras organik di kedua pasar modern, dominasi responden juga melakukan pembelian beras organik yaitu sebanyak 12 orang responden di Super Indo Godean dan 21 orang responden di Pamella Satu. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan responden terhadap beras organik akan mempengaruhi pembelian konsumen terhadap beras organik di pasar modern. Terdapat dua orang dari tiga orang responden di Pamella Satu yang tidak tahu tentang beras organik tetapi melakukan pembelian beras organik. Hal ini disebabkan karena rasa penasaran responden terhadap beras organik, sehingga responden tertarik untuk mencari lebih lanjut tentang beras organik, merasa ingin

untuk memiliki, kemudian yakin untuk membeli beras organik yang dipasarkan di Pamela Satu.

B. Minat Responden untuk Membeli Beras Organik

Minat konsumen untuk membeli beras organik diukur melalui tiga tahap yaitu ketertarikan, keinginan, dan keyakinan konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern.

1. Ketertarikan Konsumen terhadap Beras Organik

Ketertarikan konsumen diukur dengan bagaimana keinginan konsumen untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik yang dipasarkan di pasar modern Yogyakarta. Dari 60 responden yang diteliti dari kedua pasar modern, terdapat 87 persen responden tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik di Super Indo godean, dan 90 persen responden tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik di Pamela Satu. Adapun data selengkapnya disajikan pada tabel 17.

Tabel 11. Sebaran responden berdasarkan ketertarikan terhadap beras organik di pasar modern

Ketertarikan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Ya	26	27	87	90	12	14	22	5
Tidak	4	3	13	10	0	4	1	2
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa dominasi responden memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik di masing-

masing pasar modern. Sebanyak 26 responden di Super Indo Godean memiliki ketertarikan sedangkan 4 sisanya tidak memiliki ketertarikan, sedangkan untuk responden di Pamella Satu, sebanyak 27 orang memiliki ketertarikan dan 3 responden tidak memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hampir semua responden tertarik terhadap beras organik di kedua pasar modern.

Ketertarikan konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal. Dominasi konsumen tertarik terhadap beras organik karena beras organik bebas pestisida dan bahan kimia lainnya, disamping itu juga konsumen tertarik karena butir beras organik lebih utuh dari pada beras anorganik, harga beras organik hampir sama dengan beras anorganik dan warna beras organik yang lebih putih dari pada beras anorganik. Dari 26 responden yang tertarik terhadap beras organik di Super Indo Godean, sebagian besar responden tidak melakukan pembelian beras organik, yaitu sebanyak 14 orang. Hal ini disebabkan karena konsumen tidak memiliki keyakinan untuk membeli beras organik. Sedangkan dari 27 responden yang memiliki ketertarikan di Pamella Satu, sebagian besar responden melakukan pembelian beras organik yaitu sebanyak 22 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketertarikan konsumen mempengaruhi pembelian beras organik. Terdapat satu responden di Pamella Satu yang tidak memiliki ketertarikan namun melakukan pembelian beras organik, dikarenakan responden tersebut memiliki keyakinan untuk membeli beras organik yang dipasarkan di Pamella Satu.

Disamping memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik, responden juga mencari informasi tentang beras organik yang

dipasarkan di pasar modern Yogyakarta. Adapun sebaran responden terhadap pencarian informasi tentang beras organik merupakan responden yang memiliki ketertarikan terhadap beras organik yaitu sebanyak 26 orang di Super Indo dan sebanyak 27 orang di Pamella Satu. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 18.

Tabel 12. Sebaran responden berdasarkan pencarian informasi tentang beras organik di pasar modern Yogyakarta

Pencarian Informasi	Jumlah (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Ya	16	20	62	74	9	7	16	4
Tidak	10	7	38	26	3	7	6	1
Total	26	27	100	100	12	14	22	5

Dari jumlah responden yang memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik, sebesar 62 persen responden di Super Indo Godean, dan sebesar 74 persen responden di Pamella Satu juga mencari informasi lebih lanjut mengenai beras organik yang di pasarkan di pasar modern tersebut. Sebesar 38 persen sisa responden di Super Indo Godean, dan 26 sisa responden di Pamella Satu yang memiliki ketertarikan mengetahui lebih lanjut tentang beras organik, tidak melakukan pencarian informasi tentang beras organik.

