

Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Pembelian Produk Pertanian Organik Secara Online Pada Generasi X

*The Influence of Attitudes, Subjective Norms and Behavioral Controls on Intentions to
Purchase Organic Agricultural Products Online in X Generation*

Daryanti¹, Endang Siti Rahayu², Heru Irianto³

¹ Universitas Sebelas Maret, Surakarta

² Universitas Sebelas Maret, Surakarta

³ Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Corresponding author : daryanti10@student.uns.ac.id

Abstrak

Layanan *online* mulai diminati dibanding layanan *offline*, dikarenakan manusia ingin hidup lebih praktis, serta adanya pandemi membuat semua hal harus dikerjakan dari rumah. *Theory of Planned Behavior* digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui tentang niat. Metode dasar penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik survei. Lokasi penelitian di DKI Jakarta dengan metode penentuan lokasi secara *purposive*. Metode penentuan sampel menggunakan perbandingan jumlah indikator yang menghasilkan 112 sampel. Kriteria sampel adalah penduduk DKI Jakarta, berusia 41-56 tahun dan pernah membeli sayur organik tetapi tidak secara online. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner online yang disebarakan melalui media sosial. Metode analisis data menggunakan SEM yang dianalisis dengan software AMOS 22. Hasil analisis SEM menunjukkan bahwa *goodness of fit* yang relatif baik dan dapat dianggap memenuhi kesesuaian model, CMIN/Df= 1,164; TLI= 0,986; CFI= 0,990; NFI= 0,935; IFI= 0,990 dan RMR 0,050, sedangkan parameter lain kurang mendukung. Hasil estimasi model menunjukkan bahwa sikap dipengaruhi oleh norma subjektif ($\beta= 0,59$; $cr= 5,711$), niat dipengaruhi oleh norma subjektif ($\beta= 0,46$; $cr= 4,215$) dan kontrol perilaku ($\beta= 0,57$; $cr= 4,098$), sedangkan sikap tidak berpengaruh ($\beta= 0,13$; $cr= 1,084$). Hubungan antar variabel model persamaan struktural penelitian ini secara umum mendukung hasil penelitian sebelumnya, terkecuali pada hubungan antara sikap dengan niat.

Kata Kunci : Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Niat, dan Generasi X

Abstract

Online services are starting to be in demand compared to offline services, because humans want to live more practically, and the pandemic has forced everything to be done from home. The Theory of Planned Behavior is used in this study to find out about intentions. The basic method of this research is descriptive quantitative by using survey technique. The research location in DKI Jakarta with the method of determining the location is purposive. The method of determining the sample uses a comparison of the number of indicators that produces 112 samples. The sample criteria are residents of DKI Jakarta, aged 41-56 years and have bought organic vegetables but not online. The data collection method uses online questionnaires distributed through social media. The data analysis method uses SEM which is analyzed with AMOS 22 software. The results of the SEM analysis show that the goodness of fit is relatively good and can be considered to meet the model fit, CMIN/Df= 1.164; TLI= 0.986; CFI= 0.990; NFI= 0.935; IFI= 0.990 and RMR= 0.050, while other parameters are less supportive. The model estimation results show that attitudes are influenced by subjective norms ($\beta= 0.59$; $cr= 5.711$), intentions are influenced by subjective norms ($\beta= 0.46$; $cr= 4.215$) and



behavioral control ($\beta= 0.57$; $cr= 4.098$), while attitude has no effect ($\beta= 0.13$; $cr= 1.084$). The relationship between the variables of the structural equation model of this study generally supports the results of previous studies, except for the relationship between attitudes and intentions.

Keywords : *Attitudes, Subjective Norms, Behavioral Control, Intentions and XGeneration*

PENDAHULUAN

Pada saat ini layanan online mulai diminati dibanding layanan offline, hal tersebut dikarenakan saat ini manusia ingin hidup lebih praktis, serta adanya situasi pandemi seperti saat ini membuat semua hal harus dikerjakan dari rumah, sehingga hampir semua yang kita perlukan baik kebutuhan primer atau sekunder dapat dipenuhi dari layanan online (Hanifah dan Rahadi, 2020). Saat ini *e-commerce* sudah merambah pada penjualan produk pertanian segar seperti sayuran dan buah (Listyowati *et al.*, 2020). Pertanian organik telah menjadi alternatif penting untuk pertanian konvensional terutama karena masalah kelestarian lingkungan yang berkaitan dengan emisi rumah kaca, erosi tanah, dan keanekaragaman hayati (Crowder and Reganold, 2015).

