

Karakteristik dan Preferensi Konsumen Beras Organik Di Kabupaten Luwu Timur (Studi Kasus Produsen Beras Organik Luwu Timur)

Hazim¹, Taruna S Arzam², Yasmin³

^{1,2,3} Universitas Andi Djemma Jl. Puang H. Daund No 04 Kota Palopo

¹Email : alwanjinu@gmail.com

²Email : taruna.arzam@gmail.com

³Email : yasminbach543@gamil.com

Submit : 29-10-2024

Revisi : 15-12-2024

Diterima : 17-12-2024

ABSTRACT

The aim of this study is to identify consumer preferences for organic rice in East Luwu Regency. We conducted the research from November 2023 to January 2024. We used residents of the Luwu Timur Regency and organic rice consumers in various parts of Luwu Timur as criteria to select responders. The chosen sample comprised 40 organic rice users. The study shows that four of the eight independent factors—Pulen Rice (X1), Durability (X3), Price (X5), and Distance (X7)—affect people's choices in East Luwu Regency when they decide to buy organic rice. Packaging and residue do not influence consumer preferences for organic rice. Similarly, rice stock does not have an influence because East Luwu Regency can supply organic rice to meet market demands.

Keywords: Consumers, East Luwu, Organic Rice, Preferences

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen beras organik di Kabupaten Luwu Timur. Penelitian dilaksanakan pada November 2023 sampai dengan Januari 2024. Kriteria responden yang dipilih yaitu warga wilayah Kabupaten Luwu Timur dan konsumen beras organik di beberapa daerah di Luwu Timur. Adapun jumlah sampel yang terpilih berjumlah 40 orang konsumen beras organik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat 4 variabel dari 8 variabel bebas yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian beras organik di Kabupaten Luwu Timur, antara lain yaitu Beras Pulen (X1), Daya Tahan (X3), Harga (X5) dan Jarak (X7). Kemasan dan residu tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen beras organik. Demikian juga stok beras juga tidak berpengaruh karena Kabupaten Luwu Timur mampu menyediakan beras organik untuk memenuhi permintaan pasar.

Kata kunci: Beras Organik, Konsumen, Luwu Timur, Preferensi

1 Pendahuluan

Perilaku konsumen merupakan bidang studi yang menyelidiki bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Di pasar yang kompetitif saat ini, memahami perilaku pelanggan sangat penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang berhasil. Perilaku konsumen terdiri dari banyak proses pengambilan keputusan yang kompleks, seperti persepsi, belajar, kebiasaan, dan setia pada merek. Faktor internal, seperti sikap, kepribadian, dan gaya hidup, dan faktor eksternal, seperti budaya dan kelompok referensi, mempengaruhi proses ini (Joireman & Durante, 2016; Yilmaz, 2023).

Preferensi pangan adalah hasil dari interaksi kompleks antara faktor genetik (Vink et al., 2020), lingkungan, psikologis, dan sosial (Chen & Antonelli, 2020; Drewnowski et al., 1991). Faktor genetik memberikan dasar yang signifikan, tetapi lingkungan dan pengalaman pribadi juga sangat mempengaruhi preferensi individu terhadap makanan tertentu.

Beras berlabel organik memiliki permintaan yang terus meningkat di seluruh dunia. Konsumen mengatakan bahwa makanan berlabel organik memiliki lebih banyak nutrisi dan keamanan dibandingkan makanan yang dibuat secara konvensional. Gabah yang diproduksi secara organik memiliki tingkat residu pestisida yang lebih rendah, seperti organoklorin, dibandingkan dengan gabah yang ditanam secara konvensional. Ada bukti bahwa kontaminasi jamur penghasil mikotoksin lebih mungkin terjadi pada padi yang ditanam secara organik (Bergman & Pandhi, 2022). Pada tahun 2016 luas lahan yang memproduksi beras organik di Lutim sekitar 58 hektare. Rata-rata setiap hektar mampu memproduksi tiga ton atau sekitar 73,95 ton beras (Pemprov Sulawesi Selatan, 2016).

