

Peran kandungan nutrisi nutritional content, daya tarik indrawi sensory appeal dan harga price dalam memprediksi sikap attitude dan minat intention untuk membeli daging sapi beku = The role of nutritional content, sensory appeal and price on predicting attitude and intention to purchase frozen beef

Ina Zulianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20477010&lokasi=lokal>

Abstrak

Daging sapi bagi masyarakat Indonesia merupakan salah satu diantara 10 kebutuhan pokok lainnya yang permintaannya terus meningkat dari tahun ke tahun. Harga daging sapi cenderung tinggi dan menjadi tidak terkendali terutama pada hari besar keagamaan, oleh karena ketersediaan daging sapi nasional yang tidak mampu mencukupi permintaan tersebut. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Pemerintah selaku stabilisator harga dimana salah satunya adalah menugaskan Perum BULOG untuk melakukan importasi daging sapi beku frozen. Meskipun harga daging sapi beku yang dijual Perum BULOG lebih rendah dari harga daging sapi di pasaran, masyarakat masih enggan beralih untuk membelinya. Minat konsumen untuk membeli daging sapi beku, akan dianalisis dalam penelitian ini dengan mengacu pada Theory of Planned Behavior TPB, yang menyatakan bahwa minat beli Purchase Intention dipengaruhi oleh sikap terhadap produk tersebut Attidute toward frozen beef. Adapun variabel yang mempengaruhi sikap terdiri dari kandungan nutrisi nutritional content, daya tarik indrawi sensory appeal dan harga price. Survey dilakukan secara online kepada 536 responden dengan status WNI yang bertempat tinggal di wilayah indonesia dan di beberapa negara tetangga. Responden merupakan pembeli dan pengambil keputusan untuk membeli daging sapi dengan dengan rentang usia 20-50 tahun. Penelitian menggunakan metode Structural Equation Model SEM yang membuktikan bahwa nutritional content, sensory appeal dan price berpengaruh terhadap purchase intention dan di mediasi oleh attitude toward frozen beef.

.....Beef is one of the basic needs of Indonesian society. The demand continues to increase from year to year. Since there is an imbalance between demand and supply, the price of meat becomes higher and tend to be out of control especially on certain religious holidays. In this condition, government will assigned Perum BULOG importing frozen beef. However, the lack of public understanding of frozen beef encourages them to choose fresh beef rather than frozen one although the price offered is lower. Therefore, the aim of this study is to analyze the factors affecting the intention to purchase frozen beef mediated by the attitude toward frozen beef, refer to Theory of Planned Behavior TPB .Several factors were tested, namely nutritional content, sensory appeal, and price. The method in this study is quantitative with a questionnaire to buyers and decision makers in buying frozen beef. The respondents are Indonesian citizens 20 50 years old, reside in Indonesia and foreign country. SEM were used in data analysis with the results which indicate the higher consumer perceptions of nutritional content, sensory appeal, and price, lead the higher the attitude towards frozen beef and in turn increase purchase intention.