

Intensi Konsumsi Ikan Berkelanjutan: Perspektif Theory of Planned Behavior dan Peranan Kepercayaan Konsumen = Intention to Sustainable Fish Consumption: Perspective Theory of Planned Behaviour and Role of Confidence

Melva Minar Leonarda Tambunan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920534702&lokasi=lokal>

Abstrak

Konsumsi ikan berkelanjutan merupakan salah satu program pemerintah yang sedang gencar dilaksanakan untuk menanggulangi gizi buruk di masyarakat, meningkatkan kesehatan dan mensejahterakan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan melakukan analisis faktor-faktor anteseden yang mempengaruhi intensi konsumen untuk konsumsi ikan berkelanjutan, melalui perspektif model *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan peranan kepercayaan diri konsumen. Analisis dilakukan dengan menggunakan Analisis Regresi Stepwise untuk menguji kekuatan lima hipotesis dari hubungan variabel dalam model. Responden yang dipilih melalui *purposive sampling* adalah 200 orang ibu-ibu yang hobi dan secara rutin mengonsumsi ikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan persepsi efektivitas konsumen berdampak langsung dan berpengaruh positif terhadap intensi untuk konsumsi ikan berkelanjutan. Kepercayaan hanya mempengaruhi *attitude* terhadap intensi konsumen. Sedangkan persepsi ketersediaan dan norma subjektif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensi untuk konsumsi ikan berkelanjutan.

.....

Sustainable fish consumption is one of the government programs that are being intensively implemented to overcome malnutrition in society, improve health and public welfare. This study aims to examine and analyze the antecedent factors that influence consumer intentions to increase fish consumption, through the perspective of Theory of Planned Behavior model (TPB) and the role of consumer confidence. The analysis was performed by using Stepwise Regression Analysis to test the strength of five hypotheses of the variable relationship in the model. Respondents selected through *purposive sampling* are 200 mothers who hobbies and regularly consume fish. The results showed that attitude and perceived consumers effectiveness have a direct impact and positive influence towards intention to sustainable fish consumption. Confidence only affects attitudes toward consumer intentions. While perceived availability and subjective norms do not significantly influence the intention to sustainable fish consumption.