Toko online memiliki banyak keuntungan dibandingkan dengan toko offline (Moshrefjavadi *et al.*, 2012). Meskipun demikian, konsumen tetap memiliki pertimbangan untuk tidak melakukan pembelian secara online dikarenakan terdapat beberapa kekurangan, antara lain rentan penipuan, barang rentan rusak, dan rentan aksi pembobolan karena pembayaran melalui *e-money* (Agustini, 2017). Selain itu, penggunaan teknologi berbeda untuk beberapa generasi, generasi tua mempersepsikan teknologi sulit digunakan (Olson *et al.*, 2011). Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun 1965-1980, perkiraan usia sekarang 40-56 tahun (BPS, 2020).

Niat perilaku sangat penting karena mewakili perkiraan terbaik dari perilaku masa depan untuk peneliti pasar. Niat belanja online adalah kemampuan konsumen untuk melakukan pembelian melalui internet (Delafrooz *et al.*, 2011). *Theory of Planned Behavior* bisa memberikan dasar yang valid untuk menjelaskan tentang niat konsumen terhadap perilaku belanja online (Choi dan Geistfeld, 2004). TPB dikembangkan oleh (Ajzen, 1991), niat dipengaruhi oleh *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*.

Berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap niat pembelian produk pertanian organik secara online pada generasi X.

METODE

Metode dasar pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik survei. Teknik survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku,



hubungan variabel, dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuisioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan (Sugiyono, 2017).

Metode penentuan lokasi dalam penelitian ini adalah secara *purposive* (sengaja). Lokasi penelitian yang dipilih adalah DKI Jakarta, dikarenakan di daerah tersebut termasuk metropolitan dan paling banyak terdapat e-commerce yang menjual produk pertanian. Metode penentuan sampel menggunakan perbandingan 5-10 kali jumlah observasi untuk setiap estimated parameter atau indikator yang dipakai. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 112 sampel dengan perhitungan menggunakan jumlah item pertanyaan pada kuisioner yaitu sebanyak 14 pertanyaan dikalikan dengan 8 kali. Kriteria sampel yaitu penduduk DKI Jakarta yang berusia 40-56 tahun dan pernah membeli produk pertanian organik tetapi tidak secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis data yang digunakan Structural Equation Model (SEM) dengan program Amos 22. Pada tahap awal dilakukan uji validitas dan reabilitas. Pengujian validitas dengan menggunakan analisis faktor metode rotasi varimax, dengan batas loading yang diterima $> 0,5$ (Hair, et al, 2006), sedangkan pengujian reliabilitas didasarkan pada koefisien Cronbah's alpha, dengan batas penerimaan jika nilai Cronbah's alpha yang diperoleh melebihi 0,7 (Maholtra, 2004). Dari hasil uji validitas dan reabilitas dari 30 sampel menunjukkan bahwa ada 1 item yang tidak valid. Hasil uji validitas dan reabilitas disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Keterangan	Jumlah item yang dipertahankan	Cronbach Alpha (α)
Sikap	4	0,863
Norma Subjektif	4	0,853
Kontrol Perilaku	2	0,817
Niat	4	0,907

Sumber data : Hasil Analisis (tidak dilampirkan).

Untuk pengujian hipotesis 1 sampai 4 dilakukan analisis SEM. Hasil analisis SEM ini menunjukkan bahwa goodness of fit yang relatif baik dan dapat dianggap memenuhi kesesuaian model, yaitu dengan CMIN/Df= 1,164; TLI= 0,986; CFI= 0,990; NFI= 0,935; IFI= 0,990; RFI= 0,911 dan RMR 0,050, sedangkan parameter lain kurang mendukung (lihat gambar 1).

Tabel 2. Nilai Regression Weights:

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SIKAP <---	NORMA_SUBJEKTIF	,594	,104	5,711	***	par_11
NIAT <---	SIKAP	,128	,118	1,084	,278	par_9
NIAT <---	NORMA_SUBJEKTIF	,459	,109	4,215	***	par_10
NIAT <---	BEHAVIOR_CONTROL	,570	,139	4,098	***	par_12

Tabel 3. Nilai CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	30	55,872	48	,203	1,164
Saturated model	78	,000	0		
Independence model	12	864,587	66	,000	13,100

Tabel 4. Nilai RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,050	,926	,879	,570
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,475	,252	,117	,214

Tabel 5. Nilai Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	,935	,911	,990	,986	,990
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

