



INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis permasalahan yang ada dalam perkembangan produk makanan organik, khususnya loyalitas konsumen makanan organik. Analisis dilakukan dengan menguji hubungan kesadaran kesehatan, pengetahuan konsumen, persediaan terbatas, kewajaran harga, dan persepsi nutrisi yang tinggi terhadap loyalitas konsumen makanan organik di Indonesia. Dalam melakukan pengumpulan data, metode yang dipakai ialah *purposive sampling*, dan kriteria sampel yakni warga yang tinggal di Indonesia, berusia ≤ 20 tahun hingga ≥ 36 tahun, dan pernah atau sedang mengonsumsi produk makanan organik. Sampel yang digunakan sebanyak 166 sampel, sedangkan untuk instrumen yang digunakan dalam penelitian ialah kuesioner dan disebarluaskan melalui daring menggunakan *Google Form*. Metode analisis yang digunakan untuk mengukur model dan hipotesis yang diajukan adalah metode regresi linear berganda.

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa kesadaran kesehatan, pengetahuan konsumen, kewajaran harga dan persepsi nutrisi yang tinggi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan persediaan terbatas tidak memengaruhi loyalitas konsumen makanan organik di Indonesia. Implikasi manajerial di bidang produk makanan organik dapat memfokuskan pada pengetahuan konsumen tentang kandungan, dan manfaat makanan organik agar meningkatkan kesadaran kesehatan konsumen sehingga konsumen makanan organik dapat bersikap dan berperilaku loyal terhadap produk makanan organik.

Kata kunci: Makanan organik, kesadaran kesehatan, pengetahuan konsumen, kewajaran harga, persepsi nutrisi yang tinggi, loyalitas konsumen



ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the problems that exist in the development of organic food products, especially the loyalty of organic food consumers. The analysis was conducted by examining the relationship of health consciousness, consumer knowledge, limited availability, the fairness of prices, and the perception of the high nutrition of the loyalty of organic food consumers in Indonesia. In collecting data, the method used was purposive sampling, and the sample criteria were citizens who lived in Indonesia, aged ≤ 20 years to ≥ 36 years, and had or were consuming organic food products. The sample used was 166 samples, while the instrument used in the study was a questionnaire and was distributed online using Google Forms. The analytical method used to measure the model and the proposed hypothesis is the multiple linear regression method.

From the results of data analysis, it was found that health consciousness, consumer knowledge, the fairness of prices and perception of high nutrition had a positive effect on consumer loyalty. While limited availability does not affect the loyalty of organic food consumers in Indonesia. Managerial implications in the field of organic food products can focus on consumer knowledge about the content, and benefits of organic food to increase consumer health awareness so that organic food consumers can behave loyally to organic food products.

Keywords: Organic food, health consciousness, consumer knowledge, the fairness of prices, perception of high nutrition, consumer loyalty