

## THE INFLUENCE OF ORGANIC LABEL ON FOOD PRODUCTS TOWARDS CONSUMER PURCHASING DECISIONS IN SLEMAN REGENCY

Nadzifah Shania Qotrunnada\*, Irham, Hariyani Dwi Anjani

Department of Agriculture Socioeconomics  
Faculty of Agriculture, Universitas Gadjah Mada  
\*email: [nadzifahshania@mail.ugm.ac.id](mailto:nadzifahshania@mail.ugm.ac.id)

### ABSTRACT

This study examines how organic label aspects—recognition, understanding, and trust—affect consumer purchasing decisions in Sleman Regency. A total of 100 respondents were surveyed using a questionnaire distributed via Google Forms. Path analysis results indicate that all variables significantly impact purchasing decisions across four different path analysis models. Among these, Model I, where organic label recognition directly influences purchasing decisions, is the highest preferred by consumers to make a purchasing decision, showing a total effect of 0.5. The respondents are mostly married women, many of whom hold a bachelor's degree, with housewives as the dominant occupation. Most respondents earn a stable income of  $\geq$  IDR 10,500,000. Organic vegetables are the most purchased products, typically bought twice a week. Consumers prefer shopping at Superindo and generally buy offline, with health benefits being the main reason for choosing organic products. These findings highlight the importance of organic labels in influencing purchasing decisions and provide insights for producers to align with consumer preferences effectively.

**Keywords:** organic label, purchasing decision, consumer behavior, organic food products, path analysis

Supervisor



Prof. Dr. Ir. Irham, M.Sc.

## PENGARUH LABEL ORGANIK PADA PRODUK PANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KABUPATEN SLEMAN

Nadzifah Shania Qotrunnada\*, Irham, Hariyani Dwi Anjani

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian  
Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada  
\*email: nadzifahshania@mail.ugm.ac.id

### INTISARI

Studi ini meneliti pengaruh aspek label organik—pengakuan, pemahaman, dan kepercayaan—terhadap keputusan pembelian konsumen di Kabupaten Sleman. Sebanyak 100 responden disurvei melalui kuesioner di Google Forms. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa semua variabel berdampak signifikan pada keputusan pembelian di empat model analisis jalur. Model I, di mana pengakuan label organik langsung mempengaruhi keputusan pembelian, adalah yang paling disukai konsumen dengan total efek 0,5. Responden mayoritas adalah wanita menikah, banyak yang berpendidikan sarjana, dengan pekerjaan dominan sebagai ibu rumah tangga. Mayoritas responden memiliki penghasilan stabil di atas Rp 10.500.000. Produk yang paling banyak dibeli adalah sayuran organik, biasanya dibeli dua kali seminggu. Konsumen lebih memilih berbelanja di Superindo dan umumnya membeli secara offline, dengan manfaat kesehatan sebagai alasan utama memilih produk organik. Temuan ini menekankan pentingnya label organik dalam memengaruhi keputusan pembelian dan memberikan wawasan bagi produsen untuk menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen.

**Kata kunci:** label organik, keputusan pembelian, perilaku konsumen, produk pangan organik, analisis jalur

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Irham, M.Sc.