

RINGKASAN

Pengembangan beras organik tidak cukup jika produksinya saja yang ditingkatkan, tanpa diiringi dengan perbaikan pemasaran akan berdampak buruk bagi produsen, maka dari itu harus diiringi dengan strategi pemasaran berdasar konsumen agar tidak salah dalam membidik pasar sasaran. Apabila minat beli terhadap beras organik sudah diketahui, ini merupakan acuan untuk mengetahui pasar potensial beras organik. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui minat beli masyarakat terhadap beras organik. (2) Mengetahui pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan, pengetahuan, dan umur terhadap minat beli beras organik.

Metode penelitian adalah *survey* dengan penentuan lokasi secara *purposive*. Metode pengambilan sampel menggunakan *Multistage Sampling* dengan empat *stage*, yang pertama pemilihan kelurahan, kedua pemilihan rw, ketiga pemilihan rt dan keempat pemilihan unit sample rumah tangga secara *random*. Analisis digunakan adalah analisis deskriptif dengan bantuan alat ukur skala likert untuk mengetahui minat beli dan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan, pengetahuan, dan umur terhadap minat beli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat beli masyarakat terhadap beras organik di Kecamatan Purwokerto Utara adalah sedang. Pengetahuan, umur, pendidikan dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel dependent minat beli. Variabel yang berpengaruh nyata secara parsial atau individu terhadap minat beli hanya variabel pendidikan dan pengetahuan, sedangkan untuk variabel umur dan pendapatan berpengaruh tidak nyata terhadap minat beli.

Kata kunci: minat beli, beras organik, *multistage sampling*, skala likert, analisis regresi berganda.

SUMMARY

The development of organic rice is not enough if just increased production, without accompanying marketing improvements will adversely affect the producers, so must be accompanied by a marketing strategy based on the consumer so that no one in targeting the target market. By knowing the interest in organic rice, we can know the actual potential market for organic rice. This study aims to: (1) Know the buying interest of the community towards organic rice. (2) To know the effect of education level, income, knowledge, and age on buying interest organic rice.

The research method used is survey with purposive location determination. Sampling method that used is Multistage Sampling with four stages, the first stage is urban election, the second rw selection, the third rt selection and the fourth selection unit sample is household with random sampling. The analysis used is descriptive analysis with the likert scale measurement tool to know buying interest and multiple regression analysis to know the influence of education level, income, knowledge, and age to buying interest.

The results showed that people's buying interest in organic rice in North Purwokerto District is enough. Knowledge, age, education and income together have real effect on dependent variable of buying interest. The variable that significantly influences partially or individual to the buying interest is only the education and knowledge variables, while for the age and income variable has no significant on the buying interest.

Keywords: buying interest, organic rice, multistage sampling, likert scale, multiple regression analysis.