

ABSTRAK

**SIKAP PEMBELIAN KONSUMEN NUTRIFOOD DI YOGYAKARTA
BERDASARKAN KELAS SOSIAL EKONOMI, LATAR BELAKANG
PENDIDIKAN, DAN PENGETAHUAN KONSUMEN**

**Kartini Mariane Lukas
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2012**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Faktor atau atribut produk makanan organik yang menjadi pengaruh bagi konsumen dalam membeli makanan organik di Nutrifood Yogyakarta. 2) Karakteristik responden yang membeli makanan organik di Nutrifood Yogyakarta. 3) Perbedaan sikap berdasarkan kelas sosial ekonomi, latar belakang pendidikan, dan pengetahuan konsumen akan makanan organik. 4) Pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian makanan organik konsumen di Nutrifood Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan studi kasus dengan populasinya adalah konsumen Nutrifood Yogyakarta dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, Analisis Varians (Anova), dan Analisis Regresi Linier Sederhana.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa: 1) Keputusan pembelian konsumen Nutrifood Yogyakarta atas makanan organik dipengaruhi oleh faktor kesehatan. 2) Mayoritas konsumen Nutrifood Yogyakarta adalah mereka yang berjenis kelamin wanita, berusia antara 22 - 45 tahun, bekerja sebagai pegawai swasta, dengan rata-rata penghasilan yang kurang dari Rp. 2.000.000,- s.d Rp.4.000.000,- per bulan, tingkat pendidikan terakhirnya adalah S1, dan masuk dalam tipe *green consumers Naturalites*. 3) Terdapat perbedaan sikap positif yang ditunjukkan oleh konsumen Nutrifood terhadap makanan organik dilihat dari latar belakang pendidikan, kelas sosial ekonomi, serta pengetahuan konsumen akan makanan organik. 4) Sikap konsumen mempengaruhi keputusan pembelian makanan organik di Nutrifood.

ABSTRACT

**CONSUMER'S ATTITUDE TOWARDS ORGANIC FOOD BASED ON
SOCIOECONOMIC CLASS, EDUCATIONAL BACKGROUND, AND
CONSUMER'S KNOWLEDGE:
A STUDY ON NUTRIFOOD CONSUMER'S IN YOGYAKARTA**

**Kartini Mariane Lukas
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2012**

The objectives of this research were to know: 1) factors or attributes of organic food products which influence for consumers in buying organic food in Nutrifood Yogyakarta. 2) Characteristics of respondents who buy organic food in Nutrifood Yogyakarta. 3) Differences of attitudes based on socioeconomic class, educational background, and consumer's knowledge of organic food. 4) Influence of attitudes towards organic food on purchasing decisions of consumers in Nutrifood Yogyakarta.

This research was a case study where the population was the consumers of Nutrifood Yogyakarta and the sample taken was 100 respondents. The sampling technique applied was purposive sampling technique and data gathering technique was questionnaire. The techniques of data analysis used in this research were the Descriptive Analysis, Analysis of Variance (Anova), and Simple Linier Regression Analysis.

Based on the data analysis, the research found that: 1) Nutrifood Yogyakarta consumers purchasing decisions of organic food were influenced by health factors. 2) The majority of consumers are female, aged 22 – 45 years, worked as private employees, with average income less than Rp. 2.000.000,- — Rp.4.000.000,- per month, last education level is bachelor degree, and into the green consumers type Naturalites. 3) There are differences in attitude shown by Nutrifood Yogyakarta consumers towards organic food viewed from educational background, socioeconomic class, and consumer's knowledge of organic food. 4) Consumer's attitude influences purchasing decisions of organic food in Nutrifood Yogyakarta.