Beras organik semakin diminati oleh konsumen di berbagai negara karena dianggap lebih sehat dan ramah lingkungan. Preferensi konsumen terhadap beras organik dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mencakup atribut produk, harga, dan persepsi terhadap manfaat kesehatan (Fang et al., 2024; Liu et al., 2023; Sakolwitayanon et al., 2018). Hasil penelitian (Kusno et al., 2021), menyebutkan bahwa konsumen beras organik didominasi oleh ibu rumah tangga yang memiliki pendidikan tinggi, setengah baya, dan berpenghasilan menengah ke atas. Alasan utama mengonsumsi beras organik adalah rasanya yang manis dan manfaatnya. Faktor lingkungan seperti lokasi geografis, suku dan tingkat urbanisasi juga mempengaruhi preferensi konsumen terhadap beras organik. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen beras organik perlu diteliti sebagai bahan studi untuk pengembangan beras organik di Luwu Timur.

2 Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada November 2023 sampai dengan Januari 2024 Kabupaten Luwu Timur. Pemilihan lokasi penelitian menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan salah satu metode pengambilan sampel secara sengaja berdasarkan pertimbangan karakteristik dan kriteria tertentu (Sugiyono, 2017).

Tempat yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah lokasi produsen beras organik. Pertimbangan pemilihan tempat tersebut karena lokasinya tersebar di beberapa tempat.

Pengambilan sampel dilaksanakan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel dengan cara peneliti

menentukan kriteria-kriteria khusus kepada calon responden sehingga permasalahan yang diteliti diharapkan dapat terjawab (Jasmalinda, 2021). Kriteria responden yang dipilih yaitu warga wilayah Kabupaten Luwu Timur dan konsumen beras organik di beberapa daerah di Luwu Timur. Adapun jumlah sampel yang terpilih berjumlah 40 orang konsumen beras organik.

Penentuan jumlah sampel berdasarkan teknik *purposive* merupakan sebuah teknik penentuan sampel penelitian dari suatu populasi dengan kriteria tertentu hingga jumlah yang diinginkan (Hidayah et al., 2022).

3 Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini dapat dimanfaatkan untuk mengetahui besaran pengaruh antara variabel bebas (Independen), yaitu Beras Pulen (X1), Aroma(X2), Daya Tahan (X3), Kemasan (X4), Harga (X5), Residu Kimia (X6), Jarak (X7), Stok Beras (X8) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian beras organik di Kabupaten Luwu Timur. Berdasarkan hasil perhitungan analisis linear berganda di dapatkan model regresi sebagai berikut:

Tabel 1. Persamaan Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.029	9.692		2.170	.038
Beras Pulen	2.145	.226	.115	2.644	.020
Aroma	-.529	.391	-.240	-1.354	.186
Daya Tahan	2.056	.333	.036	2.168	.010
Kemasan	-.292	.422	-.169	-.692	.494
Harga	.656	.574	.270	1.143	.262
Residu Kimia	-.258	.305	-.178	-.847	.404
Jarak	2.729	.360	.352	2.024	.042
Stok Beras	-.129	.220	-.093	-.585	.563

Sumber: Data yang diolah 2024

Persamaan regresi didapatkan $Y = 21.029 + 2,145X_1 - 0,529X_2 + 2,056X_3 - 0,292X_4 + 0,656X_5 - 0,258X_6 + 2,729X_7 - 0,129X_8 + e$. Persamaan tersebut menunjukkan apabila nilai koefisien regresi pada tingkat kepulenan, Aroma, Daya tahan, kemasan, harga, residu kimia, Jarak dan stok beras bernilai 0 atau tidak terdapat pengaruh maka tetap terjadi pembelian beras organik yang disebabkan oleh faktor yang lain. Variabel jarak mempunyai pengaruh yang paling besar karena memiliki koefisien regresi yang paling besar sedangkan variabel stok beras memiliki pengaruh yang paling kecil.

Uji Parsial Preferensi Konsumen Beras Organik

Uji parsial berfungsi sebagai alat untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh variabel bebas Beras Pulen (X1), Aroma(X2), Daya Tahan (X3), Kemasan (X4), Harga (X5),

Residu Kimia (X6), Jarak (X7), Stok Beras (X8) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian (Y)). Masing-masing variabel dinyatakan memiliki pengaruh jika nilai t hitung > t tabel atau nilai probabilitas signifikansi < 0,05.

