

KINERJA

JURNAL BISNIS DAN EKONOMI
TERAKREDITASI SK NO. 64a/DIKTI/Kep/2010

DAFTAR ISI

Daftar isi

Illegal Digital Media Usage: Based on Moral Judgment and Legal Awareness <i>lin Mayasari dan Dikara Barcah</i>	1-14
Consumer Attitudes to Purchase Intention of Counterfeiting Bag Product <i>Santi Budiman dan Anas Hidayat</i>	15-29
Restructuring in The Full Service Airline Company: The Case Of Garuda Indonesia <i>Roberto Akyuwen</i>	30-44
Pengaruh Modal Sosial Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode 1983 – 2008: Pendekatan <i>Error Correction Model (ECM)</i> <i>Y. Sri Susilo dan Lincolin Arsyad</i>	45-63
Mengapa Tingkat Pengangguran di Indonesia Tinggi dan Persisten? <i>D. S. Priyarsono, Djon Hartono, dan Nilam Anggar Sari</i>	64-72
Niat Konsumen dalam Pembelian Makanan Organik <i>Heru Irianto dan Budhi Haryanto</i>	73-87
Intensitas Pelaporan Keuangan Berbasis Internet dan Berbasis Kertas dalam Pembuatan Keputusan Investasi: Studi Eksperimen dengan Surogasi Mahasiswa Profesi Akuntansi Universitas Syiah Kuala <i>Yossi Diantimala dan Chairul Raziki</i>	88-102

Pedoman Penulisan

Indeks Artikel

NIAT KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN ORGANIK

Heru Irianto
Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret
Email : irian_her@yahoo.com

Budhi Haryanto
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret
Email : budhiharyanto@yahoo.com

Abstract

The objective of research is to determine the organic food purchasing intention model, with the variables studied consisting of awareness of health, awareness of environment, organic food availability, attitude, subjective norm, and organic food purchasing intention, as well age and consumption pattern variables. The research method used was survey technique with 200 respondents as the consumer sample who intend to purchase food organic in order to be consistent with the analysis method used, structural equation model (SEM).

The result of study shows that the awareness of health and awareness of environment are the determinant of someone's positive attitude creator to organic food. The finding about the moderating role of age group and consumption pattern variables on the relationship between attitude and behavior of organic food purchasing intention affects the organic food purchasing intention. The implication of study is that the marketers in the future should convince the consumers that the organic food product is safe for health and environmental friendly, as well as there should be market segmentation based on the age group and consumer's consumption pattern.

Keywords: intention, attitude, organic food.

1. PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup pangan sehat dengan mengkonsumsi makanan organik masih menjadi obyek kajian dalam studi sikap dan niat perilaku, khususnya dengan menggunakan model hubungan sikap dan niat. Hal ini dikarenakan hasil penelitian model hubungan sikap dan niat dalam perilaku konsumsi makanan organik belum menunjukkan hasil yang konsisten (lihat Kalafatis, *et al.*, 1999; Magnusson, 2001; Vindigni, *et al.*, 2002; Tarkianen dan Sundqvist, 2005; Chen, 2009).

Dalam studi terdahulu mengindikasikan adanya keragaman model yang masing-masing bersifat terbatas untuk dapat diterapkan pada *setting* yang berbeda konteksnya karena akan terjadi bias. Kondisi ini memberi peluang pada studi ini untuk membuat model hubungan yang relevan dengan *setting* penelitian di Surakarta Indonesia. Pemilihan *setting* di kota Surakarta diharapkan dapat membatasi lingkup studi sehingga hasilnya tidak terlalu heterogen.

Berdasarkan studi terdahulu, dalam studi ini model yang dikembangkan bertumpu pada 8 variabel amatan. **Pertama**, kesadaran terhadap kesehatan. Variabel kesadaran terhadap kesehatan berperan mendorong seseorang untuk bersikap positif pada makanan organik (lihat Tarkianen dan Sundqvist, 2005; Chen, 2009). **Kedua**, kesadaran terhadap lingkungan. Variabel kesadaran terhadap lingkungan berperan mendorong seseorang untuk bersikap positif pada makanan organik (lihat Vindigni, *et al.*, 2002; Tarkianen dan Sundqvist, 2005; Chen, 2009). **Ketiga**,