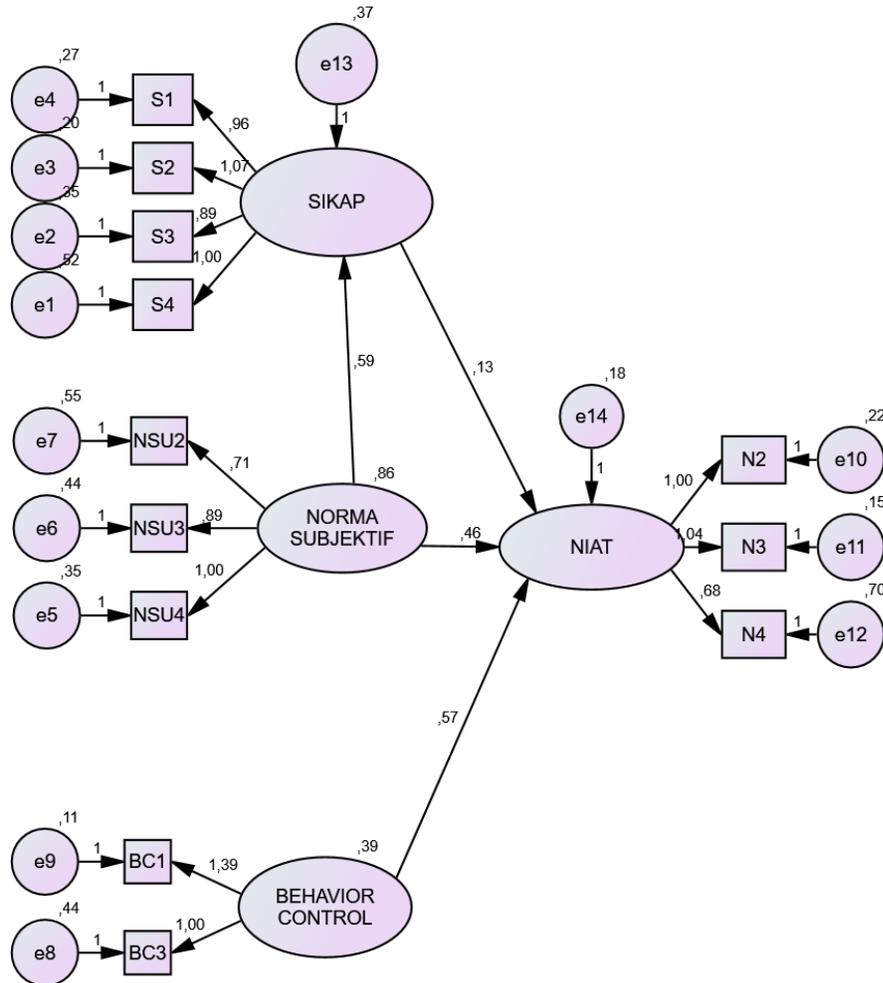
Tabel 6. Nilai Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,727	,680	,720
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

Dari hasil estimasi model yang telah distandarkan seperti gambar 1 tersebut terlihat bahwa bahwa sikap dipengaruhi oleh norma subjektif ($\beta = 0,59$; $cr = 5,711$), niat dipengaruhi oleh norma subjektif ($\beta = 0,46$; $cr = 4,215$) dan kontrol perilaku ($\beta = 0,57$; $cr = 4,098$), sedangkan sikap tidak berpengaruh terhadap niat ($\beta = 0,13$; $cr = 1,084$).

Gambar 1:

Model Niat Pembelian Produk Pertanian Organik Secara Online



Hasil estimasi pada model awal / dasar yang ditunjukkan pada gambar 1 menjelaskan bahwa sikap dipengaruhi oleh norma subjektif ($\beta = 0,59$; $cr = 5,711$). Hasil ini mendukung hipotesis H1, yaitu bahwa H1 memperkirakan norma subjektif secara positif mempengaruhi sikap terhadap pembelian produk pertanian organik secara online, hasil ini konsisten dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa norma subjektif mempengaruhi sikap (Singh, 2015; Ratnaningsih, 2020). Hasil yang kedua yaitu, niat pembelian produk pertanian organik secara online dipengaruhi oleh norma subjektif ($\beta = 0,46$; $cr = 4,215$), Hasil ini mendukung hipotesis H2, yaitu bahwa H2 memperkirakan norma subjektif secara positif mempengaruhi niat terhadap pembelian

