

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BERAS ORGANIK DI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

Nisa Puspita Mawadati <sup>1</sup>, Novita Erma Kristanti <sup>2</sup>, Nafis Khuriyati <sup>2</sup>

**INTISARI**

Kebutuhan masyarakat akan beras organik meningkat setiap tahunnya seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat ke arah gaya hidup sehat. Hal itu membuat banyak merek beras organik bermunculan di pasaran. Setiap merek tersebut perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh elemen ekuitas merek terhadap keputusan pembelian beras organik dan menyusun rekomendasi strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk beras organik. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan teknik pengambilan data *purposive sampling*. Variabel laten eksogen yang digunakan adalah kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek dengan variabel laten endogennya adalah keputusan pembelian. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen beras organik “Lingkar Organik” sebanyak 105 responden. Merek “Lingkar Organik” dipilih karena menjadi *market leader* di pasar beras organik bermerek di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan hasil bahwa variabel persepsi kualitas dan loyalitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian beras organik. Variabel asosiasi merek dan kesadaran merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan variabel yang berpengaruh, dirumuskan rekomendasi strategi pemasaran melalui *in-depth interview* dengan *stakeholder* terkait sehingga dihasilkan strategi: menjaga kualitas beras organik dengan menerapkan standar yang ketat, menjadikan kualitas sebagai poin untuk promosi, dan membangun *customer relationship marketing*.

Kata Kunci: Beras Organik, Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian, Strategi pemasaran

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

<sup>2</sup> Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

## **ANALYSIS OF THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON PURCHASING DECISION TOWARDS ORGANIC RICE IN SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA**

Nisa Puspita Mawadati <sup>1</sup>, Novita Erma Kristanti <sup>2</sup>, Nafis Khuriyati <sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

The community's need for organic rice increases every year along with changes in people's lifestyles towards a healthy lifestyle. This has made many organic rice brands appear on the market. Each of these brands needs to implement the right marketing strategy to increase its competitive advantage. The study aims to analyze the influence of brand equity elements (brand awareness, brand association, perceived quality, and brand loyalty) on purchasing decisions for organic rice and create recommendations for appropriate marketing strategies for marketing organic rice products. The Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) is used to analyze the data, with a purposive sampling data collection technique. Respondents in this study were 105 consumers of organic rice "Lingkar Organik". The "Lingkar Organik" brand was chosen because it is the market leader in the branded organic rice market in Special Region of Yogyakarta. Based on the results of the study, it was found that the perceived quality and brand loyalty variables have a significant effect on the purchase decision towards organic rice. Brand association and brand awareness variables have no significant effect on purchasing decisions. Based on the influencing variables, marketing strategy recommendations are formulated through in-depth interviews with relevant stakeholders to create the strategies: maintaining organic rice quality by applying strict standards, highlighting quality as a point for promotion, and building customer relationship marketing.

Keyword: organic rice, brand equity, purchase decision, marketing strategy

---

<sup>1</sup> Student of Agroindustrial Technology Department, FTP UGM

<sup>2</sup> Lecturer of Agroindustrial Technology Department, FTP UGM