

**PENGARUH KEPEDULIAN KESEHATAN DENGAN SIKAP SERTA KONTROL
PRILAKU TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN SEHAT**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama: Ninda Ariyanti Setia Ningrum

Nomor Mahasiswa: 18311354

Program Studi: Manajemen

Bidang Peminatan: Pemasaran

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

**PENGARUH KEPEDULIAN KESEHATAN DENGAN SIKAP SERTA KONTROL PRILAKU
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN SEHAT**

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana
strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam

Indonesia

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama: Ninda Ariyanti Setia Ningrum

Nomor Mahasiswa: 18311354

Program Studi: Manajemen

Bidang Peminatan: Pemasaran

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis untuk diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam bentuk naskah ini dan disebut dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku

Yogyakarta, 12 April 2022

Penulis,



Ninda Ariyanti Setia Ningrum

PENGESAHAN

Pengaruh Kepedulian Kesehatan Dengan Sikap Serta Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli
Konsumen Pada Produk Makanan Sehat

Nama : Ninda Ariyanti Setia Ningrum

Nomor Mahasiswa : 18311354

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Pemasaran

Yogyakarta, 10 April 2022

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Drs. Anas Hidayat, M.B.A., Ph.d

الجامعة الإسلامية
الاستدراك الباندو

Konsentrasi : Pemasaran

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH KEPEDULIAN KESEHATAN DENGAN SIKAP SERTA KONTROL PRILAKU
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN SEHAT**

Disusun Oleh : **NINDA ARIYANTI SETIA NINGRUM**

Nomor Mahasiswa : **18311354**

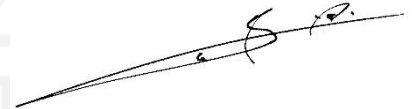
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Senin, 06 Juni 2022

Penguji/ Pembimbing TA : Anas Hidayat, Drs., M.B.A., Ph.D.



Penguji : Albari, Dr., Drs., M.Si.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim

Pada Semester **Genap 2021/2022** hari, tanggal: **Senin, 06 Juni 2022** Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : **NINDA ARIYANTI SETIA NINGRUM**

No. Mahasiswa : **18311354**

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KEPEDULIAN KESEHATAN DENGAN SIKAP SERTA KONTROL PRILAKU TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN SEHAT**

Jenis Tugas Akhir : **Skripsi**

Pembimbing : **Anas Hidayat, Drs., M.B.A., Ph.D.**

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

1. **Lulus Ujian Tugas Akhir ^{*)}**
 - a. ~~Tugas Akhir tidak direvisi~~
 - b. ~~Tugas Akhir perlu direvisi~~
2. **~~Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir~~**

Nilai : **A-**

Referensi : **Layak/Tidak Layak ^{*)} ditampilkan di Perpustakaan**

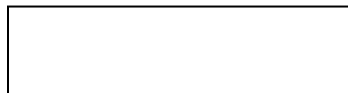
Tim Penguji

Ketua Tim : **Albari, Dr., Drs., M.Si.**

Anggota Tim : **Anas Hidayat, Drs., M.B.A., Ph.D.**

Yogyakarta, 06 Juni 2022

Ketua Program Studi Manajemen



Keterangan:

**) Coret yang tidak perlu*

Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari kepedulian kesehatan dengan sikap serta kontrol perilaku terhadap minat beli konsumen pada produk makanan sehat. Populasi dalam penelitian ini merupakan kalangan milenial yang memiliki kesadaran Kesehatan dengan mengkonsumsi makanan sehat. Dan untuk jumlah sampel yang diambil ialah sebanyak 300 orang, dengan kriteria kaum milenial di seluruh Indonesia minimal usia 15 tahun. Dalam penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif, teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, dan teknik analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) kemudian diolah dengan program AMOS 20. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap terhadap Produk Makanan Sehat, Kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Norma Subjektif terhadap Produk Makanan Sehat, Kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Perilaku yang Dirasakan pada Produk Makanan Sehat, Sikap terhadap produk makanan sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Produk Makanan Sehat, Norma subjektif konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Produk Makanan Sehat dan Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli pada Produk Makanan Sehat.

Kata kunci: Kesadaran Kesehatan; Sikap beli makanan sehat; Norma Subyektif; Kontrol Perilaku; Minat beli Makanan Sehat

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of health care with attitudes and behavioral control on consumer buying interest in healthy food products. The population in this study are millennials who have health awareness by consuming healthy food. And the number of samples taken is 300 people, with the criteria that millennials throughout Indonesia are at least 15 years old. In this study will use quantitative methods, purposive sampling sampling techniques, and data analysis techniques using Structural Equation Modeling (SEM) then processed with the AMOS 20 program. The results of the study show that Concern for Health has a positive and significant effect on Attitudes towards Food Products. Health, Health Care has a positive and significant impact on Subjective Norms on Healthy Food Products, Health Care has a positive and significant impact on Perceived Behavioral Control on Healthy Food Products, Attitudes towards healthy food products have a positive and significant impact on Purchase Interest in Healthy Food Products , Consumer subjective norms have a positive and significant effect on buying interest in healthy food products and perceived behavioral control has a positive and significant effect on buying interest in healthy food products.

