

ABSTRACT

Abstract. *The increasing awareness of the people of DKI Jakarta to support the conservation of the environment makes the need for environmentally friendly food products is increasing. However, these needs are not matched by consistency to keep buying these environmentally friendly food products. This study aims to determine the role of attitudes in mediating the influence of environmental knowledge and price perceptions on the intention of buying environmentally friendly food products to residents in DKI Jakarta. The sampling method used is the non-probability sampling of the total population of Jakarta as many as 125 people from various age levels. The method of analysis used is Structural Equation Modeling (SEM). The results showed significant influence of environmental knowledge variables, price perceptions on attitudes and attitude variables on the intention to buy environmentally friendly food products. While the environmental knowledge variable, the perception of the price on the intention to buy environmentally friendly food product has no significant effect.*

Keywords environmental knowledge, price perception, attitude, green purchase intention



ABSTRAK

Abstrak. Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat DKI Jakarta untuk mendukung pelestarian lingkungan hidup membuat kebutuhan akan produk pangan ramah lingkungan semakin meningkat. Akan tetapi kebutuhan tersebut tidak diimbangi dengan konsistensi untuk tetap membeli produk pangan ramah lingkungan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dari sikap dalam memediasi pengaruh pengetahuan lingkungan dan persepsi harga terhadap niat beli produk pangan ramah lingkungan terhadap penduduk di DKI Jakarta. Metode sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dari jumlah penduduk DKI Jakarta sebanyak 125 orang dari berbagai tingkatan umur. Metode analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan dari variabel pengetahuan lingkungan, persepsi harga terhadap sikap dan variabel sikap terhadap niat beli produk pangan ramah lingkungan. Sedangkan variabel pengetahuan lingkungan, persepsi harga terhadap niat beli produk pangan ramah lingkungan tidak berpengaruh signifikan.

Kata kunci: pengetahuan lingkungan, persepsi harga, sikap, niat beli produk pangan ramah lingkungan