Adapun informasi lebih lanjut yang dicari oleh konsumen sebagian besar tentang keunggulan beras organik dan jenis beras organik, selain itu konsumen juga mencari informasi tentang harga dan stok (persediaan) beras organik di pasar modern Yogyakarta. Dari jumlah responden yang melakukan pencarian informasi tentang beras organik di kedua pasar modern, sebagian besar juga melakukan pembelian beras organik yaitu sebanyak 9 orang di Super Indo Godean dan 16 orang di Pamella Satu. Hal ini dapat disebabkan dengan informasi yang diperoleh

responden tentang beras organik, akan memberikan pengetahuan yang lebih kepada responden. sehingga, responden memiliki pertimbangan tersendiri dan memilih untuk melakukan pembelian terhadap beras organik.

Disamping itu, terdapat 3 responden di Super Indo Godean, dan 6 responden di Pamella Satu yang tidak melakukan pencarian informasi mengenai beras organik namun, melakukan pembelian beras organik. Hal ini disebabkan, karena responden sudah cukup mendapatkan informasi dari label yang tertera pada kemasan beras organik.

2. Keinginan Konsumen terhadap Beras Organik

Keinginan merupakan rasa ingin konsumen untuk memiliki beras organik di pasar modern, Yogyakarta. Pada tabel 19 terdapat data mengenai keinginan konsumen untuk memiliki beras organik yang di pasarkan di pasar modern Yogyakarta yaitu di Super Indo Godean, dan Pamella Satu.

Tabel 13. Sebaran responden berdasarkan keinginan konsumen untuk memiliki beras organik yang dipasarkan di pasar modern Yogyakarta

Keinginan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Ya	26	27	87	87	12	14	23	4
Tidak	4	3	13	13	0	4	0	3
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Sebagian besar responden yaitu sebanyak 26 responden di Super Indo Godean dan sebanyak 27 responden di Pamella Satu memiliki keinginan untuk memiliki beras organik yang dipasarkan di pasar modern tersebut. Keinginan konsumen dilatarbelakangi sebagian besar karena konsumen ingin menerapkan hidup sehat

dengan mengkonsumsi beras organik dan ingin merasakan kelebihan dari mengkonsumsi beras organik. Disamping itu juga karena konsumen ingin merasakan varian lain dari beras organik serta konsumen merasa penasaran dengan rasa beras organik.

Dari rasa keinginan konsumen untuk memiliki beras organik yang dipasarkan di Super Indo Godean, sebagian besar konsumen tidak melakukan pembelian beras organik dengan jumlah responden sebanyak 14 orang. Hal ini disebabkan kurangnya keyakinan konsumen untuk membeli beras organik. Pada responden Pamela Satu yang memiliki keinginan untuk memiliki beras organik, sebagian besar melakukan pembelian beras organik dengan jumlah responden sebanyak 23 orang. Banyaknya responden yang melakukan pembelian beras organik di Pamela Satu disebabkan oleh keyakinan konsumen untuk membeli beras organik.

3. Keyakinan Konsumen terhadap Beras Organik

Setelah konsumen memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik dan memiliki keinginan untuk memiliki beras organik, selanjutnya diteliti bagaimana keyakinan konsumen untuk membeli beras organik yang dipasarkan di pasar modern untuk mengetahui bagaimana minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern Yogyakarta. Keyakinan konsumen untuk memiliki beras organik yang dipasarkan di pasar modern, Yogyakarta dapat dilihat pada tabel 20 berikut.

