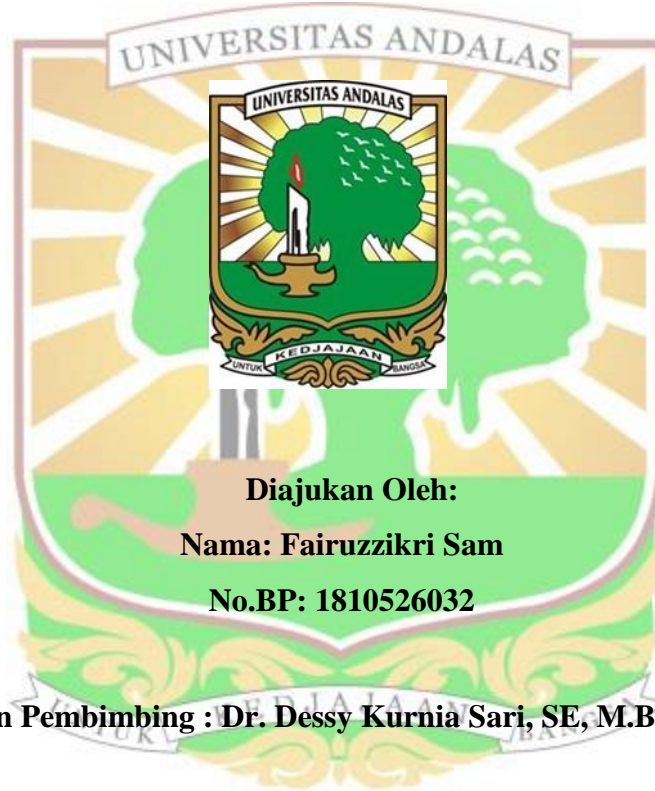


PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, *PRICE PERCEPTION*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK MAKANAN ORGANIK

(Studi Pada Masyarakat Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

Nama: Fairuzzikri Sam

No.BP: 1810526032

Dosen Pembimbing : Dr. Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus (Adv)


PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2022




	No. Alumni Universitas	FAIRUZZIKRI SAM	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tanggal lahir: Kab. 50 Kota/ 23 Juli 1996, b) Nama Orang Tua: Samrizal S.Pd dan Teti Warni S.Pd, c) Fakultas Ekonomi, d) Jurusan Manajemen, e) No.BP: 1810526032, f) Tanggal Lulus: 08 Februari 2022, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,08, i) Lama Studi: 3 tahun 6 bulan, j) Alamat Orang Tua: Perum. Talang Indah Blok D No.3 Kota Payakumbuh.		

Pengaruh *Product Knowledge, Price Perception, Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention* Pada Produk Makanan Organik (Studi Pada Masyarakat Kota Padang)
Skripsi Oleh : Fairuzzikri Sam
Pembimbing : Dr. Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus (Adv)

ABSTRAK

Salah satu kunci hidup sehat adalah menjaga pola makan dengan mengonsumsi makanan sehat dan bergizi. Produk makanan organik menjadi salah satu pilihan makanan bagi masyarakat karena dinilai memiliki manfaat bagi kesehatan manusia serta menjaga kelestarian lingkungan karena tidak memakai pestisida sintetik dan produk kimia. Oleh karena itu sebagai pelaku usaha harus mengetahui pandangan konsumen dan keadaan serta kebutuhannya terhadap suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *product knowledge, price perception, dan perceived value* terhadap *purchase intention*. Populasi pada penelitian ini yaitu sekelompok orang berdomicili di Kota Padang yang mengetahui tentang produk makanan organik tetapi belum pernah melakukan pembelian. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 208 responden yang diambil dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pada penelitian ini dilakukan pengujian data dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji hipotesis menggunakan *software SPSS 20*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *product knowledge, price perception, dan perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada produk makanan organik.
 Kata Kunci : ***Product Knowledge, Price Perception, Perceived Value, dan Purchase Intention***

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 08 Februari 2022
 Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus (Adv)	Dr. Verinita, SE, M.Si	Dr. Eri Besra, SE, MM

Mengetahui :
 Ketua Jurusan Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D
 197106242006041007



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama Tanda Tangan