produk pertanian organik secara online, hasil ini konsisten dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa norma subjektif mempengaruhi niat (Nguyen *et al.*, 2019). Hasil yang ketiga yaitu niat pembelian produk pertanian organik secara online dipengaruhi oleh kontrol perilaku ($\beta = 0,57$; $cr = 4,098$), hasil ini mendukung hipotesis H3, yaitu bahwa H3 memperkirakan kontrol perilaku secara positif mempengaruhi niat terhadap pembelian produk pertanian organik secara online, hasil ini konsisten dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa kontrol perilaku mempengaruhi niat (Liang, 2015; Amaro and Duarte, 2015). Hasil yang keempat, sikap tidak berpengaruh terhadap niat ($\beta = 0,13$; $cr = 1,084$), hasil ini tidak mendukung hipotesis H4, yaitu bahwa H4 memperkirakan sikap secara positif mempengaruhi niat terhadap pembelian produk pertanian organik secara online, hasil ini tidak sesuai dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa sikap mempengaruhi niat (Khare and Rakesh, 2011; Singh, 2015). Alasan yang dapat dijelaskan dari temuan ini adalah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini merupakan generasi X, sedangkan e-commerce didominasi oleh anak muda yang berusia antara 18-29 tahun, selain itu generasi tua mempersepsikan teknologi sulit digunakan (Olson *et al.*, 2011) sehingga hal tersebut yang dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap niat pembelian produk pertanian organik secara online.

KESIMPULAN

1. Sikap dipengaruhi oleh norma subjektif ($\beta = 0,59$; $cr = 5,711$). Hasil ini mendukung hipotesis H1, yaitu bahwa H1 memperkirakan norma subjektif secara positif mempengaruhi sikap terhadap pembelian produk pertanian organik secara online.
2. Niat pembelian produk pertanian organik secara online dipengaruhi oleh norma subjektif ($\beta = 0,46$; $cr = 4,215$), Hasil ini mendukung hipotesis H2, yaitu bahwa H2 memperkirakan norma subjektif secara positif mempengaruhi niat terhadap pembelian produk pertanian organik secara online.
3. Niat pembelian produk pertanian organik secara online dipengaruhi oleh kontrol perilaku ($\beta = 0,57$; $cr = 4,098$), hasil ini mendukung hipotesis H3, yaitu bahwa H3 memperkirakan kontrol perilaku secara positif mempengaruhi niat terhadap pembelian produk pertanian organik secara online.
4. Sikap tidak berpengaruh terhadap niat ($\beta = 0,13$; $cr = 1,084$), hasil ini tidak mendukung hipotesis H4, yaitu bahwa H4 memperkirakan sikap secara positif mempengaruhi niat terhadap pembelian produk pertanian organik secara online.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), p. 127.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior Organizational Behavior and Human Decision Processes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179–211.
- Amaro, S. and Duarte, P. (2015). An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online. *Tourism Management*, 46, pp. 64–79.
- Choi, J. and Geistfeld, L. V. (2004). A cross-cultural investigation of consumer e-shopping adoption. *Journal of Economic Psychology*, 25(6), pp. 821–838.
- Crowder, D. W. and Reganold, J. P. (2015). Financial competitiveness of organic agriculture on a global scale. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 112(24), pp. 7611–7616.
- Delafrooz, N., Paim, L. H. and Khatibi, A. (2011). Understanding consumer's internet purchase intention in Malaysia. *African Journal of Business Management*, 5(7), pp. 2837–2846.
- Hanifah, N. and Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi COVID-19', *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. pp. 112–122.
- Khare, A. and Rakesh, S. (2011). Antecedents of Online Shopping Behavior in India: An Examination. *Journal of Internet Commerce*, 10(4), pp. 227–244.
- Liang, I. C. I. P. J. (2015). Marketing Intelligence & Planning Article information. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(4), pp. 413–435.
- Listyowati, E. A., Suryantini, A. and Irham, I. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dan Keputusan Konsumen Membeli Sayuran dan Buah Secara Online. *Jurnal Kawistara*, 10(1), p. 66.
- Moshrefjavadi, M. H. *et al.* (2012). An Analysis of Factors Affecting on Online Shopping Behavior of Consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 4(5).
- Nguyen, T. T. M. *et al.* (2019). Antecedents of purchase intention toward organic food in an Asian emerging market: A study of urban Vietnamese consumers. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17).
- Olson, K. E. *et al.* (2011). Diffusion of technology: Frequency of use for younger and older adults. *Ageing International*, 36(1), pp. 123–145.
- Singh, D. P. (2015). Integration of TAM, TPB, and Self-image to Study Online Purchase Intentions in an Emerging Economy. *International Journal of Online Marketing*, 5(1), pp. 20–37.
- Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS, E. S. (2020). Jurnal Bisnis dan Ekonomi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian di Bekasi. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 27(1), pp. 23–32.