



**Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Organik Tanaman Hortikultura di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere**

**Yosefina Jelita Numbar<sup>1</sup>, Sarlina Noni<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Nipa

Email: [numbaar17@gmail.com](mailto:numbaar17@gmail.com)

---

**Info Artikel**

Sejarah Artikel:

Diterima: 30 Maret 2021

Direvisi: 8 April 2021

Dipublikasikan: April 2021

e-ISSN: 2089-5364

p-ISSN: 2622-8327

DOI: 10.5281/zenodo.4724353

---

**Abstract:**

*Organic food is food that is produced little or completely free from chemical elements in the form of fertilizers, pesticides, hormones, and drugs. Perception is the experience of learning about agriculture or the relationships obtained by inferring information and interpreting messages. Therefore, marketers must pay attention to the needs and tastes of consumers in order to face competition. The formulation of the problem in this study is how consumers' perceptions of the quality of organic horticultural plant products. The purpose of this study was to determine consumer perceptions of the quality of organic horticultural products in the Garden of Practice, Faculty of Agriculture, University of Nusa Nipa Maumere. This research is a quantitative study with 30 respondents using data collection techniques in the form of a questionnaire. The data analysis used in this research is quantitative analysis and simple linear regression analysis. This research was conducted at the Practice Garden of the Faculty of Agriculture, University of Nusa Nipa Maumere for 2 months, from 01 October to 04 December 2020. The results of this study indicate that there is no significant influence between consumer perceptions and the quality of organic products in the Garden of the Faculty of Agriculture, University of Nusa Nipa Maumere. And there is a significant influence between consumer perceptions and the quality of organic products in the Garden of the Faculty of Agriculture, University of Nusa Nipa Maumere.*

**Keywords:** *Consumer Perception and Product Quality.*

---

**PENDAHULUAN**

Dalam beberapa dekade terakhir telah terjadi peningkatan dalam produksi dan konsumsi produk organik yang di

produksi secara organik. Pertanian organik telah diterapkan hampir di sebagian besar negara di dunia. Di seluruh dunia, total area yang di gunakan pertanian organik telah

tercatat lebih dari 24 juta hektar. Ada pun lahan pertanian organik terluas beradadi Australia (10,5 juta ha), Argentina (3,2 juta ha), dan Italia (1,2 juta ha). Sementara di wilayah Asia, negara dengan lahan pertanian organik terluas adalah India dan China. (Pranasari, 2004).

Menurut Sugeng (2007), bahan pangan organik memang berbeda dengan bahan pangan konvensional. Selain lezat cita rasanya, bahan pangan organik lebih menyehatkan dan aman di konsumsi. Hampir tidak ada pencemaran bahan kimia yang dapat membentuk radikal bebas di temukan dalam bahan pangan organik. Bahan pangan organik merupakan bahan pangan yang di produksi secara sedikit atau bebas sama sekali dari unsur kimia berupa pupuk, Pestisida, hormon, dan obat-obatan. Bahan pangan organik hanya menggunakan bibit lokal dan pupuk dari alam seperti kotoran hewan atau kompos. Selain itu, bahan pangan organik tidak boleh mengandung bibit yang dihasilkan dari rekayasa genetika dan tidak memanfaatkan teknologi radiasi untuk mengawetkan produknya. Jadi semua proses produksi dilakukan secara alamiah, mulai aspek budidaya hingga cara pengolahan (Ririn, 2008).

Dalam hubungannya dengan pertumbuhan permintaan yang potensial, beberapa penelitian telah mengidentifikasi motivasi konsumen dalam membeli produk organik dan secara umum telah memperlihatkan gambaran yang positif terhadap kuatnya permintaan. Chinnici et al (2002), telah terjadi peningkatan permintaan konsumen untuk produk-produk pertanian yang dihasilkan dengan proses yang ramah terhadap lingkungan, khususnya, yang dihasilkan secara organik. Sedangkan menurut Firth et al (2004), walaupun permintaan pasar akan produk organik masih terbilang kecil, terdapat tanda-tanda bahwa pasar peminat makanan organik semakin dewasa dan berkembang dibandingkan beberapa tahun sebelumnya yang berada di bawah 10 persen. Konsumen yang membeli produk organik telah

dikelompokkan dalam empat grup (Devis, Titterington and Cocharane, 1995), yaitu *greens*; konsumen yang memiliki perhatian terhadap lingkungan, *food phobic*; konsumen yang memiliki perhatian terhadap bahaya kandungan kimia dalam produk organik, *humanists*; konsumen yang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam bidang pertanian dan hedonists; konsumen yang percaya bahwa produk yang lebih mahal pasti lebih baik dan memiliki rasa yang lebih baik.