Keywords: Health Awareness; The attitude of buying healthy food; Subjective Norms; Behavioral Control; Purchase Intention healthy foods product

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah Rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, rizki, dan karunia-Nya. Oleh karena kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh kepedulian kesehatan dengan sikap serta kontrol perilaku terhadap minat beli konsumen pada produk makanan sehat”. Karya tulis tersebut disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Manajemen di Universitas Islam Indonesia. Penulisan karya tulis ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak, baik dukungan moril maupun materil, do'a serta dorongan semangat yang sangat berarti bagi penulis. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Drs. Anas Hidayat,, M.B.A., Ph.d selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dengan sabar dan ikhlas, juga senantiasa memberikan dorongan serta motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan konsisten.
4. Segenap dosen dan karyawan di lingkungan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmunya yang

- bermanfaat.
5. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungannya serta nasehat baiknya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir.
 6. Kakak-kakak dari penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi selama penulis mengerjakan tugas akhir sampai selesai.
 7. Para Sahabat yang terkasih Shahna, Hersa, Zaldy, Irfan, Abe serta lainnya yang tidak bisa penulis jabarkan satu persatu dan terkhusus Eman yang selalu memberikan semangat, motivasi, saran masukan, dorongan belajar, juga doa selama masa studi hingga masa pengerjaan tugas akhir.
 8. Terima kasih kepada para responden penelitian atas ketersediaannya mengisi kuesioner dalam penelitian ini dan seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan yang penulis miliki. Untuk itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kemajuan penulis.

Yogyakarta, 12 April 2022



Ninda Ariyanti Setia Ningrum

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN TERAKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Trend Pola Makanan Sehat dimasyarakat dan Bisnis Makanan Sehat	10
2.2 Minat Beli Makanan Sehat	11
2.3. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	15
2.4. Prediktor Minat Beli Makanan Sehat	16
2.4.1. Kepedulian Terhadap Kesehatan	18
2.4.2 Sikap Terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat	18
2.4.3 Norma Subyektif	19
2.4.4 Kontrol Perilaku yang dirasakan	20
2.5 Kerangka Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	23
3.3.1 Skala Pengukuran	23

3.3.2 Uji Validitas	24
3.3.3 Uji Reliabilitas	26
3.4 Definisi Oprasional.....	27
3.4.1 Kepedulia Terhadap Kesehatan	27
3.4.2 Sikap Terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat	27
3.4.5 Outliers	29
3.4.6 Analisis Faktor Konfirmatori	30
3.4.7 Analisis Data SEM	31
3.5 Uji Hipotesis	36
3.6 Item Kuisisioner	36
3.7 Uji Pilot	38
 BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Deskriptif Responden	41
4.1.1 Responden menurut Jenis Kelamin	41
4.1.2 Responden menurut Usia	42
4.2 Analisis Data Deskriptif Data Variabel	43
4.2.1 Variabel Kepedulian terhadap Kesehatan	44
4.2.2 Variabel Sikap terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat	45
4.2.3 Variabel Norma Subyektif	46
4.2.4 Variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan	47
4.2.5 Variabel Minat Beli	48
4.3 Uji Kualitas Data	49
4.3.1 Normalitas Data.....	49
4.3.2 Outliers	50
4.4 Analisis Konfirmatori.....	52
4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
4.5 Analisis Dengan Model SEM.....	53
4.5.1 Pengembangan Model BerdasarkanTeori	54
4.5.2 Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan struktural.....	54
4.5.2.1 Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model	57
yang Diusulkan	57
4.5.2.2 Uji Goodness of Fit	57
4.5.3 Modifikasi Model dan Uji GOF model lengkap Uji Pengaruh	59
4.5.4 Uji Hipotesis.....	59
4.6 Pembahasan	63
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Manfaat dan Implikasi Penelitian	69
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu tentang Green Marketing Purchase Intention	12
Tabel 3.1 Scoring untuk jawaban kuisioner.....	24
Tabel 3.2 Item Kuisioner	37
Tabel 3.3 Uji Validitas Kuisioner	39
Tabel 3.4 Uji Reabilitas Kuisioner.....	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Usia Responden	42
Tabel 4.3 Interval Penilaian	43
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepedulian terhadap Kesehatan	44
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Sikap terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat.....	45
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Norma Subyektif	46
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan	47
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Mahalanobis Distance	50
Tabel 4.11 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Goodness Of Fit Analisis Konfirmatori	56
Tabel 4.13 Nilai Goodness of Fit setelah Modifikasi	58
Tabel 4.14. Pengaruh Variabel Bebas.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Regression Weight	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skor PPH (Pola Pangan Harapan) indikator mutu gizi.....	2
Gambar 1.2 Skor PPH masyarakat Indonesia pada tahun 2020	2
Gambar 1.3 Produk makanan sehat	6
Gambar 2.1 Pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain	21
Gambar 4.1 Diagram Jalur.....	54
Gambar 4.2 Hasil Confirmatory analysis	55
Gambar 4.3 Model CFA Setelah Modifikasi.....	57
Gambar 4.4 Model Final Setelah Modifikasi.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