1) Pengaruh Kepulenan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik

Berdasarkan Tabel 1. hasil uji t rasa Beras Pulen (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai t hitung sebesar 2,664 dan t tabel sebesar 1,683. Ini artinya 2,664 (t hitung) > 1,683 (t tabel) atau 0,020 (sig. t) < 0.05 (α) maka X1 (Rasa Pulen) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik (Y), dengan demikian dapat diputuskan bahwa H1 diterima.

Rasa pulen beras organik terhadap keputusan pembelian mengindikasikan bahwa rasa pulen menjadi sebuah perhatian utama bagi konsumen sebelum membeli beras organik di Kabupaten Luwu Timur, karena beras organik yang beredar di pasaran sudah di ketahui konsumen bahwa kualitasnya bagus.

2) Pengaruh Aroma (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik

Berdasarkan Tabel 1. hasil uji t variabel aroma (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y) sebesar -1,354 (t hitung), t tabel sebesar 1,863. Ini berarti -0,354 (t hitung) < 1,863 (t tabel) atau 0,186 (sig. t) > 0.05 (α) maka terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel aroma (X2) terhadap keputusan pembelian beras organik (Y), dengan demikian H0 diterima. Variabel aroma bukan merupakan faktor utama yang menjadi ukuran konsumen membeli beras organik di Kabupaten Luwu Timur. Hal ini tidak sependapat Penelitian yang dilakukan oleh Anggoro Prasetyo (2019) juga menyebutkan bahwa Aroma juga memiliki pengaruh terhadap pembelian ulang mie ayam.

Aroma pada beras organik, khususnya beras wangi, sangat mempengaruhi daya tarik konsumen dan kualitas keseluruhan. Aroma ini terutama disebabkan oleh senyawa volatil seperti *2-acetyl-1-pyrroline* (2-AP), yang merupakan komponen utama aroma pada beras wangi (Hu et al., 2020).

3) Pengaruh Daya Tahan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik

Berdasarkan Tabel 1. hasil uji t antara daya tahan beras organik (X3) dengan keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,165 dan t tabel sebesar 1,863. Ini berarti 2,156 (t hitung) > 1,863 (t tabel) atau 0,010 (sig. t) < 0.05 (α) maka variabel daya tahan beras organik (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik (Y), dengan demikian dapat diputuskan bahwa H1 diterima. Menurut penelitian responden hal ini dikarenakan daya tahan nasi dari beras organik pada umumnya memiliki ketahanan yang cukup lama lambat basi.

4) Pengaruh Kemasan (X4) Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik

Berdasarkan Tabel 1. hasil uji t antara Kemasan (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) menghasilkan nilai t hitung sebesar -0,692 dan t tabel sebesar 1,863. Ini berarti $-0,692 (t \text{ hitung}) < 1,863 (t \text{ tabel})$ atau $0,494 (sig. t) > 0,05 (\alpha)$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemasan terhadap keputusan pembelian beras organik dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H0 diterima. Kemasan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena pada umumnya beras organik memiliki tekstur yang mirip beras lain, sehingga konsumen tidak membutuhkan kemasan khusus karena hal tersebut tidak menjadi indikator utama dalam membeli beras organik.

Persepsi konsumen terhadap kemasan beras organik sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian. Analia et al., (2023), melakukan penelitian di Pasarbaru, Padang, menghasilkan bahwa konsumen menganggap kemasan beras sebagai atribut penting yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan mereka. Sejalan dengan Soesilowati et al., (2022), bahwa label informasi pada kemasan dianggap sangat penting dalam membentuk sikap konsumen terhadap produk beras organik.

5) Pengaruh Harga (X5) Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji t antara harga (X5) dengan keputusan pembelian (Y) yaitu nilai t hitung sebesar 1,143 dan nilai t tabel sebesar 1,863. Ini berarti $1,143 (t \text{ hitung}) > 1,863 (t \text{ tabel})$ atau $0,262 (sig. t) < 0,05 (\alpha)$, dengan demikian variabel harga (X5) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik, hal ini dapat diputuskan bahwa H0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak merasa keberatan dan akan tetap membeli beras organik jika mengalami kenaikan harga asalkan harga yang dibayarkan sesuai dengan apa yang didapat.