Sinaga (2010) menyatakan pertanian mempunyai peluang yang cukup besar di masa yang akan datang karena adanya isu-isu terhadap asupan bahan kimia yang terkandung dalam produk pertanian. Produk organik juga mempunyai peluang ekspor keluar negeri karena tingginya permintaan dari negara maju, selain itu juga untuk meningkatkan pendapatan petani serta adanya kesadaran konsumen untuk memproleh produk yang sehat dan ramah lingkungan. Masyarakat cenderung untuk mengonsumsi produk organik, hal tersebut dapat membawa prospek bisnis tanaman organik yang semakin bagus di masa yang akan datang.

Peluang pasar produk organik ditangkap oleh sebagian produsen dengan memproduksi produk pangan organik. Inawati (2011) menyebutkannya perkembangan produsen komoditas organik ini didorong oleh pengaruh gaya hidup masyarakat sebagai konsumen yang mulai memperhatikan pentingnya kesehatan dan lingkungan hidup dengan menggunakan produk organik yang tidak menggunakan bahan-bahan kimia sintetis buatan. *International Federation of Organic Movements (IFOAM)* menyatakan Indonesia termasuk salah satu negara yang masuk dalam the Ten Countries with the Largest organic Area 2012 di kawasan Asia. Luas lahan organik di Asia adalah sebesar 3.756.584 hektar dengan sebaran luas lahan di Indonesia 62.127,82 hektar pada 2012 kemudian meningkatkan menjadi 76.013,20 hektar di 2013 samapi 2014. Sebagian besar lahan

organik ini terbesar di Pulau Jawa dan pulau-pulau lain. Lahan ini digunakan untuk mengusahakan tanaman pangan seperti: sayuran, bawang, kopi, dan padi organik.

Persepsi merupakan pengalaman belajar tentang objek pertanian atau hubungan-hubungan yang di peroleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi akan mempengaruhi seseorang dalam berpikir dan bertindak (Rakhmat, 2004). Persepsi petani terhadap karakteristik inovasi berhubungan dengan karakteristik petani itu sendiri. Persepsi konsumen tentang produk organik tanaman hortikultura tersebut sangat bervariasi, oleh karena itu para pemasar harus memperhatikan kebutuhan dan selera konsumen demi menghadapi persaingan, karena saat ini kekuatan pasar ada di tangan pembeli, mau tidak mau pemasar harus meningkatkan kualitas produknya agar menjadi produk yang berkualitas dan baik, sehingga dapat memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen. Tanaman hortikultura dibutuhkan setiap saat dengan jumlah yang banyak dan kualitas yang baik, harga terjangkau, dan aman dikonsumsi.

Kualitas produk pangan dewasa ini tidak hanya sekedar dapat terhindar dari bahan berbahaya (selama penanaman, pasca panen dan proses), bernutrisi, lebih sehat, namun juga dapat memenuhi selera (sesuai dengan budaya konsumennya). Lebih dari itu pangan berkualitas juga mementingkan fitur dari mana pangan tersebut berasal. Pangan organik misalnya, sangat diminati bukan hanya karena lebih sehat dan lebih bernutrisi tetapi juga karena dianggap lebih ramah lingkungan. Persepsi kualitas pangan organik meningkat seiring dengan keingintahuan konsumen terhadap bagaimana, kapan, dan dimana bahan pangan tersebut diproduksi, sehingga autentisitas produk pangan organik sangat dibutuhkan untuk memenuhi harapan konsumen terkait dengan kualitas dibandingkan produk konvensional (David, 2011).

Kabupaten Sikka adalah kabupaten yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Timur, dengan ibu kota adalah kota Maumere. Kebun praktek merupakan kebun yang dimiliki oleh Fakultas Pertanian yang berada di Maumere, Kabupaten Sikka, Kelurahan Kota Uneng, Kecamatan Alok, dengan luas lahan sekitar 2,5 hektare. Kebun Praktek ini dimanfaatkan oleh Fakultas Pertanian yang bergerak dalam bidang pertanian untuk mengembangkan berbagai jenis komoditas yang ada di kebun praktek.

