

## RINGKASAN

Pertanian organik adalah teknik budidaya pertanian yang mengandalkan bahan-bahan yang alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintesis. Salah satu produk pertanian organik adalah sayuran organik. Kebutuhan sayuran organik terus meningkat setiap tahunnya membuat produsen sayuran organik bersaing untuk menguasai pasar. Agar dapat menguasai pasar, produsen harus mengetahui selera konsumen dalam memilih sayuran organik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut-atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayuran organik, dan mengetahui faktor internal yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian sayuran organik di Kota Bekasi. Penelitian dilaksanakan di Supermarket Hypermart, Farmers Market, Carefour, dan Giant Kota Bekasi. Hipotesis atribut produk yang diajukan pada penelitian ini adalah proporsi jawaban Ya pada atribut harga, kemasan, kesegaran, kebersihan dan kesehatan dalam keputusan pembelian sayuran organik dianggap sama. Sedangkan hipotesis faktor-faktor internal yang mempengaruhi konsumen pada penelitian ini adalah usia, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei, sedangkan metode penentuan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan responden sebesar 100 orang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni hingga Juli 2016. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Cochran Q Test*, analisis *Conjoint*, dan analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang dipertimbangkan dan disukai konsumen dalam keputusan pembelian sayuran organik secara berurutan yaitu atribut kesegaran, kemasan sayuran organik yang menggunakan plastik, dan kesehatan yang sangat baik. Faktor internal yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian sayuran organik adalah faktor usia, pendidikan terakhir (formal), dan pendapatan.

## **SUMMARY**

*Organic farming is agricultural cultivation techniques that rely on natural ingredients without the use of synthetic chemicals. One of the products of organic farming is an organic vegetables. Organic vegetable needs continue to increase every year making organic vegetable producers compete to dominate the market. In order to dominate the market, manufacturers need to know the tastes of consumers in choosing organic vegetables. The purpose of this research is to find out the attributes that consumers consider the purchase decision of organic vegetables, and find out the internal factors that influence consumers on purchasing decisions vegetables organic in Bekasi. This research was conducted at Supermarket of Hypermart, Farmers Market, Carefour, and Giant Bekasi. Product attributes hypothesis proposed in this research was the proportion of "Yes" on the attributes of price, packaging, freshness, cleanliness and hygiene in the purchasing decisions of organic vegetables are considered equal. Whereas hypothesis of internal factors that influence consumers in this reseach were age, level of education, income and number of organic vegetables.*

*The method used in this research is a survey method, while the method of sampling using accidental sampling with respondents of 100 people. The research was conducted on June until July 2016. The analysis used in this research is the analysis of the Cochran Q test, Conjoint analysis and Linear Regression analysis.*

*The result of research showed that the attributes considered and preferred by consumer the purchase of organic vegetables in a sequence that is an attribute of freshness, organic vegetables packaging use plastic, and excellent health. Internal factors that influence the purchasing decisions of organic vegetables is the age factor, recent education (formal), and income.*