Konsumen di Indonesia, memiliki persepsi positif terhadap beras organik dan bersedia membayar lebih dibandingkan beras konvensional (Nurohman et al., 2024). Konsumen di Kabupaten Banyumas, bersedia membayar hingga Rp18.346 per kilogram untuk beras organik, yang dipengaruhi oleh pendapatan, lama konsumsi, dan persepsi kualitas beras organik (Arimurti et al., 2021). Demikian juga menurut Amin et al., (2020), di Musi Rawas, bersedia membayar lebih tinggi dari harga aktual untuk beras organik, hal ini menunjukkan potensi pasar yang baik.

6) Pengaruh Residu Kimia (X6) Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji t antara Residu Kimia (X6) dengan keputusan pembelian (Y) menghasilkan nilai t hitung sebesar -0,847 dan t tabel sebesar 1,863. Ini berarti $-0,847 (t \text{ hitung}) < 1,863 (t \text{ tabel})$ atau $0,404 (sig. t) > 0,05 (\alpha)$, maka tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara residu kimia (X6) terhadap keputusan konsumen atas pembelian beras organik di Kabupaten Luwu Timur, dengan demikian H0 diterima. Hal ini

dikarenakan dampak yang ditimbulkan oleh dengan penggunaan pupuk kimia masih belum dirasakan oleh konsumen sehingga variabel residu kandungan kimia pada beras masih bukan menjadi faktor utama dalam memilih beras organik untuk di konsumsi. Hal ini sejalan dengan penelitian Dharma et al., (2021), bahwa perilaku konsumen dalam membeli beras organik tidak terpengaruh oleh pentingnya ramah lingkungan, trend, dan gaya hidup.

7) Pengaruh Jarak (X7) Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik.

Berdasarkan Tabel 1. hasil uji t antara Jarak (X7) dengan keputusan konsumen dalam membeli beras organik di Kabupaten Luwu Timur (Y) memiliki t hitung sebesar 2,024 dan t tabel sebesar 1,863. Ini berarti $2,024 (t \text{ hitung}) > 1,863. (t \text{ tabel})$ atau $0,042 (sig. t) < 0.050 (\alpha)$, jarak / lokasi pembelian (X7) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik (Y), dengan demikian H_0 ditolak. Jarak merupakan hal berpengaruh pada konsumen untuk membeli beras organik karena kita ketahui salah satu komponen untuk mendapatkan beras dengan cepat yaitu tempat membelinya tidak jauh dan mudah dijangkau.

8) Pengaruh Stok Beras (X8) Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik.

Berdasarkan Tabel 1. hasil uji t variabel stok beras (X8) dengan keputusan konsumen dalam membeli beras organik di Kabupaten Luwu Timur (Y) memiliki t hitung sebesar - 0, 585 dan t tabel sebesar 1,863. Ini berarti $- 0, 585 (t \text{ hitung}) < 1,863. (t \text{ tabel})$ atau $0,087 (sig. t) > 0.050 (\alpha)$, stok (X8) tidak pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik (Y), dengan demikian H_0 diterima. Stok beras bukan merupakan masalah bagi konsumen karena produksi beras organik di Kabupaten Luwu Timur cukup besar apalagi konsumennya hanya orang tertentu saja mengingat beras organik nilai jualnya lebih tinggi daripada beras biasa Itulah penyebabnya produksi lebih besar daripada permintaan sehingga stok tetap terjaga. Menurut (BPS Kab. Luwu Timur, 2023), Kabupaten luwu Timur memiliki produksi padi 229.196 ton Gabah Kering Giling (GKG) dan produksi beras mencapai 131.519 ton pada tahun 2023, naik 5.199 ton dibandingkan tahun 2022.