Tabel 14. Sebaran responden berdasarkan keyakinan konsumen untuk memiliki beras organik yang dipasarkan di pasar modern Yogyakarta

Keyakinan	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Ya	14	27	47	90	12	2	23	4
Tidak	16	3	53	10	0	16	0	3
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Dari tabel keyakinan konsumen terhadap pembelian beras organik diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki keyakinan untuk memiliki beras organik di Pamella Satu lebih besar dari pada responden di Super Indo Godean. Sebesar 90% dari seluruh responden Pamella memiliki keyakinan untuk memiliki beras organik dan hanya 10% yang tidak yakin untuk memiliki. Pada Super Indo Godean 53 persen responden tidak yakin untuk membeli beras organik dan 47 persen lainnya memiliki keyakinan.

Keyakinan responden dilatar belakangi karena keyakinan responden bahwa beras organik memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan dan keyakinan konsumen bahwa beras organik sangat aman untuk dikonsumsi, selain itu juga karena beras organik memiliki tekstur yang lebih pulen dari pada beras anorganik setelah dimasak serta beras organik memiliki aroma yang lebih wangi dari aroma beras anorganik sehingga akan lebih disukai anggota keluarga. Ketidakyakinan responden untuk memiliki beras organik dikarekan harga beras organik yang tergolong mahal dan kurangnya keyakinan responden terhadap keorganikan beras.

Dari jumlah responden di Super Indo Godean yang memiliki keyakinan untuk membeli beras organik, sebanyak 12 orang melakukan pembelian beras organik

dan 2 orang sisanya tidak melakukan pembelian. Begitupun untuk responden di Pamela Satu, sebanyak 23 orang melakukan pembelian beras organik, dan 4 orang sisanya tidak melakukan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa keyakinan konsumen mempengaruhi pembelian beras organik di pasar modern.

Dari pemaparan ketertarikan, keinginan, dan keyakinan konsumen terhadap beras organik, selanjutnya dapat diketahui minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern Yogyakarta. Minat konsumen diukur dengan menginterpretasikan hasil pengolahan data ketertarikan, keinginan, dan keyakinan konsumen terhadap beras organik di pasar modern Yogyakarta yaitu di Super Indo Godean, dan Pamela Satu berdasarkan kategori minat. Adapun data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 21 berikut.

Tabel 15. Presentase kategori minat konsumen untuk membeli beras organik di pasar modern Yogyakarta

Kategori Minat	Jumlah Responden (Orang)		Persentase (%)		Jumlah Pembeli (Orang)			
	Super Indo	Pamella	Super Indo	Pamella	Super Indo		Pamella	
					Ya	Tidak	Ya	Tidak
Sangat tidak berminat	1	2	3	7	0	1	0	2
Tidak berminat	6	1	20	3	0	6	0	1
Berminat	9	1	30	3	0	9	1	0
Sangat berminat	14	26	47	87	12	2	22	4
Total	30	30	100	100	12	18	23	7

Berdasarkan tabel presentase kategori minat diatas, diketahui bahwa 47 persen responden di Super Indo dan sebanyak 87 persen responden di Pamela termasuk kedalam kategori sangat berminat untuk membeli beras organik. Keadaan ini menunjukkan bahwa dengan kategori sangat berminat, artinya

