

Analisis Faktor yang Mendorong Pembelian Makanan Organik di Indonesia: Kerangka SOBC = Factor Analysis that Drives Organic Food Purchase in Indonesia: SOBC Framework

Andi Rachman Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20520279&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini berusaha untuk menganalisis faktor yang dapat menstimulasi pembelian makanan organik di Indonesia. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat gap antara niatan dengan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan terkait pembelian makanan organik atau yang biasa disebut dengan “green gap”. Kerangka Stimulus–Organism–Behavior–Consequence (SOBC) digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan pemahaman berbeda terkait pembelian makanan organik konsumen. Sepengetahuan penulis, baru sedikit penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kerangka SOBC dalam konteks pembelian makanan organik. 327 data cross-sectional dari pembeli makanan organik dikumpulkan menggunakan metode online self-administrated survey. Partial least squares – structural equation modeling (PLS-SEM) digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasilnya menunjukkan bahwa dalam kerangka SOBC, kesadaran akan kesehatan dan kepedulian lingkungan berperan sebagai stimulus bagi individu dalam pembelian makanan organik. Individu ini direpresentasikan oleh faktor internal yang meliputi keterbukaan terhadap perubahan, identitas diri dan identitas diri etis berhubungan secara positif dengan keinginan untuk melakukan pembelian, yang pada akhirnya menjadi perilaku pembelian makanan organik yang sesungguhnya sebagai konsekuensinya. Temuan ini menunjukkan bahwa produsen makanan organik perlu secara jelas menekankan nilai kesehatan dan lingkungan yang ditawarkan oleh produk mereka. Implikasi teoritis dan manajerial lainnya juga dibahas dalam penelitian ini.

.....This research attempts to analyze factors that may stimulate the purchase of organic food in Indonesia. Previous research has shown that there is a gap between consumer intention and behavior in decision making regarding the purchase of organic food or what is known as the green gap.

Stimulus–Organism–Behavior–Consequence (SOBC) framework was used in order to provide a different insight towards consumer organic food purchase. To the authors best knowledge, little research has utilized SOBC framework in the context of organic food purchase. Cross-sectional data of 327 organic food buyers were collected using online self-administered survey. Partial least squares – structural equation modeling (PLS-SEM) was used to test the proposed theoretical model. The findings suggest that within SOBC framework, health consciousness and environmental concern act as stimulus for individuals to purchase organic food. These individuals were represented by three internal factors of openness to change, self-identity, and ethical self-identity positively related to willingness to purchase, which ultimately become stated buying behavior of organic food as the consequence. These findings imply that the producers of organic foods should specifically emphasize the health and environmental value offered by their products. Other theoretical and managerial implications are discussed in this research.