

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi panca indra terhadap sikap konsumen pada makanan organik, pengaruh norma subyektif, kesadaran kesehatan terhadap sikap dan niat beli ulang makanan organik serta pengaruh kendali perilaku persepsian terhadap niat beli ulang makanan organik. sampel dalam penelitian ini sebanyak 293 responden dan diperoleh menggunakan metode survey. Alat analisis yang digunakan dalam menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah SEM-AMOS.

Populasi yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui prodok makanan organik makanan organik baik itu bahan mentah ataupun yang sudah diolah seperti digeraى penyedia makanan organik (Loving Hut Express, Kedai Kolodjono, Living Hut Resto, Carrefour, Bumi langit dan Jejamuran)

Hasil penelitian menunjukkan persepsi panca indra, norma subyektif dan kesadaran akan kesehatan berpengaruh terhadap sikap konsumen pada niat beli makanan organik. hasil lainnya menunjukkan juga sikap konsumen, kesadaran akan kesehatan, norma subyektif dan kendali perilaku persepsian berpengaruh terhadap niat beli ulang makanan organik dan ini penemuan ini memperkuat *Theory of Planned Behavior*.

Kata kunci : Persepsi panca indra, Sikap pada makanan organik, Norma subyektif, Kesadaran akan kesehatan, Kendali perilaku persepsian dan Niat beli ulang makanan organik.

## **ABSTRACT**

This study aims to determine how the sensory appeal on the attitudes of consumers on organic food, the influence of subjective norms, health consciousness on the attitudes and purchase intention of organic food as well as the effect of perceived behavioral control on the intention to buy the organic food. samples in this study were 293 respondents and obtained using the survey method. The analytical tool used to test the hypothesis in this study is the SEM-AMOS.

Population object of this research is that consumers know product organic food either raw or processed material organic food in (Loving Hut Express, Kedai Kolondjono, Living Hut Resto, Carrefour, Bumi Langit and Jejamuran).

The results showed sensory appeal, subjective norms and health awareness on the effect on consumer attitudes and purchase intention of organic food. Other results show also consumer attitudes, health consciousness, subjective norms, and perceived behavioral control effect on the purchase intention of organic food and this reinforces the invention Theory of Planned Behavior.