

**ABSTRAK**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI PRODUK MAKANAN  
ORGANIK DI BANDAR LAMPUNG**

**OLEH**

**MUHAMMAD ILHAM LUBIS**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi masyarakat Bandar Lampung terhadap produk makanan organik. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi konsumen terhadap niat beli produk makanan organik. Dalam hal ini persepsi konsumen terhadap produk makanan organik dilihat dari persepsi kesehatan, persepsi keamanan pangan, persepsi ramah lingkungan, dan persepsi kualitas produk. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat Bandar Lampung yang mengetahui tentang makanan organik. Metode analisis statistik terdiri dari analisis regresi linier berganda, pengujian signifikansi simultan (Uji F), pengujian signifikansi parsial (uji t), dan analisis determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kesehatan, persepsi keamanan pangan, persepsi ramah lingkungan, dan persepsi kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat beli konsumen dengan sumbangan sebesar 96,8%. Hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas produk (X4) memberikan pengaruh terbesar, sedangkan variabel persepsi keamanan pangan (X2) memberikan pengaruh yang paling kecil.

Kata Kunci : Persepsi Konsumen, Niat Pembelian, Produk Makanan Organik.

## **ABSTRACT**

### **CONSUMERS PERCEPTION TOWARDS PURCHASE INTENTION FOR ORGANIC FOOD PRODUCTS IN BANDAR LAMPUNG**

**BY**

**MUHAMMAD ILHAM LUBIS**

*This research was conducted to find out the perception of Bandar Lampung people's to organic food product. The main purpose of this research is to examine and analyze the influence of consumer perception on the intention to buy organic food products. In this case, consumer perceptions of organic food products seen from the perception of health, food safety, environmentally friendly, and the perception of product quality. Sampling method using non-probability sampling method with purposive sampling technique. Samples taken in this study as many as 100 respondents who are people of Bandar Lampung who know about organic food. Methods of statistical analysis consisted of multiple linear regression analysis, simultaneous significant test (F test), partial significant test (t test), and determination analysis.*

*The results of this study indicate that perception of health, food safety, environmentally friendly, and product quality have a positive and significant effect on consumer purchase intention with a contribution of 96.8%. Quantitative analytical results prove that the variable product quality (X4) provide the most impact, while the variable perception of food safety (X2) provides the smallest effect.*

*Keywords : Consumer's Perception, Purchase Intention, Organic Food Product's*