responden memiliki ketertarikan, keinginan, dan keyakinan untuk membeli beras organik yang di pasarkan di setiap pasar modern. Selanjutnya, sebanyak 30 persen di Super Indo Godean, dan 3 persen responden di Pamella Satu termasuk pada kategori berminat. Artinya responden beras organik memiliki ketertarikan dan keinginan untuk memiliki, namun responden belum yakin untuk membeli beras organik. Untuk kategori tidak berminat, terdapat sebanyak 20 persen responden di Super Indo Godean, dan 3 persen di Pamella Satu. Hal ini disebabkan dengan adanya ketertarikan responden terhadap beras organik, namun belum adanya keinginan dan keyakinan konsumen terhadap beras organik tersebut. Kategori terakhir adalah kategori sangat tidak berminat, dengan persentase sebanyak 3 persen responden di Super Indo Godean, dan 7 persen responden di Pamella Satu. Keadaan ini disebabkan responden tidak memiliki ketertarikan, keinginan, dan keyakinan untuk membeli beras organik.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari seluruh responden beras organik di kedua pasar modern, dominasi responden berada pada kategori sangat berminat. Sehingga para responden memiliki rasa ketertarikan, keinginan, dan keyakinan yang tinggi terhadap beras organik yang dipasarkan. Hal ini ditunjukkan oleh konsumen yang melakukan pembelian beras organik di Super Indo Godean sebanyak 12 orang dan sebanyak 22 orang di Pamella merupakan konsumen dalam kategori sangat berminat, dan terdapat satu orang konsumen di Pamella Satu yang termasuk dalam kategori berminat yang disebabkan konsumen tidak memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut tentang beras organik, namun konsumen memiliki keinginan, dan keyakinan untuk membeli beras

organik. Disisi lain terdapat dua responden di Super Indo Godean dan empat responden di Pamella Satu yang tergolong dalam kategori sangat berminat namun tidak melakukan pembelian beras organik, dikarenakan masih tersedianya stok (persediaan) beras organik di rumah.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

1. Sebaran responden berdasarkan faktor harga, merek, ketersediaan produk, dan kesadaran kesehatan

- a. Harga

Harga merupakan suatu aspek yang menentukan keputusan pembelian, dimana harga suatu produk akan menentukan tingkat daya beli seseorang. Daya beli seseorang akan tinggi apabila harga yang tertera sesuai dengan harapan dan kemampuan seseorang tersebut. dalam penelitian ini, harga beras organik menunjukkan manfaat dan kualitas yang dimiliki produk tersebut. Adapun sebaran responden berdasarkan faktor harga dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 16. Sebaran responden berdasarkan harga beras organik

No	Indikator	Pernyataan (Super Indo)					Pernyataan (Pamella)				
		STS	TS	CS	S	SS	STS	TS	CS	S	SS
1.	Beras yang dipasarkan tergolong murah	4	17	7	2	0	2	6	12	9	1
		13,3 %	56,7 %	23,3 %	6,7 %	0%	6,7 %	20 %	40 %	30 %	3,3 %
2.	Harga beras organik yang dipasarkan sesuai dengan manfaat yang dapat dirasakan	2	2	10	16	0	1	1	8	18	2
		6,7 %	6,7 %	33,3 %	53,3 %	0%	3,3 %	3,3 %	26,7 %	60 %	6,7 %
3.	Harga beras organik yang tertera sesuai dengan kualitas beras organik	1	4	6	18	1	0	1	11	16	2
		3,3 %	13,4 %	20 %	60 %	3,3 %	0%	3,3 %	36,7 %	53,3 %	6,7 %

Dari tabel 22 diatas dapat diketahui bahwa responden di Super Indo Godean dan Pamella Satu sebagian besar setuju atas pernyataan harga beras organik yang dipasarkan di pasar moderen tersebut sesuai dengan manfaat yang dapat dirasakan yaitu sebesar 53,3% di Super Indo Godean dan sebesar 60% di Pamella Satu. Selain itu juga untuk pernyataan harga beras organik yang tertera sesuai dengan kualitas beras organik sebesar 60% responden di Super Indo Godean dan sebesar 53,3% di Pamella Satu menyatakan setuju.

Dari segi manfaat, beras organik memiliki khasiat yang lebih baik daripada beras anorganik karena terbebas dari bahan kimia. Jenis beras hitam organik merupakan jenis beras organik yang memiliki khasiat yang paling baik dibandingkan dengan jenis beras lainnya karena dapat diketahui dapat mencegah dan menyembuhkan berbagai macam penyakit. Selain itu, jenis beras merah organik juga memiliki khasiat yang baik yaitu sebagai penangkal kanker, kaya akan serat, dan dpat menurunkan kolesterol darah. Maka dari itu, banyak beras organik khususnya jenis beras merah yang dikhususkan untuk penderita diabetes.

