

INTISARI

Singkong adalah komoditas asli Indonesia dan Yogyakarta merupakan salah satu daerah penghasil singkong terbesar di Indonesia. Singkong bukan hanya diolah menjadi makanan, seperti getuk, kripik, dan lain-lain; tetapi juga menjadi bahan untuk membuat makanan yaitu tepung mocaf (*modified cassava flour*). Dengan nilai produk yang baik berupa bebas gluten dan mendukung ketahanan pangan lokal dengan harga yang kompetitif belum dapat meningkatkan niat membeli konsumen tepung mocaf dalam kemasan. Oleh karena itu dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh nilai produk yang diyakini, pengetahuan produk, kualitas produk yang dipersepsikan, harga yang dipersepsikan pada niat membeli. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan kriteria responden yaitu orang secara individu yang mengetahui tepung mocaf dan belum menggunakan. Metode pengambilan data menggunakan metode *purposive sampling* dan *snowballing* dengan jumlah responden yaitu 210 responden. Lokasi penelitian ini berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan data menggunakan kuesioner yang secara daring maupun luring. Di dalam untuk melihat pengaruh antar variabel independen pada variabel dependen teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa nilai produk yang diyakini berpengaruh positif pada niat membeli, pengetahuan produk berpengaruh positif pada niat membeli, kualitas produk yang dipersepsikan berpengaruh positif pada niat membeli, dan harga yang dipersepsikan berpengaruh positif pada niat membeli. Dengan begitu implikasi manajerial penelitian ini adalah bagi pelaku bisnis produsen tepung mocaf dapat meningkatkan pengetahuan produk, kualitas produk yang dipersepsikan, harga yang dipersepsikan dan nilai produk yang diyakini sebagai bahan perhatian utama untuk meningkatkan niat membeli konsumen tepung mocaf. Jika niat membeli konsumen tinggi maka orang secara individu akan mulai menggunakan tepung mocaf sebagai bahan dalam mengolah makanan.

Kata Kunci: nilai produk yang diyakini, pengetahuan produk, kualitas produk yang dipersepsikan, harga yang dipersepsikan, niat membeli masyarakat, tepung mocaf.

ABSTRACT

Cassava is a native commodity of Indonesia and Yogyakarta is one of the largest cassava producing regions in Indonesia. Cassava is not only processed into food, such as getuk, kripik, and others; but also become the ingredient for making food that is mocaf flour (modified cassava flour). With good product value in the form of gluten-free and carrying local food resistance with competitive price yet can increase intention to buy consumer of mocaf flour in packing. Therefore, in this study has a purpose to analyze the influence of the value of the product is believed, product knowledge, perceived product quality, price perceived on buying intent. The sample used in this study with the criteria of respondents is individuals who know mocaf flour and not yet using. Methods of data collection using purposive sampling and snowballing with the number of respondents is 210 respondents. The location of this research is in Daerah Istimewa Yogyakarta. Data collection using questionnaires that are online and offline. In order to see the effect between independent variables on the dependent variable the analysis technique used in this study is multiple linear regression.

The results of this study indicate that the value of the product is believed to have a positive effect on buying intentions, product knowledge has a positive effect on buying intention, the perceived quality of product has a positive effect on buying intention, and the price perceived has a positive effect on buying intention. Thus the managerial implication of this research is for the producers of mocaf flour producers can improve product knowledge, perceived product quality, perceived price and product value believed to be the main concern to increase purchasing intention of consumer of mocaf flour. If the intention of buying a consumer is high then people will individually start using mocaf flour as an ingredient in processing food.

Keywords: the value of the product believed, the product knowledge, the perceived product quality, the perceived price, the buying intention of the community, the mocaf flour.