

**PENGARUH KESADARAN KESEHATAN DAN PERSEPSI NILAI
TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA BERAS ORGANIK DI
PONTIANAK DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

**Giovanni Sutantiono
B1024181025**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dampak kesadaran kesehatan dan nilai yang dirasakan pada niat pembelian kembali, menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Beras organik sangat baik untuk kesehatan dan memiliki banyak potensi komersial. Namun, minat masyarakat terhadap konsumsi beras organik di Pontianak masih rendah, demikian pula dengan pertumbuhan konsumen yang rendah dan tidak stabil. Akibatnya, penulis ingin tahu seberapa besar kepuasan konsumen, pengetahuan kesehatan, dan nilai yang dirasakan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk membeli kembali beras organik. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal dengan metode penelitian yang digunakan adalah explanatory research. Penelitian ini melibatkan 100 warga Pontianak yang baru saja mengkonsumsi beras organik. Metode *Structural Equation Model Partial Least Squares* (SEMPLS) digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS 4.0 untuk melakukan analisis PLS. Menurut temuan penelitian, Kesadaran Kesehatan dan Nilai Persepsi keduanya memiliki dampak menguntungkan pada Kepuasan Konsumen. Selain itu, Repurchase Intention dipengaruhi secara positif oleh Health Consciousness, Perceived Value, dan Consumer Satisfaction. Akhirnya, Kepuasan Konsumen bertindak sebagai *partial mediation*.

Kata Kunci: Kesadaran Kesehatan, Persepsi Nilai, Kepuasan Konsumen, Niat Beli Ulang

**THE EFFECT OF HEALTH CONSCIOUSNESS AND PERCEIVED VALUE
TOWARD REPURCHASE INTENTION ON ORGANIC RICE IN
PONTIANAK WITH CONSUMER SATISFACTION AS MEDIATING
VARIABLE**

**Giovanni Sutantiono
B1024181025**

ABSTRACT

The objective of this study was to examine the impact of health consciousness and perceived value on repurchase intention, using consumer satisfaction as a mediation variable. Organic rice is highly good for health and has a lot of commercial potential. However, public interest in organic rice consumption in Pontianak remains low, and consumer growth is similarly low and unstable. As a result, the author is curious about how much consumer satisfaction, health knowledge, and perceived value influence people's willingness to repurchase organic rice. The type of research used is descriptive and causal with the research method used is explanatory research. This study included 100 Pontianak residents who had recently consumed organic rice. The Structural Equation Model Partial Least Squares (SEMPLS) method was utilized to analyze data in this study. This study employs the program SmartPLS 4.0 to do PLS analysis. According to the findings of the study, Health Consciousness and Perceived Value both have a beneficial impact on Consumer Satisfaction. Aside from that, Repurchase Intention is positively influenced by Health Consciousness, Perceived Value, and Consumer Satisfaction. Finally, Consumer Satisfaction acts as a partial mediator.

Keywords: Health Consciousness, Perceived Value, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention