

Peran Sikap terhadap Makanan Organik sebagai Mediator antara Efikasi Diri dan Intensi Pembelian Makanan Organik = The Role of Attitude towards Organic Food as Mediator between Self-Efficacy and Organic Food Purchase Intention

Cut Kallysta Asila Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20526291&lokasi=lokal>

Abstrak

Konsumsi yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan meningkat seiring bertambahnya permasalahan lingkungan. Konsumsi makanan organik merupakan salah satu faktor kunci dari konsumsi realistis yang bertujuan untuk mengurangi pencemaran lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peran mediasi variabel sikap terhadap makanan organik pada hubungan antara efikasi diri dan intensi pembelian makanan organik. Partisipan dalam penelitian ini diantaranya adalah pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, pegawai BUMN, dan PNS. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari alat ukur intensi pembelian makanan organik, sikap terhadap makanan organik, dan efikasi diri dari Pang et al. (2021). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian melalui platform media sosial. Analisis mediasi dilakukan menggunakan PROCESS 4.0. milik Hayes. Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap memediasi hubungan antara efikasi diri dan Intensi pembelian makanan organik secara parsial atau sebagian. Berdasarkan analisis yang dilakukan, ditemukan hasil direct effect sebesar 0.18, indirect effect sebesar 0.35, dan total effect sebesar 0.38. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa sikap terhadap makanan organik memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap intensi pembelian makanan organik daripada efikasi diri

.....Socially and environmentally responsible consumption is increasing along with the increasing number of environmental problems. Consumption of organic food is one of the key factors of realistic consumption which aims to reduce environmental pollution. This study aims to examine the mediating role of attitude towards organic food on the relationship between self-efficacy and organic food purchase intention. Participants in this study included students, private employees, BUMN employees, and civil servants. The measuring instruments used in this study consisted of measuring the intention to buy organic food, attitudes, and self-efficacy from Pang et al. (2021). This research was conducted by distributing research questionnaires through social media platforms. Mediation analysis was performed using Hayes's PROCESS 4.0. The results of the analysis show that attitude mediates the relationship between self-efficacy and intention to buy organic food partially. Based on the analysis, it was found that the direct effect was 0.18, the indirect effect was 0.35, and the total effect was 0.38. Therefore, it can be seen that attitude has a greater influence on the intention to buy organic food than self-efficacy.