Beras organik memiliki kualitas yang jauh lebih baik daripada beras anorganik, karena beras organik memiliki bentuk fisik dan kebersihan yang lebih baik daripada beras anorganik. Selain itu, beras organik dikemas dengan kemasan yang lebih tebal atau kemasan kardus, dan sebagian beras organik dikemas menggunakan teknologi vakum yang kedap udara sehingga akan terhindar dari gangguan kutu beras.

Pada pernyataan harga beras organik di Super Indo Godean yang tergolong murah, sebesar 56,7% responden tidak setuju. Artinya beras organik yang

dipasarkan di Super Indo Godean tergolong mahal. Beras organik yang dipasarkan di Pamella satu sebesar 40% responden menyatakan cukup setuju untuk pernyataan harga beras organik yang tergolong murah, yang artinya bahwa beras organik yang dipasarkan di Pamella Satu tergolong cukup murah untuk kategori beras organik, namun masih lebih mahal dari beras anorganik.

Harga beras organik di Super Indo Godean yang tergolong mahal disebabkan oleh manfaat dan kualitas beras organik yang lebih baik pula. Jenis beras hitam dan beras merah organik memiliki harga yang lebih mahal daripada jenis beras organik lainnya. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4, bahwa harga beras organik yang tersedia di Super Indo Godean dijual dengan harga rata-rata Rp. 30.000 - Rp. 54,000 per kilonya dan untuk harga beras organik di Pamella Satu rata-rata dijual dengan harga Rp. 15.000 - Rp. 35.000 per kilonya (tabel 5). Kemudian untuk jenis beras organik yang sama yaitu beras merah organik Tropicana Slim di Super Indo Godean dijual lebih mahal daripada di Pamella Satu. Oleh karena itu, beras organik di Pamella Satu tergolong cukup mahal karena memiliki harga yang lebih murah daripada beras organik di Super Indo Godean.

b. Merek

Merek dagang beras organik yang dipasarkan di Super Indo Godean dan Pamella Satu sangat beragam. Maka para responden juga akan memiliki penilaian masing-masing terhadap merek beras organik. Adapun sebaran responden berdasarkan merek beras organik disajikan pada tabel berikut.

Tabel 17. Sebaran responden berdasarkan merek beras organik

No	Indikator	Pernyataan (Super Indo)					Pernyataan (Pamella)				
		STS	TS	CS	S	SS	STS	TS	CS	S	SS
1.	Terdapat beberapa jenis merek beras organik yang dipasarkan	1	2	8	16	3	1	0	8	16	5
		3,3 %	6,7 %	26,7 %	53,3 %	10 %	3,3 %	0%	26,7 %	53,3 %	16,7 %
2.	Produsen beras organik memberikan manfaat dengan memberikan jaminan mutu beras organik	1	1	7	21	0	0	2	9	17	2
		3,3 %	3,3 %	23,3 %	70 %	0% %	0% %	6,7 %	30 %	56,7 %	6,7 %
3.	Dengan merek yang tertera “Beras Organik” saya percaya bahwa beras organik memiliki kualitas yang lebih baik daripada beras anorganik	0	3	9	17	1	0	4	8	13	5
		0% %	10 %	30 %	56,7 %	3,3 %	0% %	13,3 %	26,7 %	43,3 %	16,7 %

Berdasarkan tabel 23, dari kedua pasar modern sebagian besar responden setuju atas pernyataan terdapat beberapa jenis merek beras organik yang dipasarkan di pasar modern, ditunjukkan dengan sebesar 53,3% responden di Super Indo Godean dan Pamella Satu. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4 dan tabel 5 diatas bahwa beras organik di Super Indo Godean terdiri dari 5 jenis merek dan di Pamella Satu terdiri dari 7 jenis merek beras organik, dan dari setiap merek yang ada memiliki jenis yang beragam pula.