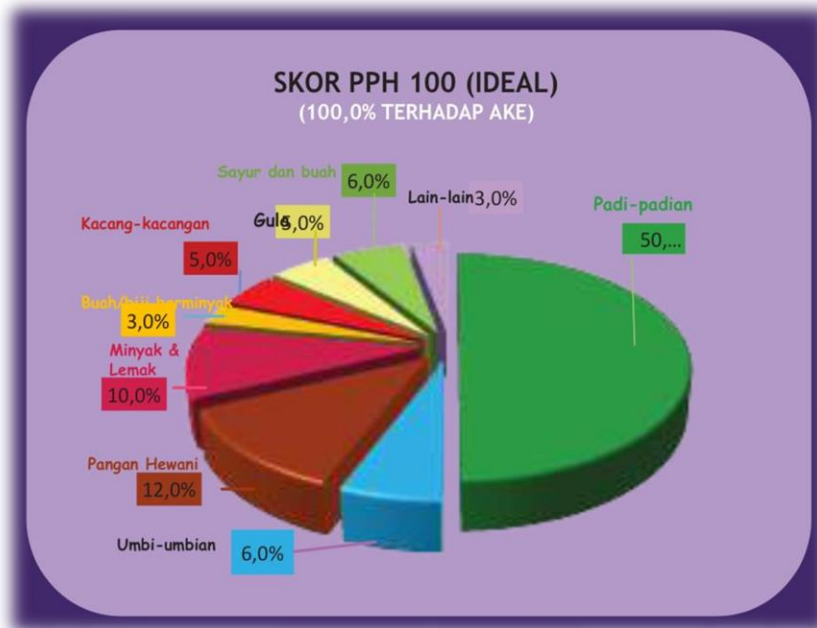
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 2. Data Uji Instrumen	79
Lampiran 3. Uji Validitas Dan Reliabilitas	81
Lampiran 4. Data Analisis	85
Lampiran 5. Pengujian SEM	91
Lampiran 6. Evaluasi Outlier	91
Lampiran 7. Uji Validitas	92
Lampiran 8. Assessment of normality (Group number 1)	93
Lampiran 9. Degree Of Freedom	94
Lampiran 10. Goodness Of Fit	94
Lampiran 11. Modifikasi	95
Lampiran 12. Uji Hipotesis	96