Ada banyak tanaman yang di kelolah dalam kebun Praktek Pertanian misalnya

1. Bawang merah (*Allium cepa* var. *Aggregatum* L.)
2. Cabai (*Capsicum frutescens*)
3. Terung (*Solanum melongena*)
4. Pepaya (*Carica papaya*)
5. Sawi hijau (*Brassica chinensis* var. *Parachinensis*)
6. Semangka (*Citrullus lanatus*), Mentimun (*Cucumis sativus*) dan
7. Tomat (*Solanum Lycopersicium*)

Secara umum dalam pembangunan pertanian, tanaman hortikultura diarahkan dan disesuaikan dengan agroekosistem. Kondisi pertanian organik di kota Maumere hampir tidak ada atau tidak ditemukan sama sekali, para petani sayur atau hortikultura kebanyakan menggunakan pupuk non organik. Tanaman hortikultura yang dihasilkan di kebun praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere, memiliki daya saing yang tinggi dengan hortikultura lainnya, karena dikelola atau di budidaya dengan menggunakan pupuk organik.

Para konsumen yang membeli produk sayuran organik, sangat cenderung memiliki potensi yang tinggi dalam konsumsi produk organik tersebut. Keinginan konsumen dalam membeli hasil produk organik sangat tergantung pada ketersediaan produk di Kebun Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Dimana data yang dihasilkan dalam bentuk angka-angka yang kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu hasil informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut (Martono, 2012). Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel yang berlandaskan pada filsafat positif. Meskipun populasi penelitian berjumlah besar, tetapi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif jumlah yang besar bisa menjadi mudah dianalisis baik melalui statistik maupun computer (Bugin, 2013).

### Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah bentuk penelitian turun langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Penelitian lapangan diterapkan dalam penyebaran kuesioner.

### Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di kebun praktek fakultas pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere. Mulai dari tanggal 1 Oktober sampai dengan 1 Nopember 2020.

### Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan nilai. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data dan Interpretasi Data

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil  $r$  hitung kita bandingkan dengan  $r$  tabel dimana  $df = n - 2$  dengan sig 5%. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka valid. Hasil pengolahan data menggunakan program SPSS disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
PERSEPSI KONSUME N (X)	0,754**	0,360	Valid
	0,600	0,360	Valid
	0,547	0,360	Valid
	0,595	0,360	Valid
	0,507	0,360	Valid
	0,409	0,360	Valid
	0,754	0,360	Valid
	0,570	0,360	Valid
	0,562	0,360	Valid
	0,551	0,360	Valid
KUALITAS PRODUKSI (Y)	0,383	0,360	Valid
	0,365	0,360	Valid
	0,921	0,360	Valid
	0,478	0,360	Valid
	0,361	0,360	Valid
	0,363	0,360	Valid
	0,365	0,360	Valid
	0,512	0,360	Valid
	0,544	0,360	Valid
	0,607	0,360	Valid
0,684	0,360	Valid	
0,702	0,360	Valid	

Pada tabel diatas, dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 30 maka nilai rtabel dapat diperoleh melalui tabel *r product moment pearson* dengan *df (degree of freedom) = n - 2*, jadi  $df = 30 - 2 = 28$ , maka  $rtabel = 0.360$ . Butir pertanyaan dikatakan valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . dan hasil uji validitas yang dinyatakan valid maka penelitian ini dapat dilanjutkan.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha  $> 0,60$  maka reliable.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini akan menggunakan uji *Shapiro-Wilk*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Shapiro-Wilk*, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas diketahui bahwa nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Untuk variabel X (persepsi konsumen), diperoleh besarnya nilai *Shapiro-Wilk* adalah 0.951 dan signifikan pada 0.185. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data residual berdistribusi normal. Untuk variabel Y (kualitas produksi), diperoleh besarnya nilai *Shapiro-Wilk* adalah 0.955 dan signifikan pada 0.230. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka berarti data residual berdistribusi normal.