Selanjutnya, untuk pernyataan produsen beras organik memberikan manfaat dengan memberikan jaminan mutu beras organik, sebesar 70% responden di Super Indo Godean dan sebesar 56,7% responden di Pamella Satu menyatakan setuju. Jaminan mutu yang diberikan berupa adanya sertifikasi pada kemasan beras organik ditunjukkan dengan beberapa jenis sertifikasi pada beras organik yang dipasarkan di Super Indo Godean dan Pamella Satu diantaranya: sertifikat

SNI, KEMTAN RI, Dinas Kesehatan, Balai Laboratorium Kesehatan Yogyakarta, Organic Farming Certificate, sertifikat bebas pestisida dari SUCOFINDO, dan Laboratorium LPPT UGM. Selain itu, beras organik yang dipasarkan sudah berlabel Organik Indonesia, yaitu layanan yang menangani pengawasan pada bahan pangan organik di Indonesia.

Pada pernyataan dengan merek yang tertera “Beras Organik” saya percaya bahwa beras organik memiliki kualitas yang lebih baik daripada beras anorganik, terdapat sebesar 56,7% responden Super Indo Godean dan sebesar 43,3 % responden di Pamella Satu menyatakan setuju. Hal ini disebabkan dengan adanya sertifikasi sertifikat dan label yang tertera konsumen akan semakin yakin dengan kualitas beras organik yang sudah sangat terjamin karena sudah melalui beberapa proses pengujian.

c. Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk merupakan aspek yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen. Dalam penelitian ini, faktor ketersediaan produk diindikasikan menjadi tiga yaitu beras organik selalu tersedia di setiap pasar modern, terdapat beberapa jenis beras organik, dan terdapat beberapa ukuran beras organik. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 24.

Tabel 18. Sebaran responden berdasarkan ketersediaan beras organik

No.	Indikator	Pernyataan (Super Indo)					Pernyataan (Pamella)				
		STS	TS	CS	S	SS	STS	TS	CS	S	SS
1.	Beras organik selalu tersedia di pasar modern ini	1	7	10	12	0	0	5	5	15	5
		3,3 %	23,3 %	33,4 %	40 %	0%	0%	16,7 %	16,7 %	50 %	16,6 %
2.	Pada pasar modern ini terdapat beberapa jenis beras organik	0	3	11	13	3	0	0	9	13	8
		0 %	10 %	36,7 %	43,3 %	10 %	0%	0%	30 %	43,3 %	26,7 %
3	Pada pasar modern ini terdapat beberapa ukuran untuk setiap beras organik yang dipasarkan	2	6	8	13	1	0	0	9	14	7
		6,7 %	20 %	26,7 %	43,3 %	3,3 %	0%	0%	30 %	46,7 %	23,3 %

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden setuju atas pernyataan beras organik di Super Indo Godean dan Pamella satu selalu tersedia. Yaitu sebesar 40% di Super Indo Godean dan sebesar 50% di Pamella satu. Hal ini diketahui jika stok beras organik yang ada tinggal beberapa bungkus, maka dilakukan *restock* (persediaan kembali), karena selalu ada pengecekan persediaan barang. Bahkan di Pamella Satu sebesar 16,6% menjawab sangat setuju artinya tidak pernah terjadi kekosongan *stock*, dan tidak adanya konsumen menjawab pernyataan sangat setuju untuk di Super Indo Godean dikarenakan pernah terjadinya kekosongan *stock* (persediaan) beras organik di Super Indo Godean.

Selanjutnya, sebagian besar responden Super Indo Godean dan Pamella Satu setuju atas pernyataan terdapat beberapa jenis beras organik yang dipasarkan, yaitu sebesar 43,3% dari setiap pasar modern. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4 dan tabel 5 dimana beras organik yang tersedia terdapat beberapa jenis yaitu sebanyak 12 jenis di Super Indo Godean dan sebanyak 17 jenis di Pamella Satu.