Uji F Preferensi Konsumen Beras Organik

Uji F digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas , Beras Pulen (X1), Aroma(X2), Daya Tahan (X3), Kemasan (X4), Harga (X5), Residu Kimia (X6), Jarak (X7), Stok Beras (X8) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian Beras Organik (Y). Uji F dikatakan memiliki pengaruh apabila nilai F- hitung $> F$ -tabel, atau nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.379	8	3.047	22.803	.000 ^b
	Residual	52.396	31	1.690		
	Total	76.775	39			

Sumber: Data yang diolah 2024

Berdasarkan Tabel 2. nilai F hitung sebesar 22,803. Sedangkan F tabel sebesar 2,090. Karena 22,803 (F hitung) > 2,090 (F tabel) atau nilai 0,000 (sig. F) < 0.05 (α), maka variabel bebas (Beras Pulen (X1), Aroma(X2), Daya Tahan (X3), Kemasan (X4), Harga (X5), Residu Kimia (X6), Jarak (X7), Stok Beras (X8) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik di Luwu Timur, dengan demikian H0 ditolak. Variabel Beras Pulen (X1), Daya Tahan (X3), Harga (X5), Jarak (X7) berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras organik. Hasil penelitian (Rahayu et al., 2024), menunjukkan bahwa konsumen menyukai beras yang pulen, warna yang tidak terlalu bening, manis, memiliki wangi khas pandan, memiliki butir utuh, bersih, ukuran butir menengah, memiliki daya simpan kurang dari dua tahun, mengandung kadar gula rendah, harga Rp. 33.750 – 35.000, dan beras kemasan 5 Kg. Atribut beras organik yang paling dipertimbangkan oleh konsumen adalah kebersihan.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. R² mengukur seberapa baik model regresi menjelaskan variabilitas data. Nilai R² berkisar antara 0 dan 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan model yang lebih baik dalam menjelaskan varians data (Berggren, 2024; Zhang, 2022). Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen (Beras Pulen (X1), Aroma(X2), Daya Tahan (X3), Kemasan (X4), Harga (X5), Residu Kimia (X6), Jarak (X7), Stok Beras (X8) dapat menjelaskan variabel dependennya (Keputusan membeli beras organik Y). Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasil baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Nilai Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.930	.870	1.30008

Sumber: Data yang diolah 2024

Nilai koefisien determinasi (R²) hasil regresi seperti pada tabel 20 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R² adalah sebesar 0,930. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 93,00

persen variabel dependen yaitu keputusan membeli beras organik (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Beras Pulen (X1), Aroma(X2), Daya Tahan (X3), Kemasan (X4), Harga (X5), Residu Kimia (X6), Jarak (X7), Stok Beras (X8) Sedangkan 7,00 persen dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam model.

4 Kesimpulan

Variabel preferensi konsumen dalam memutuskan membeli beras organik adalah Rasa Pulen (X1), Daya Tahan (X3), Harga (X5) dan Jarak (X7). Variabel Aroma(X2), Kemasan (X4), Residu Kimia (X6), dan Stok Beras (X8) tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli beras organik. Di Kabupaten Luwu Timur ketersediaan beras organik mampu memenuhi permintaan pasar. Sejak 2016 telah menghasilkan 70,3 ton dalam satu musim. Demikian juga untuk kemasan dan residu kimia tidak dipertimbangkan oleh konsumen.

Daftar Pustaka

- Amin, Z., Andry, Humaidi, E., Wahyuni, N., & Ningsih, V. Y. (2020). Consumers' Perceptions and Willingness to Pay (WTP) Organic Rice. *Journal of Critical Reviews*, 7(1), 48–51. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22159/jcr.07.01.08>
- Analia, D., Sa'diah, E. L., & Ifdal, I. (2023). ANALYSIS OF CUSTOMER PERCEPTION OF ORGANIC RICE IN PASABARU (FRESH MARKET) PADANG. *Journal of Integrated Agribusiness*, 5(1), 20–27. <https://doi.org/10.33019/jia.v5i1.3676>
- Arimurti, N. H., Edy Sularso, K., & Hartati, A. (2021). Kesiediaan Membayar (Willingness To Pay) Beras Organik di Kabupaten Banyumas dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *Forum Agribisnis*, 11(1), 75–89. <https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.75-89>
- Berggren, M. (2024). Coefficients of determination measured on the same scale as the outcome: Alternatives to R^2 that use standard deviations instead of explained variance. *Psychological Methods*. <https://doi.org/10.1037/met0000681>
- Bergman, C., & Pandhi, M. (2022). Organic Rice Production Practices: Effects on Grain End-Use Quality, Healthfulness, and Safety. *Foods*, 12(1), 73. <https://doi.org/10.3390/foods12010073>
- BPS Kab. Luwu Timur. (2023). *Luas Panen dan Produksi Padi Kabupaten Luwu Timur 2023*. BPS Kabupaten Luwu Timur.
- Chen, P.-J., & Antonelli, M. (2020). Conceptual Models of Food Choice: Influential Factors Related to Foods, Individual Differences, and Society. *Foods*, 9(12), 1898. <https://doi.org/10.3390/foods9121898>
- Dharma, N. M. P. A., Khoiriyah, N., & Rianti, T. S. M. (2021). Perilaku Konsumen dalam Pembelian Beras Organik di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(3). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/article/view/12867>