#### Uji Linierlitas

Pengujian linearitas dilakukan dalam pengujian model persamaan regresi suatu variabel Y atas variabel X. Uji linieritas digunakan guna pemenuhan

syarat analisis regresi yang mengharuskan adanya hubungan fungsional antara X dan Y pada populasi yang linear. Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikansi mempunyai pengaruh linear atau tidak. Pengambilan keputusan pengujian berdasarkan, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linear dan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  tidak terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 2. Hasil Uji Linearlitas**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KUALITAS * PERSEPSI	(Combined)	188.976	7	26.997	.330	.932
	Between Groups	111.616	1	111.616	1.364	.255
	Deviation from Linearity	77.360	6	12.893	.158	.985
	Within Groups	1800.890	22	81.859		
	Total	1989.867	29			

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
P * M	l)	451.283	14	32.235	1.808	.134
	Between Groups	9.088	1	9.088	.510	.486
	Deviation from Linearity	442.195	13	34.015	1.908	.116
	Within Groups	267.417	15	17.828		
	Total	718.700	29			

Dari hasil tabel di atas pengujian di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,985 > 0,05$ . maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara persepsi konsumen dengan kualitas produksi.

#### Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol).

#### Uji Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear sederhana untuk memprediksi seberapa besar hubungan positif persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan memprediksi nilai dari kualitas

produk, apabila nilai persepsi konsumen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis ini menggunakan data berdasarkan kuesioner yang dibagikan. Perhitungan uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS 20. Adapun hasil dari uji analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3. Uji Regresi Linear Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	76.452	27.731		2.757	.010
PERSEPSI	-1.022	.792	-.237	1.290	.208

Dari Tabel di atas menunjukkan hasil yang diperoleh nilai constant (a) sebesar 76,452, sedangkan nilai persepsi konsumen (b/koeffisien regresi) sebesar 1,022. Dari hasil tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 76,452 + (-1,022) X$$

Hasil persamaan di atas dapat diterjemahkan konstanta sebesar 76,452 yang mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel persepsi konsumen sebesar 76,452, dengan koefisien regresi X sebesar 1,022 yang menyatakan bahwa penambahan 1% nilai persepsi konsumen maka kualitas tanaman organik akan berkurang sebesar 1,022. Koefisien regresi tersebut bernilai negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh persepsi konsumen (variabel X) terhadap produksi tanaman organik (variabel Y) adalah negative. Dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel di atas sebesar  $-1,022 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi konsumen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel kualitas tanaman organik (Y).

Selanjutnya dapat dilihat hasil dari t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu :  $0,599 < 1,701$  artinya  $H_0$  diterimadan  $H_a$  ditolak. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen pada sayuran organik di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa, tidak memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas tanaman organik (Y).

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R square)**

Mo	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.237 <sup>a</sup>	.056	.022	8.190

Dari tabel di atas diperoleh nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0.056. Besarnya angka R square 0.056. sama dengan 5,6%. Angka tersebut mengandung arti bahwa persepsi konsumen berpengaruh terhadap kualitas tanaman sebesar 5,6%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Nilai R square yang diperoleh termasuk angka yang cukup, itu artinya pengaruh persepsi konsumen terhadap kualitas tanaman tergolong sangat lemah.

Untuk melakukan interpretasi kekuatan hubungan antara dua variabel dilakukan dengan melihat angka koefisien kolerasi hasil perhitungan dengan menggunakan interpretasi nilai r adalah sebagai berikut:

- 0 : Tidak ada korelasi antara duavariabel
- $>0-0,25$  : Korelasi sangat lemah
- $>0,25-0,5$  : Korelasi cukup
- $>0,5-0,75$  : Korelasi kuat
- $>0,75-0,99$  : Korelasi sangat kuat
- 1 : Korelasi sempurna

Catatan:

- Tanda (+) atau (-) hanya menunjukkan arah hubungan.
- Nilai r terbesar adalah +1 dan r terkecil adalah -1.
- $r = +1$  menunjukkan hubungan positif sempurna, sedangkan  $r = -1$  menunjukkan hubungan negatif sempurna.

### Uji t

Uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

**Tabel 5. Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	76.452	27.731		2.757	.010
PERSEPSI	-1.022	.792	-.237	-1.290	.208

#### Perumusan Hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh yang significant antara persepsi konsumen dengan kualitas produk organik di kebun Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere.

Ha: Terdapat pengaruh yang significant antara persepsi konsumen dengan kualitas produk organik di kebun Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere.

