



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran pengetahuan, motif dan sikap terhadap perilaku mengonsumsi produk organik. Objek penelitian adalah sayuran organik. Penelitian yang dilakukan bersifat kuantitatif dan menggunakan metoda survei dengan jumlah responden sebanyak 217 orang. Pemilihan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* tipe *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian adalah pria atau wanita, berumur minimal 20 tahun, individu yang mengonsumsi sayuran organik dan tidak mengikuti komunitas organik.

Data dikumpulkan menggunakan dua jenis kuesioner yaitu kuesioner terbuka digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan menggunakan skala *counting* dan kuesioner tertutup untuk mengukur variabel sikap, motif, harga dan perilaku konsumsi menggunakan skala *Likert* dan skala numerik. Metoda analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan berganda serta analisis regresi linier dengan variabel moderator menggunakan SPSS.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan motif terkait kesadaran akan lingkungan dengan nilai $p < 0,05$. Selain itu, sikap dan motif terkait kesadaran akan kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi sayuran organik dengan nilai $p < 0,05$. Namun, pengetahuan terhadap motif terkait kesadaran akan kesehatan serta motif terkait kesadaran akan lingkungan terhadap perilaku konsumsi menunjukkan hasil yang tidak signifikan dengan nilai $p > 0,05$. Penelitian ini juga menunjukkan variabel harga sebagai variabel moderator.

Kata Kunci: Organik, Pengetahuan, Motif, Sikap, Harga, Konsumsi



ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the role of knowledge, motive, and attitude toward organic-product consumption. The object of the research is on organic vegetables. A quantitative survey involving 217 respondents is carried out in this research. A non-probability sampling techniques, specifically purposive sampling type, was used to select the participants. The inclusion criteria for eligible respondents are males or females aged 20s, consume organic vegetables and do not participate in any organic community.

Data are collected using two types of the questionnaire; an open-ended questionnaire to measure the variable of the knowledge using the counting scale; and a closed-ended questionnaire used to measure the variable of the attitude, motive, price, and consumption behaviour using the Likert scale and the numeric scale. To analyze the data, the simple regression and multiple regression, also regression with the moderator variable are performed using SPSS.

This research shows that knowledge has given a significantly positive impact on the actions and the awareness of the environment ($p < 0.05$). Moreover, the attitude or the action and the awareness of the health has given a positive impact towards the organic vegetables consuming frequency ($p < 0.05$). However, the knowledge towards the awareness of the health and the awareness of the environment toward the organic vegetables consuming frequency demonstrate an insignificant result ($p > 0,05$). It has also been shown that the price as the variable of the moderator that gives a moderating influence on the relationship of attitude to consumption.

Keywords: Organic, Knowledge, Motive, Attitude, Price, Consumption.