























### **2.3.5 Hubungan antara *Environment Concern* terhadap *Purchase to Intention***

Penelitian Asif *et al.*, (2018) menjabarkan bahwa *Envinronment concern* berdampak positif dalam *purchase to intention*. Hipotesis ini juga telah didukung oleh beberapa analisis terdahulu yang juga menyatakan bahwa *envinronment concern* berdampak positif kepada *purchase to intention* yaitu (Irianto, 2015; Sriwaranun *et al.*, 2015; Yadav & Pathak, 2016).

### **2.3.6 Hubungan antara *Awareness* terhadap *Purchase to Intention***

Penelitian ini mengeksplorasi *awareness* sebagai variabel moderasi pada *purchase to intention* terhadap makanan organik. Banyak konsumen yang hanya mengetahui tentang istilah “organik” tetapi hanya sebatas istilah saja dan tidak mengerti bagaimana praktik organik. Kapuge, (2016) makanan organik memiliki dua faktor utama yang mengungkapkan bahwa *awareness* berpengaruh signifikan positif kepada *intention to purchase* yang kedua faktor tersebut adalah kesadaran dan kesadaran kesehatan. Ini dapat juga berarti bahwa semakin besar kesadaran konsumen akan semakin berdampak pada niat untuk membeli. Karena konteks penelitian ini ada di sektor ekonomi berkembang di mana pasar makanan organik berada pada tahap awal, maka mengakibatkan, penelitian ini mencari peran kesadaran dalam niat pembelian keseluruhan makanan organik.

## **2.4 Model Penelitian dan Perumusan Hipotesis**

Model penelitian yang dimanfaatkan untuk menjadi acuan penulis sebagai referensi utama merupakan model penelitian terdahulu. Model ini rencang dengan cara menghimpun beberapa variable yang saling memiliki keterkaitan antara sesama variabel lainnya. Model analisis yang dirancang oleh peneliti berupa gambar dibawah ini :

