

**FAKTOR PEMBENTUK NIAT BELI KONSUMEN TERHADAP MAKANAN
ORGANIK: STUDI EMPIRIS DI KOTA PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Fager Van Graha
NIM 2110552026

Dosen Pembimbing:

Devi Yulia Rahmi, S.E., M.Sc
NIP 199307282019032017

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN KAMPUS II
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH
2026**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas nilai fungsional, norma sosial, inovasi konsumen, kepercayaan ramah lingkungan, manfaat kesehatan, kemudahan dan ketersediaan, serta pengetahuan organik terhadap niat pembelian makanan organik di Kota Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Data dalam penelitian ini diolah dan dianalisis menggunakan metode Analisis SEM-PLS dengan bantuan software SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu kualitas nilai fungsional, norma sosial, inovasi konsumen, kepercayaan ramah lingkungan, manfaat kesehatan, kemudahan dan ketersediaan, serta pengetahuan organik berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian makanan organik di Kota Payakumbuh. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi konsumen dan pengetahuan organik yang dimiliki, semakin kuat kepercayaan terhadap klaim ramah lingkungan dan persepsi manfaat kesehatan yang dirasakan, serta semakin mudah produk organik diperoleh dan semakin kuat dukungan norma sosial dan kualitas nilai fungsional yang dirasakan konsumen, maka semakin besar niat pembelian makanan organik di Kota Payakumbuh.