#### Penetapan kriteria

Besarnya nilai  $t_{tabel}$  untuk taraf signifikan 5% db = 28 (db = N - 2 untuk N = 30) yaitu 2,048

#### Hasil hitung

Hasil  $t_{hitung}$  diperoleh dengan menggunakan SPSS 20.0 for windows sebesar -1.290.

#### Pengambilan keputusan

Jika  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dari hasil perhitungan  $t_{hitung}$  sebesar -1.290 di atas dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  (db = 28) yaitu 2,048, taraf signifikan 5%, jadi  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka Ho diterima dan Ha ditolak. Dengan kata lain menerima hipotesis nol (Ho) dan menolak hipotesis alternatif (Ha) untuk pengujian kedua variabel.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa "Ada Pengaruh Yang Signifikan Antara persepsi konsumen terhadap produksi tanaman di kebun Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere."

#### KESIMPULAN

1. Karakteristik responden di Kebun Fakultas Pertanian Universitas Nusa

Nipa Maumere digambarkan melalui beberapa sebaran. Umur masuk dalam usia produktif, berjenis kelamin wanita dan pria, rata-rata responden telah menempuh pendidikan sekolah menengah atas, dan pekerjaan responden didominasi oleh pegawai swasta.

2. Nilai konsistensi variabel persepsi konsumen sebesar 76,452, dengan koefisien regresi X sebesar 1,022 yang menyatakan bahwa penambahan 1% nilai persepsi konsumen maka kualitas tanaman organik akan berkurang sebesar 1,022. Koefisien regresi tersebut bernilai negatif, sehingga dapat dikatakan arah pengaruh persepsi konsumen (variabel X) Terhadap produksi tanaman organik (variabel Y) adalah negatif. Dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel di atas sebesar  $-1,022 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi konsumen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel kualitas tanaman organik (Y).
3. Dapat dilihat hasil dari  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu:  $0,599 < 1,701$ . Artinya Ho diterima dan Ha ditolak, Sehingga hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen pada produk organik di Kebun Praktek Fakultas Pertanian Universitas Nusa Nipa Maumere, tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas tanaman organik (Y).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ajarini, Ririn. 2008. Perbandingan pembelajaran Menggunakan portofolio dengan Metode Jigsaw terhadap Hasil Belajar Biologi Pokok Materi Reproduksi pada Siswa Kelas x1SMA N 11 Boyolali. Surakarta: UMS (tidak diterbitkan).
- Bimo Walgito. 1989. Pengantar Psikologi Umum. Andi Offset, Yogyakarta
- Ghozali dalam Sujarweni 2015. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru.

- Hartono, 2012. Manajemen Keuangan. Edisi ke 2, PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Hartono.2012. Manajemen Keuangan. Edisi ke 2, PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Inawati. (2011)*penggunaan Partograf WHO Oleh Bidan di Rumah Sakit dr.Hasan Sadikin Bandung Tahun 2011.*
- Inawati. (2011) penggunaan partograf WHO Oleh Bidan di Rumah Sakit Dr. Hasan Sadikin Bandung Tahun 2011.
- Kotler dan Keller, 2000. Prinsip – prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller.2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Philip, Kotler. 2000. Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo.
- Philip, Kotler. 2000. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhalindo
- Rahmatulla, P. 2014. Pneumonitis dan Penyakit Paru Lingkungan.
- Rahmatulla, P.2014. Pneumonitis dan Penyakit Paru Lingkungan.
- Rakhmat, Jalaludin, 2004. Metode penelitian komunikasi; Di lengkapi contoh Analisis Statistik, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin, 2004. Metode penelitian Komunikasi; di lengkapi contoh Analisis Statistik Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Robbins.2011. Prilaku Organisasi Buku 2, Jakarta: Salemba.
- Schiffman dan Kanuk.2010. Perilaku Konsumen.
- Sinaga, Hardian Hariono. 2010. Analisis Pengaruh Total Arus Kas, Komponen Arus Kas, Laba Akuntansi Terhadap Return Saham.
- Sri Handayani.2012. Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air.
- Sugiyono.2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Suliyanto.2011. Ekonomi Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS:Yogyakarta.
- Thoha, Chabib.1999. Metodologi Pengajaran Agama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Van den Ban dan Hawkins 2003. Penyuluhan Pertanian.