



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran akan kesehatan, kepedulian keamanan pangan, pengetahuan subjektif pada sikap terhadap produk. Penelitian ini juga melihat pengaruhnya secara langsung, kesadaran akan kesehatan, kepedulian keamanan pangan, pengetahuan subjektif, dan sikap terhadap produk pada niat beli ulang produk yoghurt.

Penelitian ini menggunakan 230 responden yang pernah mengonsumsi produk yoghurt. Pengujian 7 hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan, variabel kesadaran akan kesehatan, kepedulian keamanan pangan, dan pengetahuan subjektif memiliki pengaruh pada sikap terhadap produk. Begitu juga dengan variabel kesadaran akan kesehatan dan sikap terhadap produk berpengaruh positif pada niat beli ulang.

Berbeda dengan variabel kepedulian keamanan pangan dan pengetahuan subjektif yang tidak berpengaruh pada niat beli ulang. Penelitian ini mengarahkan pada kesimpulan bahwa konsumen menganggap produk yoghurt merupakan pangan fungsional yang memberikan manfaat bagi kesehatan. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi niat beli ulang yoghurt adalah kesadaran akan kesehatan dan sikap terhadap produk.

Kata kunci: Kesadaran akan kesehatan, kepedulian keamanan pangan, pengetahuan subjektif, sikap terhadap produk, dan niat beli ulang

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of health consciousness, food safety concern, subjective knowledge on attitude toward the product. As well as seeing its effects directly, health consciousness, food safety concerns, subjective knowledge, and attitudes toward the product on repurchase intention of yoghurt.

This study used 230 respondents who had consumed yoghurt products. Testing of 7 hypotheses was performed using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variables of health consciousness, food safety concerns, and subjective knowledge have an influence on attitudes toward the product. Likewise, the variable of health consciousness and attitudes toward the product have a positive effect on the repurchase intention.

In contrast to the variables of food safety concerns and subjective knowledge that have no effect on repurchase intentions. This study leads to the conclusion that consumers consider yogurt products are functional food that provides health benefits. The most dominant factor in influencing the intention of buying yoghurt is the health consciousness and attitudes toward the product.

Keywords: Health consciousness, food safety concern, subjective knowledge, attitudes toward the product, and repurchase intention