

INTISARI

Tren makanan organik di Indonesia terus meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen tentang makanan yang aman dan sehat. Namun, permintaan makanan organik di Indonesia masih rendah jika dibandingkan negara lain. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi faktor pendorong yang mempengaruhi kesediaan untuk membeli makanan organik dalam konteks demografis konsumen di Indonesia. Model *Stimuli-Organism-Response* (S-O-R) digunakan untuk menginvestigasi sejauh mana dorongan lingkungan dan keadaan psikologis konsumen menjadi faktor penentu penting bagi konsumen yang ingin membeli makanan organik. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan SmartPLS untuk menganalisis sampel 201 responden yang telah memenuhi kriteria dan dikumpulkan melalui survei *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan dan kepedulian keamanan makanan bertindak sebagai stimulus untuk membentuk faktor internal individu seperti keterbukaan terhadap perubahan, identitas diri, dan *ethical self-identity* yang dapat mendorong perilaku konsumen terkait kesediaan untuk membeli makanan organik.

Kata Kunci: makanan organik, *Stimuli-Organism-Response* (S-O-R), kesediaan untuk membeli

ABSTRACT

The popularity of organic food in Indonesia is growing due to increased consumer awareness regarding the importance of healthy food. However, compared to other countries, the demand for organic food in Indonesia remains relatively low. Consequently, this study aims to explore the factors that influence consumers' willingness to purchase organic food, specifically within the context of the consumer demographic in Indonesia. This study employs the Stimuli-Organism-Response (S-O-R) model to examine the significance of environmental influences and consumer psychological states as determinants of consumers' willingness to purchase organic food. A quantitative approach utilizing the Structural Equation Modeling (SEM) method with SmartPLS was employed to analyze data collected through an online survey from 201 participants who met the predetermined criteria. This study findings indicate that health awareness and food safety concern serve as stimuli that shape individuals' internal factors, such as their openness to change, self-identity, and ethical self-identity, which ultimately impact consumer behavior related to the willingness to purchase organic food.

Keywords: *organic food, Stimuli-Organism-Response (S-O-R), willingness to purchase*