

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “PENGARUH MANFAAT PADA KESEHATAN, KEPEDULIAN LINGKUNGAN, SENSORIK, HARGA, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN NILAI YANG DIRASAKAN TERHADAP INTENSI PEMBELIAN MAKANAN ORGANIK DI GREENLY GALAXY MALL 1 SURABAYA.” Tugas akhir ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari semua pihak, tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Maka dari itu, penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada semua pihak yang membantu proses pengerjaan tugas akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- 2) Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
- 3) Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A, selaku Ketua Konsentrasi Ritel.
- 4) Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.Si., M.M., M.Si., selaku dosen pembimbing.
- 5) Ibu Sabrina Oktaria Sihombing, selaku penasihat akademik penulis.
- 6) Dosen yang pernah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
- 7) Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
- 8) Staf Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.

- 9) Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- 10) Ayah Gunawan Setyabudi, S.E., Ibu Dra. Ec. Vera Parengkuan, Kakak Warren Albright Setyabudi, S.M., dan Stephanie Ione Setyabudi yang sudah memberikan dukungan moril, material, dan doa kepada penulis.
- 11) Teman-teman seperjuangan Albertus Aldo, Alex Junior Iskandar, Bryan Timmothy Davis, Christoforus Adira Pratama, David Kurniawan Slamet, Franklin, Hokky Tandean, James Pangkiey, Jason Soegiharto, Philip Benardy Tjeng, dan Steven yang telah mengalami suka duka bersama dan memberikan bantuan selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
- 12) Pihak yang terlibat dalam penyelesaian tugas akhir ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu kritik dan saran pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis untuk menyempurnakan tugas akhir ini.

Sidoarjo, 28 Januari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Manfaat pada Kesehatan.....	9
2.2 Kepedulian Lingkungan .....	10
2.3 Sensorik.....	11
2.4 Harga .....	13

2.5	Kepercayaan Konsumen .....	14
2.6	Nilai yang Dirasakan .....	16
2.7	Intensi Pembelian .....	17
2.8	Pengajuan Hipotesis .....	19
2.8.1	Pengaruh manfaat pada kesehatan terhadap intensi pembelian ..	20
2.8.2	Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap intensi pembelian ....	20
2.8.3	Pengaruh sensorik terhadap intensi pembelian .....	21
2.8.4	Pengaruh harga terhadap intensi pembelian .....	21
2.8.5	Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap intensi pembelian ...	22
2.8.6	Pengaruh nilai yang dirasakan terhadap intensi pembelian .....	22
2.9	Model Penelitian.....	23

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Obyek Penelitian .....	24
3.2	Unit Analisis.....	25
3.3	Tipe Penelitian.....	25
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	25
3.5	Populasi dan Sampel.....	37
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel .....	37
3.5.2	Metode Penarikan Sampel .....	37
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7	Metode Analisis Data.....	39
3.8	Pengujian Instrumen Penelitian .....	39
3.8.1	Pengujian Validitas.....	39
3.8.2	Pengujian Reliabilitas .....	39
3.8.3	Hasil Uji Instrumen Pendahuluan .....	40
3.8.3.1	Hasil Uji Validitas.....	44
3.8.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	44

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Profil Responden.....	46
4.1.2	Deskripsi Konstruk Penelitian.....	49
4.1.2.1	Deskripsi Variabel Manfaat pada Kesehatan.....	50
4.1.2.2	Deskripsi Variabel Kepedulian Lingkungan.....	52
4.1.2.3	Deskripsi Variabel Sensorik.....	54
4.1.2.4	Deskripsi Variabel Harga.....	57
4.1.2.5	Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen.....	58
4.1.2.6	Deskripsi Variabel Nilai yang Dirasakan.....	60
4.1.2.7	Deskripsi Variabel Intensi Pembelian.....	63
4.1.3	Analisis Data Penelitian.....	65
4.1.3.1	<i>Outer Model</i> .....	65
4.1.3.2	<i>Inner Model</i> .....	70
4.2	Pembahasan.....	72

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	76
5.2	Implikasi Manajerial.....	77
5.3	Keterbatasan dan Saran Penelitian.....	78

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Konsumsi Makanan Organik di Indonesia Periode 2016-2019.....	2
Tabel 1. 2 Rentang Harga .....	5
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel .....	26
Tabel 3. 2 Validitas dan Reliabilitas (HCM) .....	40
Tabel 3. 3 Validitas dan Reliabilitas (Dimensi).....	41
Tabel 3. 4 Validitas dan Reliabilitas (Konstruk).....	42
Tabel 3. 5 Validitas Diskriminan (Kriteria Fornell-Larcker).....	43
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Profesi Saat Ini.....	47
Tabel 4. 5 Jumlah Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan Per Bulan .....	48
Tabel 4. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Makanan Organik Per Bulan .....	49
Tabel 4. 7 Skala Likert.....	49
Tabel 4. 8 Jawaban dan Nilai Jawaban.....	50
Tabel 4. 9 Konstruk Manfaat pada Kesehatan .....	51
Tabel 4. 10 Konstruk Kepedulian Lingkungan.....	52
Tabel 4. 11 Konstruk Sensorik .....	55
Tabel 4. 12 Konstruk Harga .....	57
Tabel 4. 13 Konstruk Kepercayaan Konsumen.....	59
Tabel 4. 14 Konstruk Nilai yang Dirasakan .....	61
Tabel 4. 15 Konstruk Intensi Pembelian .....	63
Tabel 4. 16 Validitas dan Reliabilitas (HCM) .....	65
Tabel 4. 17 Validitas dan Reliabilitas (Dimensi).....	66
Tabel 4. 18 Validitas dan Reliabilitas (Konstruk).....	67
Tabel 4. 19 Discriminant Validity (Kriteria Fornell-Larcker).....	68
Tabel 4. 20 Collinearity Statistics (VIF) .....	70
Tabel 4. 21 Size and Significance of Path Coefficient .....	70

Tabel 4. 22 Coefficient of Determination.....72



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....23