BAB I

PENDAHULUAN

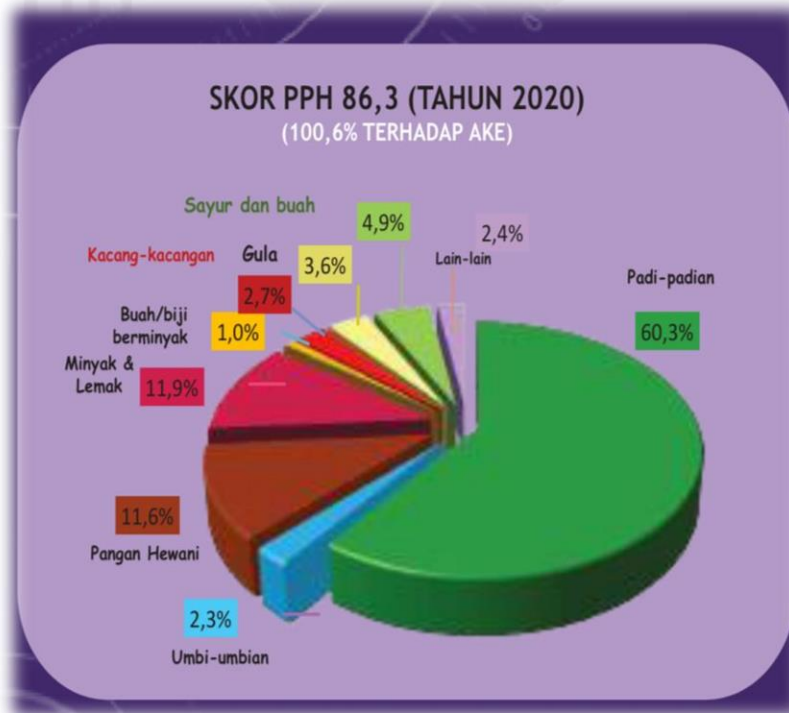
1.1 Latar Belakang

Pangan merupakan masalah yang sangat penting dalam kehidupan dan perlu mendapatkan perhatian yang utama dalam pengawasan khususnya di Indonesia. Banyak penyakit-penyakit yang beredar bersumber dari makanan dimana konsumen kurang menyadari dan kurang memahami makanan yang sering kali dikonsumsi banyak mengandung senyawa yang tidak baik untuk Kesehatan atau tidak higienis. Kurangnya berbagai macam perhatian terhadap hal ini sering kali akan berdampak pada kesehatan, contohnya adalah keracunan makanan akibat tidak higienisnya proses pengolahan sampai dengan penyajiannya dan penggunaan bahan kimia berbahaya pada proses pengolahannya akan beresiko menimbulkan penyakit bahkan membuat kematian. Selain itu penggunaan Bahan Tambahan Pangan (BTP) yang melebihi batas maksimal penggunaan juga akan berdampak buruk bagi kesehatan (BPOM, 2011). Keseimbangan pangan dapat meningkatkan kualitas hidup seseorang dengan menerapkan pola hidup sehat sebagai trend gaya hidup yang sedang marak dilakukan pada masa ini, pengetahuan serta kesadaran akan Kesehatan menjadikan minat beli konsumen pada makanan organik semakin meningkat ditambah dengan kondisi pada saat ini yang sangat tidak bersahabat, sebagai langkah utama dalam meningkatkan imunitas salah satunya adalah dengan tetap mengkonsumsi makanan sehat dan olahraga secara teratur, makanan yang dikatakan sehat adalah makanan yang tidak terkontaminasi oleh bahan kimia serta memiliki kandungan protein dan serat yang tinggi.



Gambar 1.1 Skor PPH (Pola Pangan Harapan) indikator mutu gizi

Sumber : Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian 2021



Gambar 1.2 skor PPH masyarakat Indonesia pada tahun 2020

Sumber : Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian 2021

Perkembangan konsumsi masyarakat banyak mengalami penurunan dari angka kecukupan gizi (AKG) kurangnya kesadaran masyarakat menjadi faktor utama yang membuat pola konsumsi yang tidak baik sikap tersebut didasarkan pada pengetahuan konsumen atas berbagai macam makanan yang dikonsumsi serta dorongan norma subjektif masing-masing individu. Sikap perilaku merupakan konsep fundamental dalam penelitian psikologi sosial dan lingkungan. Ini mengacu pada kecenderungan pribadi yang diungkapkan oleh individu untuk mendukung atau tidak menyukai entitas atau fenomena tertentu dalam masyarakat dan alam (Kalstrøm dan Ryghaug, 2014;).

Pada norma moral dalam studi penelitian ini berfungsi sebagai prediktor niat beli yang independen dan tambahan. (Lemah et,al 2014) mengemukakan bahwa mengukur norma moral dari sikap akan memberikan kekhasan konseptual yang sangat tepat. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan bahwa model konseptual menjadi teori perilaku terencana (TPB) untuk mencerminkan bagaimana aspek rinci dari fungsionalitas dan kegunaan mempengaruhi pembelian kembali niat beli. Teori perilaku terencana adalah yang fundamental konsep yang menjelaskan dan memprediksi perilaku konsumen yang meliputi tiga unsur utama yaitu, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Dalam penelitian ini penulis menilai bahwa masyarakat lebih siap serta memiliki pemahaman dan kepedulian kesehatan yang cukup baik untuk dapat mempertimbangkan dalam proses memilih dan menggunakan berbagai macam produk yang ramah lingkungan dan Kesehatan serta dengan cukup informasi yang dapat dipercaya, pada setiap produk makanan sehat diwajibkan untuk memberikan

berbagai informasi yang dapat dipercaya untuk pelanggan mereka dalam proses mengembangkan merek dan minat beli konsumen . Sulit bagi para produsen untuk dapat membrikan pengaruh pada konsume mereka agar dapat memilih untuk menggunakan produk mereka jika tanpa memberikan informasi yang cukup kepada konsumen mereka.

Dalam peneliian ini konsumn yang peduli akan Kesehatan atau konsumen yang sadar ekologis dan Kesehatan, dapat didefinisikan sebagai konsumen yang memperhitungkan konsekuensi publik dari kegiatan konsumsi pribadinya sehingga sebisa unguin setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan hanya menimbulka sedikit dampak bagi kesehata dan lingkungan, Istilah “organik” atau “produk ramah lingkungan” biasanya menggambarkan produk yang melindungi atau meningkatkan lingkungan aladan tidak membahayakan bagi keehatan, Beberapa tipe konsumen yang peduli akan Kesehatan barang adalah makanan organik, lampu hemat energi, peralatan hemat energi, sistem pemanas panas matahari, dan listrik ramah lingkungan (Welsch & Kuhling, 2011; Muda, 2008).

Menurut Beharrel & MacFie (1991) terdapat bnyak konsumen yang percaya bahwa bahan pangan yang ditanam secara organik lebih aman dan tidak memberikan dampak buruk bagi Kesehatan serta bisa memberikan sikap positif konsumen kepada makanan tersebut juga akan membuat permintaan pada makanan organik menjadi bertambah dan akan berdampak pada minat beli pada pasar organik juga aka meningkat. Hal ini akan menjadikan konsumen lebih fokus kepada faktor kesehatan dalam meilih makanan dan secar langsung mempertimbangkan kandungan nutrisi

yang akan memberikan dampak Kesehatan bagi konsumen (Annunziata & Pascale, 2009).