Begitupun untuk pernyataan terdapat beberapa ukuran beras organik sehingga dapat mempermudah konsumen dalam menentukan jumlah pembelian, sebagian besar responden di Super Indo Godean yaitu sebesar 43,3% dan Pamella Satu sebesar 46,7% setuju dengan pernyataan tersebut. Dimana beras organik di Super Indo Godean tersedia dari ukuran 0,8-2 kg per bungkusnya dan di Pamella Satu tersedia dari ukuran 0,5-5 kg per bungkusnya.

d. Kesadaran Kesehatan

Kesadaran konsumen terhadap kesehatan menentukan gaya hidup yang diterapkan. Konsumen yang sadar akan kesehatan akan memilih sumber makanan yang baik bagi tubuh. Berikut merupakan sebaran konsumen beras organik berdasarkan kesadaran kesehatan.

Tabel 19. Sebaran responden berdasarkan kesadaran kesehatan

No.	Indikator	Pernyataan (Super Indo)					Pernyataan (Pamella)				
		STS	TS	CS	S	SS	STS	TS	CS	S	SS
1.	Saya sangat mengutamakan kesehatan saya, sehingga saya memilih beras organik sebagai makanan pokok	0	2	7	19	2	0	1	5	17	7
		0%	6,7%	23,3%	63,3%	6,7%	0%	3,3%	16,7%	56,7%	23,3%
2.	Beras organik memiliki manfaat yang lebih baik bagi kesehatan daripada beras anorganik	0	0	5	22	3	0	0	4	13	13
		0%	0%	16,7%	73,3%	10%	0%	0%	13,4%	43,3%	14,3%
3.	Dengan mengkonsumsi beras organik dapat meningkatkan kesehatan	0	0	4	19	7	0	0	5	14	11
		0%	0%	13,4%	63,3%	23,3%	0%	0%	16,7%	46,6%	36,7%

Dari tabel 25, diketahui bahwa sebagian besar responden di Super Indo Godean setuju atas pernyataan: Saya sangat mengutamakan kesehatan saya

sehingga saya memilih beras organik sebagai makanan pokok yaitu sebesar 63,3%, beras organik memiliki manfaat yang lebih baik dari beras anorganik sebesar 73,3%, dan dengan mengkonsumsi beras organik dapat meningkatkan kesehatan sebesar 63,3%. Dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden di Super Indo Godean sadar akan kandungan kesehatan dari beras organik.

Begitupun dengan responden di Pamella Satu, sebagian besar responden setuju dari tiga pernyataan faktor kesadaran kesehatan, namun, tidak berbeda jauh untuk pernyataan beras organik memiliki manfaat yang lebih baik dari beras anorganik, dan dengan mengkonsumsi beras organik dapat meningkatkan kesehatan, sebagian besar responden sangat setuju atas pernyataan tersebut yaitu sebesar 43,3% dan 36,7%. Hal ini dapat disebabkan dari informasi yang dicari responden dan pada keterangan label kemasan beras organik, sehingga konsumen akan sadar terhadap kandungan beras organik yang baik bagi kesehatan.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara faktor harga, merek, ketersediaan produk, dan kesadaran kesehatan terhadap minat konsumen untuk membeli beras organik. Hasil pengolahan data untuk regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 20. Hasil analisis regresi linier berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig
Harga (X1)	3,894	0,617	0,540
Merek (X2)	-11,735	-1,591	0,513
Ketersediaan Produk (X3)	16,833	3,177	0,002
Kesadaran Kesehatan (X4)	8,937	1,263	0,212
Constanta		-18,171	
R square		0,214	
F hitung		3,735	
Sig. F hitung		0,009	

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 25 diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diketahui F hitung sebesar 3,735 lebih besar dari F tabel sebesar 2,77 maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel independen (harga, merek, ketersediaan produk, dan kesadaran kesehatan) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (minat beli).

b. Uji Determinasi (R^2)

Dari hasil perhitungan untuk nilai R^2 dengan program SPSS nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,214. Hal ini berarti bahwa 21,4% minat beli beras organik benar-benar dipengaruhi oleh variabel independen (harga, merek, ketersediaan produk, dan kesadaran kesehatan), sedangkan sisanya yaitu sebesar 78,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

c. Koefisien regresi variabel harga ($X_1 = 3,894$)