- Drewnowski, A., Kurth, C., & Rahaim, J. (1991). Taste preferences in human obesity: environmental and familial factors. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 54(4), 635–641. <https://doi.org/10.1093/ajcn/54.4.635>
- Fang, P., Zhou, Z., Wang, H., & Zhang, L. (2024). Consumer Preference and Willingness to Pay for Rice Attributes in China: Results of a Choice Experiment. *Foods*, 13(17), 2774. <https://doi.org/10.3390/foods13172774>
- Hidayah, N., Mufti, D., Rokhimah, & Inayah, N. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Pada Konsumen Toko Zeus di Kota Sorong). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(4), 5963–5972. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v3i4.2026>
- Hu, X., Lu, L., Guo, Z., & Zhu, Z. (2020). Volatile compounds, affecting factors and evaluation methods for rice aroma: A review. *Trends in Food Science & Technology*, 97, 136–146. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.01.003>
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2206. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v1i10.422>
- Joireman, J., & Durante, K. M. (2016). Editorial overview: Consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10, iv–vii. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2016.06.011>
- Kusno, K., Liandy, R. S., Mukti, G. W., & Sadeli, A. H. (2021). Driven Factors for Purchasing Decision and Satisfaction of Organic Rice Consumers on Supermarket – A study in Indonesia. *Journal of Agricultural Sciences – Sri Lanka*, 16(2), 271–282. <https://doi.org/10.4038/jas.v16i2.9333>
- Liu, X., Zhou, X., Wang, Q., Zheng, H., & MacMillan, D. C. (2023). Modeling heterogeneity in preferences for organic rice in China: evidence from a choice experiment. *Journal of Environmental Planning and Management*, 66(13), 2794–2809. <https://doi.org/10.1080/09640568.2022.2086855>
- Nurohman, M. F., Herawati, & Krisnamurthi, B. (2024). Understanding the price perception: Assessing youth willingness to pay for organic rice in Indonesia. *BIO Web of Conferences*, 119, 02016. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202411902016>
- Pemprov Sulawesi Selatan. (2016). *Beras Organik Lutim Tembus Ritel Modern*. Pemprov Sulawesi Selatan. <https://sulselprov.go.id/post/beras-organik-lutim-tembus-ritel-modern>
- Rahayu, D. A., Isyanto, A. Y., & Setia, B. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Beras Organik di CV. Alam Subur Cisayong. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 11(1), 96–102. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v11i1.11477>
- Sakolwitayanon, H., Soni, P., & Damien, J. (2018). Attributes determining consumer preference for organic rice in Bangkok, Thailand. *British Food Journal*, 120(9), 2017–2032. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2017-0667>
- Soesilowati, E., Kariada, N., & Mutiatari, D. (2022). Consumer's Perception and Opinion Toward Organic Rice Products. *Proceedings of the 4th International Conference on*

Economics, Business and Economic Education Science, ICE-BEES 2021, 27-28 July 2021, Semarang, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.27-7-2021.2316928>

Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabetha.

Vink, J. M., van Hooijdonk, K. J. M., Willemsen, G., Feskens, E. J. M., & Boomsma, D. I. (2020). Causes of Variation in Food Preference in the Netherlands. *Twin Research and Human Genetics*, 23(4), 195–203. <https://doi.org/10.1017/thg.2020.66>

Yilmaz, B. (2023). Factors Influencing Consumers' Behaviour towards Purchasing Organic Foods: A Theoretical Model. *Sustainability*, 15(20), 14895. <https://doi.org/10.3390/su152014895>

Zhang, D. (2022). Coefficients of Determination for Mixed-Effects Models. *Journal of Agricultural, Biological and Environmental Statistics*, 27(4), 674–689. <https://doi.org/10.1007/s13253-022-00507-0>