Penulis melihat bahwa pada saat ini konsumen juga mulai teliti pada berbagai komposisi yang terkandung dalam makanan serta keamanan makanan yang mereka konsumsi. Contohnya seperti perilaku konsumen yang memperhatikan kebersihan pada makanan serta penggunaan bahan makanan olahan, berawal karena adanya pandemi Covid-19, sikap konsumen mulai sadar Kesehatan dan secara tidak sadar berubah ke arah yang lebih sehat serta konsumsi terhadap produk lokal meningkat sehingga mendorong minat beli makanan sehat bagi konsumen makanan lokal dinilai tidak terlalu banyak mengandung pestisida dan bahan kimia berbahaya lainnya yang bukan tidak mungkin akan memberikan masalah keamanan pangan. Salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli makanan organik adalah karena makanan yang diproses secara organik dianggap tanpa menggunakan pestisida dan materiil terkait pertanian lainnya yang tidak membahayakan kesehatan tubuh (Canavari & Olson, 2007).

Meningkatnya permintaan pada makanan organik juga ditunjang dengan adanya paradigma terhadap makanan yang pada saat ini mulai berubah, bukan hanya sekedar enak, mengenyangkan dan bergizi, tetapi juga harus memberikan efek yang baik baik tubuh serta menyehatkan (Waskito, Ananto, & Reza, 2014). Dengan pendapat seperti ini akan merangsang bagi para produsen produk organik akan berpacu untuk dapat membuat makanan yang tidak hanya enak namun juga harus menyehatkan. Untuk itu, penyedia produk organik perlu mengidentifikasi berbagai macam aspek yang dapat meningkatkan minat beli pada makanan organik.

Salah satu aspek dari kosumen pada minat beli terhadap makanan organik adalah memiliki tingkat kesadaran kesehatan yang tinggi (Asif, Xuhui, Nasiri, & Ayyub, 2018). Berbagai macam masalah Kesehatan yang bermunculan menjad alasan utama konsumen merubah pola belinya terhadap makanan yang lebih organic.



Gambar 1.3 : Produk makanan sehat

Sumber : www.lemonilo.com

Dalam prakteknya pemasaran tidak hanya berfokus pada kesadaran lingkungan namun pada kesadaran Kesehatan juga dapat tergolong dalam pemasaran yang ramah lingkungan dapat diartikan pemasaran ramah lingkungan pada bidang Kesehatan yang banyak sekali digemari saat ini adalah munculnya berbagai macam produk-produk makanan sehat yang secara otomatis menggunakan metode pemasaran ramah lingkungan mulai dari komposisi makanan yang disajikan sampai pada kemasannya dengan adanya kemajuan teknologi pada bidang digital marketing.

Dalam penjelasan norma subjektif dapat menjadi motivasi bagi individu lainnya. Motivasi adalah kebutuhan yang mendorong perbuatan ke arah suatu tujuan. Menurut George and Jones (2002), bahwa teori motivasi dibagi menjadi dua yaitu, teori kepuasan dan teori proses. Dimana teori kepuasan memusatkan perhatian pada faktor-faktor di dalam individu yang mendorong, mengarahkan, mempertahankan

dan menghentikan perilaku. Teori proses menerangkan dan menganalisis bagaimana perilaku didorong, diarahkan dan di proses.

Dalam penelitian ini kesadaran akan Kesehatan menjadi factor utama yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada produk makanan sehat kesadaran akan Kesehatan berkaitan langsung dengan sikap konsumen yang mempengaruhi minat beli serta norma subyektif para konsumen dinilai akan memberikan dampak pada minat beli konsumen karena secara langsung mempengaruhi bidang psikologis dari konsumennya, sedangkan control perilaku yang dirasakan bagi konsumen akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan konsumen pada suatu produk, keputusan untuk membeli atau tidak di pengaruhi secara langsung oleh control perilaku konsumen itu sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan literatur diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kepedulian terhadap Kesehatan ,sikap terhadap perilaku beli makanan sehat, kontrol perilaku dan norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat beli makanan sehat ?
2. Apakah kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif terhadap norma subyektif ?
3. Apakah kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif terhadap kontrol perilaku yang dirasakan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka hasil penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk dapat menjelaskan adanya pengaruh positif kepedulian terhadap lingkungan sikap terhadap perilaku beli makanan sehat, adanya pengaruh positif kontrol perilaku yang dirasakan dan pengaruh positif norma subyektif dengan minat beli makanan sehat
2. Untuk dapat menjelaskan adanya pengaruh positif kepedulian terhadap lingkungan dengan norma subyekif
3. Untuk dapat menjelaskan adanya pengaruh positif kepedulian terhadap lingkungan adanya pengaruh positif sikap terhadap perilaku beli makanan sehat dengan kontrol perilaku yang dirasakan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sebuah masukan dan bahan pertimbangan oleh menejeria perusahaan atau pelaku bisnis agar dapat mendorong bagian produksi dan pemasar untuk memberikan produk makanan sehat guna mengembangkan kampanye pemasaran dan mendorong pelanggan untuk menyebarkan pola hidup sehat.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur tambahan dan sumber input untuk penelitian lebih lanjut. Sebagai bukti relevan yang berguna untk memperkuat

dan mematahkan teori terdahulu sebagai acuan pengambilan keputusan serta mempengaruhi minat beli akan produk makana sehat.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Trend Pola Makanan Sehat dimasyarakat dan Bisnis Makanan Sehat