Koefisien regresi variabel harga (X_1) terhadap minat beli (Y) bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa apabila konsumen merasakan kenaikan skor harga (X_1) yang dikarenakan peningkatnya harga beras organik menggambarkan kesesuaian dengan kualitas dan manfaat beras organik, maka minat beli akan semakin meningkat. Hasil t hitung menunjukkan 0,617 dengan tingkat signifikansi 0,540. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara uji harga terhadap minat beli. Artinya konsumen sudah tidak memperhatikan harga beras organik, karena sudah yakin terhadap manfaat dan kualitas beras organik.

d. Koefisien regresi variabel merek ($X_2 = -11,735$)

Koefisien regresi variabel merek (X_2) terhadap minat beli (Y) bernilai negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa apabila konsumen merasakan penurunan skor merek (X_2) yang dikarenakan tidak adanya keberagaman merek yang tersedia, tidak adanya jaminan mutu yang diberikan produsen, dan tidak adanya kualitas produk beras organik, maka minat beli akan meningkat. Sehingga dapat diartikan bahwa dalam melakukan pembelian beras organik, konsumen tidak memperhatikan faktor merek. Hasil t hitung menunjukkan -1,591 dengan tingkat signifikansi 0,513. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara uji merek terhadap minat beli, artinya dalam melakukan pembelian beras organik, konsumen sudah tidak memperhatikan merek lain karena sudah memiliki merek beras organik tertentu.

e. Koefisien regresi ketersediaan produk ($X_3 = 16,833$)

Koefisien regresi variabel ketersediaan produk (X_3) terhadap minat beli (Y) bernilai positif, sehingga dapat dikatakan apabila konsumen merasakan peningkatan skor ketersediaan produk (X_3) yang dikarenakan produk beras organik selalu tersedia, terdapat beberapa jenis beras organik, dan terdapat beberapa ukuran beras organik, maka minat beli akan meningkat. Hasil t hitung menunjukkan 3,177 dengan tingkat signifikansi 0,002. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara uji ketersediaan produk terhadap minat beli, artinya semakin tersedianya produk beras organik yang diinginkan, maka konsumen akan semakin berminat untuk membeli beras organik di pasar modern. Menurut Loudon dan Bitta (1993) dalam Wathani (2009) faktor yang mempengaruhi pembelian tidak terencana (impulsif) salah satunya karena karakteristik pemasaran yang terdiri dari distribusi. Pendistribusian produk yang dilakukan secara *continue* (terus-menerus) akan mempengaruhi pembelian impulsif, artinya konsumen melakukan pembelian tidak terencana terhadap beras organik di pasar modern karena produk beras organik di pasar modern selalu tersedia.

f. Koefisien regresi variabel kesadaran kesehatan ($X_4 = 8,937$)

Koefisien regresi variabel kesadaran kesehatan (X_4) terhadap minat beli (Y) bernilai positif, sehingga dapat dikatakan apabila konsumen merasakan peningkatan skor kesadaran kesehatan (X_4) yang dikarenakan konsumen mengutamakan kesehatan, beras organik memiliki manfaat yang lebih baik daripada anorganik, dan dengan mengonsumsi beras organik dapat

meningkatkan kesehatan, maka minat beli akan meningkat pula. Hasil t hitung menunjukkan 1,263 dengan tingkat signifikansi 0,212. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara uji kesadaran kesehatan terhadap minat beli. Hasil uji t kesadaran kesehatan dapat dijelaskan bahwa kesadaran konsumen akan kesehatan tidak hanya dengan mengkonsumsi beras organik, banyak hal lain yang dapat mencerminkan kesadaran kesehatan oleh konsumen seperti gaya hidup sehat dengan berolah raga, istirahat cukup dan mengkonsumsi sumber makanan lain yang baik bagi kesehatan.