

Pengaruh Multidimensional Perceived Value terhadap Purchase Intention Sayuran Organik = The Multidimensional Effect of Perceived Value on Purchase Intention of Organic Vegetables

Wulan Nugraini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920536966&lokasi=lokal>

Abstrak

Selama beberapa tahun terakhir, pasar global makanan organik termasuk sayuran organik mengalami pertumbuhan. Hal ini salah satunya didorong oleh adanya kekhawatiran konsumen tentang masalah lingkungan dan kesehatan, terutama dalam hal makanan yang dikonsumsi. Sayuran organik dinilai lebih aman untuk kesehatan dan lingkungan karena sayuran organik diproses tanpa pestisida, pupuk kimia, genetically modified food (GMO), dan zat aditif. Meningkatnya konsumsi dan pasar organik di Indonesia sendiri juga menarik minat peneliti untuk mencari tahu faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian terhadap sayur organik. Tujuan dari penelitian ini adalah membentuk sebuah model penelitian berdasarkan pengaruh multidimensional perceived value yang terdiri dari functional value, economic value, sosial value, emotional value, dan conditional value pada purchase intention sayuran organik. Pendekatan secara kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Survei atau kuesioner berhasil disebarakan kepada 383 responden. Data yang diperoleh diolah dengan teknik analisis Structural Equation Modeling atau SEM. Hasil yang ditemukan, economic value dan emotional value berpengaruh terhadap purchase intention. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam niat pembelian konsumen terhadap sayuran organik diwakili oleh manfaat ekonomi yaitu manfaat yang dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan dan juga manfaat emosional yang membuat perasaan konsumen menjadi positif ketika akan melakukan pembelian sayuran organik.

..... Over the past few years, the global market for organic foods including organic vegetables has expanded significantly. This development is partly driven by consumers concerns about environmental and health issues, particularly in the context of the food that they consume. Organic vegetables are considered safer than the conventional ones for both health and environment as organic vegetables are processed without the use of pesticides, chemical fertilizers, Genetically Modified Food (GMO) and additives. The increasing consumption and organic market in Indonesia have attracted researchers' interests to determine the factors that influence the purchase intention of organic vegetables. The purpose of this research is to form a research model based on the influence of multidimensional perceived value consisting of functional value, economic value, social value, emotional value, and conditional value towards consumers' purchase intention of organic vegetables. the questionnaires distributed to 383 respondents, The researchers analyses the incoming data using Structural Equation Modeling (SEM) with quantitative method. The results indicate that economic and emotional value has a positive effect on purchase intention. These results indicate that there is an intention to buy organic vegetables represented by economic benefits that are benefits compared to costs incurred and also emotional benefits that make consumers feel positive about buying organic vegetables.