Pola hidup sehat menjadi tren pada masa seperti saat ini dikarenakan pada masa pandemic seperti ini mulai banyak bermunculan penyakit-penyakit baru terlebih penyakit yang menjadi pandemic ada saat ini. Gaya hidup sehat merupakan suatu pilihan yang sangat tepat untuk melangsungkan kehidupan kita di masa seperti ini. Maka dari itu sesungguhnya hal utama dari Kesehatan adalah gaya hidup yang menopang Kesehatan kita saat ini karena dengan gaya hidup sehat maka akan menciptakan pola hidup sehat yang secara otomatis kita lakukan

Kesadaran masyarakat untuk kembali hidup sehat saat ini sudah menjadi trend mudahnya trend seperti kembali ke alam atau *back to nature* menjadi sebuah trend yang sedang digandrungi dan mulai diterapkan di berbagai lapisan masyarakat. Masyarakat pada saat ini akan lebih membutuhkan makanan yang mempunyai fungsi bagi Kesehatan dan lebih ramah lingkungan.

Makan adalah hal yang paling utama dalam kehidupan manusia sejalan dengan berkembangnya teknologi informasi ekonomi dan social maka secara langsung dapat menggeser pola kebutuhan pangan yang berbeda-beda dengan begitu bermacam inovasi dan kreativitas dibidang makanan juga semakin bertumbuh pola hidup sehat dimanfaatkan bagi para pelaku ekonomi sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Makanan sehat memiliki banyak definisi makanan sehat dapat juga diartikan sebagai makanan yang mengandung sayuran serta protein yang berserat tinggi. Saat ini bisnis

kuliner sudah mulai melirik sektor pangan berbahan dasar ikan yang di kemas dengan berbagai macam inovasi Menurut Endang Sri H (2002), Ikan selain merupakan sumber protein, juga diakui sebagai “functional food” yang mempunyai arti penting bagi kesehatan karena mengandung asam lemak tak jenuh berantai panjang (terutama yang tergolong asam lemak omega-3).

2.2 Minat Beli Makanan Sehat

Minat membeli merupakan sesuatu kekuatan psikologis yang ada di dalam individu, yang berdampak pada melakukan sebuah tindakan (Schiffman dan Kanuk, 2010). Minat membeli adalah langkah pertama dari konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk saat mereka menuju pasar (Tariq et al, 2013). Sebuah produk dapat dikatakan telah dikonsumsi apabila konsumen telah memutuskan untuk melakukan pembelian. Keputusan untuk melakukan pembelian dapat dipengaruhi oleh nilai produk yang telah dievaluasi. Apabila manfaat lebih besar dibandingkan dengan pengorbanan maka akan semakin tinggi dorongan untuk membeli. Makanan sehat memiliki ketertarikan yang cukup tinggi mengingat atas pengetahuan dan kesadaran konsumen akan Kesehatan menjadi dorongan utama pada minat beli makanan sehat.

Minat beli makanan sehat timbul dari adanya kesadaran akan kesehatan yang sedacara otomatis dngan sadar mengumpulkan informasi mengenai kegunaan serta manfaat produk yang akan di konsumsi apakah akan memberikan dampak yang positif atau negatif bila di konsumsi dalam jangka panjang informasi tentang produk biasanya didasarkan pada pengalaman pribadi maupun informasi yang berasal dari lingkungannya. Setelah mendapatkan informasi mengenai produk

konsumen akan mulai berfikir untuk menunjuka minat beli apabila mereka merasa puas terhadap suatu produk atau merek (Tariq et al., 2013). Niat beli merupakan sebuah pengambilan keputusan untuk membeli suatu merek di antara merek yang lainnya (Kotler, 2008).

Tabel 2.1 : Penelitian terdahulu tentang Green Marketing Purchase Intention

Author dan Judul	Alat Analisis	Variabel	Hasil
S.M.Fatah Uddin,Mohamed Naved Khan (2018) Young Consumer's Green Purchasing Behaviour opportunities for Green Marketing	SEM-AMOS	<ul style="list-style-type: none"> • Interpersonal influence • Environmenta l Knowledge • Altruism • Environmenta l Attitude • Green purchasing behavior 	Hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh antar pribadi,sikap alturisme dan pengetahuan lingkungan adalah prediktor yang memadai untuk sikap terhadap lingkungan. Serta ditemukan bahwa sikap terhadap lingkungan memiliki peran mediasi yang kuat dalam pengaruh antar pribadi, sikap alturisme dan pengetahuan lingkungan pada perilaku pembelian yang ramah lingkungan kearah produk healthy food
Hoang Viet Nguyen, Ninh Nguyen ,Bach KhoaNguyen, Antonio	SEM-CFA	<ul style="list-style-type: none"> •Environmental Concern •Food Safety Concern •Health Consciousness 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat

<p>Lobo dan Phuong Anh V (2019)</p> <p>Organic Food Purchases in an Emerging Market: The Influence of Consumers' Personal Factors and Green Marketing Practices of Food Stores</p>		<ul style="list-style-type: none"> •Organic Food Knowledge •Attitudes Towards Buying Organic Food •Green Marketing Practices •Organic food purchase behavior •Price Barriers 	<p>pengaruh positif antara variable (kepedulian lingkungan, keamanan pangan,kesahdar an Kesehatan serta pengetahuan makanan organik) terhadap variable dependen perilaku membeli makanan organik. Selain itu variabl sikap terhadap pembelian makanan organik ditemukan hubungan mediasi antar variable, serta variable pemasaran ramah lingkungan dan hambatan pada harga menjadi variable yang mempengaruhi secara positif pada perilaku membeli makanan organik</p>
<p>Anas Hidayat , Tony Wijaya , Asmai Ishak Sri Rejeki Ekasasi dan Guruh Ghifar Zalzalalah (2021)</p>	<p>Regressi on</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Attitude toward switching 	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa variable sikap pelanggan, norma subjektif</p>

<p>Model of the Consumer Switching Behavior Related to Healthy Food Products</p>		<p>behavior</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subjective norm • Perceived behavioral control • Switching intention • Brand awareness • Switching behavior 	<p>dan control perilaku memengaruhi niat untuk beralih ke produk makanan sehat, serta control perilaku yang dirasakan juga mempengaruhi perilaku “beralih”. Serta niat pelanggan untuk beralih ke produk makanan sehat mempengaruhi perilaku peralihan mereka ditemukan bahwa antara niat pelanggan untuk beralih ke produk makanan sehat dan perilaku peralihan mereka</p>
<p>Norazah Mohd Sukia, Norbayah Mohd Sukib, Nur Shahirah Azman (2016)</p> <p>Impacts of Corporate Social Responsibility on the Links Between Green Marketing Awareness and</p>	<p>PLS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Green marketing awareness • Corporate social responsibility 	<p>Hasilnya seluruh hipotesis berpengaruh positif pada niat beli konsumen dan tanggung jawab perusahaan, serta tanggung jawab</p>

<p>Consumer Purchase Intentions</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Purchase intention 	<p>sosia perusahaan menengahi hubungan antara kesadaran pemasaran ramah lingkungan dan konsumen pada niat beli</p>
<p>Ida Ayu Debora Indriani; Mintarti Rahayu; Djumilah Hadiwidjojo (2019)</p> <p>The Influence of Environmental Knowledge on Green Purchase Intention the Role of Attitude as Mediating Variable</p>	<p>SEM-PLS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Green marketing awareness • Corporate social responsibility • Purchase intantion 	<p>Hasilnya variabel pengetahuan lingkungan berpengaruh secarapositid dan signifikan pada produk ramah lingkungan variable sikap dan pengetahuan lingkungan berpegaruh pada niat beli konsumen. Ditemukan hubungan sikap terhadap produk ramah lingkungan memediasi pengetahuan lngkungan dan niat beli konsumen</p>

2.3. Theory of Planned Behavior (TPB)

Dalam penelitian ini, akan mengacu pada perilaku individu pada minat beli *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan tentang perilaku individu yang akan timbul karena adanya niat dari individu itu sendiri untuk berperilaku. Niat beli individu itu sendiri didorong oleh adanya beberapa faktor internal dan eksternal, seperti pengaruh sikap kepercayaan, pengetahuan dan kesadaran. *Theory of Planned Behavior* (TPB) nampaknya akan cocok digunakan untuk menjelaskan minat beli makanan sehat yang didasarkan pada sikap pengetahuan dan kesadaran akan Kesehatan dapat menjadi pengaruh besar bagi konsumen untuk dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

2.4. Prediktor Minat Beli Makanan Sehat

Tingkat kesadaran kesehatan sudah cukup untuk dijadikan sebagai prediktor utama yang dapat mempengaruhi minat beli makanan sehat menurut (Michaelidou and Hassan, 2008; Shahrudin et al., 2010). Sikap menjadi salah satu faktor yang mendorong minat beli sikap berhubungan langsung pada psikologis dan dapat secara langsung mempengaruhi minat beli. Dorongan Norma subyektif dipengaruhi oleh kegiatan periklanan maupun orang lain sebagai acuan atau referensi yang dianggap berpengalaman dan berpengetahuan, serta motivasi untuk mengikuti atau menuruti iklan atau orang lain tersebut. Kendali atas diri suatu individu juga dapat mempengaruhi minat beli makanan sehat dengan tingkat kesadaran Kesehatan serta sikap yang di pengaruhi oleh norma subyektif menjadikan kendali diri sebagai prediktor yang berpengaruh secara langsung.

2.4.1. Kepedulian Terhadap Kesehatan

Kekhawatiran atas keamanan pangan menunjukkan sejauh mana orang peduli atas kesehatannya, konsumen yang peduli terhadap kesehatannya akan mulai memperhatikan tentang penggunaan pestisida dan residu pestisida yang terkandung dalam makanan pada dasarnya konsumen sering mempertimbangkan masalah keamanan pangan dengan penggunaan pestisida sampai penggunaan adiktif buatan serta pengawet dalam proses produksi makanan. Bagi para konsumen yang memiliki kesadaran Kesehatan akan memilih menggunakan produk yang diproduksi secara organik maka produk tersebut akan dianggap bebas dari bahan kimia yang tidak diinginkan dengan begitu akan menunjukkan bahwa konsumen percaya bahwa produk semacam itu memiliki residu pestisida yang paling sedikit. Dengan semikian faktor kesadaran kesehatan menjadi pokok yang paling relevan untuk menjelaskan sikap konsumenn terhadap makanan organik.

Menurut (Hsu dan Huang, 2012) kontrol perilaku yang dirasakan mengarah pada suatu kemampuan individu dalam mengontrol perilaku tertentu, seperti perilaku yang memandang bahwa harga bukan menjadi masalah utama apabila makanan organik mampu memberikan nilai gizi yang lebih tinggi serta menunjang kesehatan dibandingkan makanan konvensional yang beredar di pasaran. Semua ini bisa terjadi jika manfaat produk organik dapat dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen.

Dalam praktiknya meningkatkan informasi serta nilai produk organik untuk dapat menunjang tingkat kesadaran kesehatan di kalangan konsumen sangatlah. Hal ini bisa saja dilakukan dengan memberikan penjelasan produk yang dilakukan secara mudah diberbagai media promosi secara teratur. Akan dapat membangun persepsi nilai yang bagus, konsumen perlu memahami secara jelas apa saja keunggulan yang akan di

dapatkan jika menggunakan serta mengkonsumsi makanan organik sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen pada makanan organik. Dengan demikian norma subyektif dapat mempengaruhi keyakinan konsumen atas kesadaran Kesehatan yang dapat mendorong perilaku minat beli konsumen (Ajzen, 1991).

H1: Kepedulian terhadap Kesehatan akan berdampak positif pada sikap terhadap produk makanan sehat

H2: Kepedulian terhadap Kesehatan akan berdampak positif pada norma subyektif produk makanan sehat

H3 : Kepedulian terhadap Kesehatan akan berdampak positif pada kontrol perilaku yang dirasakan pada produk makanan sehat

2.4.2 Sikap Terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat

Peningkatan permintaan makanan yang memiliki spesialisasi organik juga didukung adanya paradigma tentang makanan yang pada saat ini mulai bergeser, bukan hanya sekedar enak, mengenyangkan dan bergizi, namun juga harus dapat menyehatkan (Waskito, Ananto, & Reza, 2014). Dengan sikap yang seperti ini akan mendorong para produsen untuk bersaing dalam mengembangkan inovasi dalam membuat makanan yang tidak hanya mengenyangkan namun juga dapat menyehatkan. Para produsen makanan organik perlu menganalisis aspek-aspek yang mampu meningkatkan minat beli pada produk makanan organik. Penulis menilai bahwa salah satu aspek seseorang berminat terhadap makanan organik adalah dengan memiliki tingkat kesadaran kesehatan yang tinggi. Masalah Kesehatan mulai muncul sebagai alasan yang paling utama untuk dapat

membeli dan mengonsumsi makanan organik. Dengan begini, konsumen akan memiliki motivasi untuk memilih makanan yang lebih sehat. Hal ini juga membuat konsumen akan fokus pada aspek kesehatan dalam memilih makanan dan mulai menyadari akan hubungan antara nutrisi dan kesehatan. Selain itu, konsumen juga mulai kritis terhadap kandungan atau keamanan makanan yang mereka konsumsi. Khususnya perilaku konsumen yang mengutamakan kebersihan pada makanan (Głabska Skolmowska, & Guzek, 2020). Dengan selalu mempertimbangkan aspek Kesehatan akan menimbulkan sikap minat beli makanan sehat menjadi meningkat.

H4: Sikap terhadap produk makanan sehat akan berdampak positif pada minat beli produk makanan sehat

2.4.3 Norma Subyektif

Norma subjektif adalah persepsi dan pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Jugiyanto, 2007:43). Norma subjektif ditentukan oleh ekspektasi-ekspektasi normatif dari orang-orang lain dan memotivasi untuk menyetujui ekspektasi-ekspektasi tersebut. Selain itu semakin besar harapan orang-orang yang dianggap penting terhadap individu tersebut mengenai suatu perilaku tertentu akan menimbulkan keinginan untuk memenuhi harapan tersebut atau melakukan perilaku yang diinginkan oleh mereka sehingga semakin besar pula minat melakukan perilaku yang diharapkan.

Perubahan tingkah laku pada individu sangat didukung oleh minat beli individu itu sendiri, perilaku seseorang dapat ditentukan dari niat orang tersebut untuk mewujudkan perilaku yang diinginkan. Kesadaran Kesehatan menjadi suatu kepedulian dan perhatian untuk dapat berubah lebih baik dan menjadi termotivasi dalam memperbaiki, mempertahankan, menjaga Kesehatan serta kualitas hidup dengan menerapkan pola hidup sehat. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh sikap, kontrol perilaku, norma subjektif, dan tingkat kesadaran kesehatan terhadap minat beli makanan sehat.

H5: Norma Subyektif akan berdampak positif pada minat beli produk makanan sehat

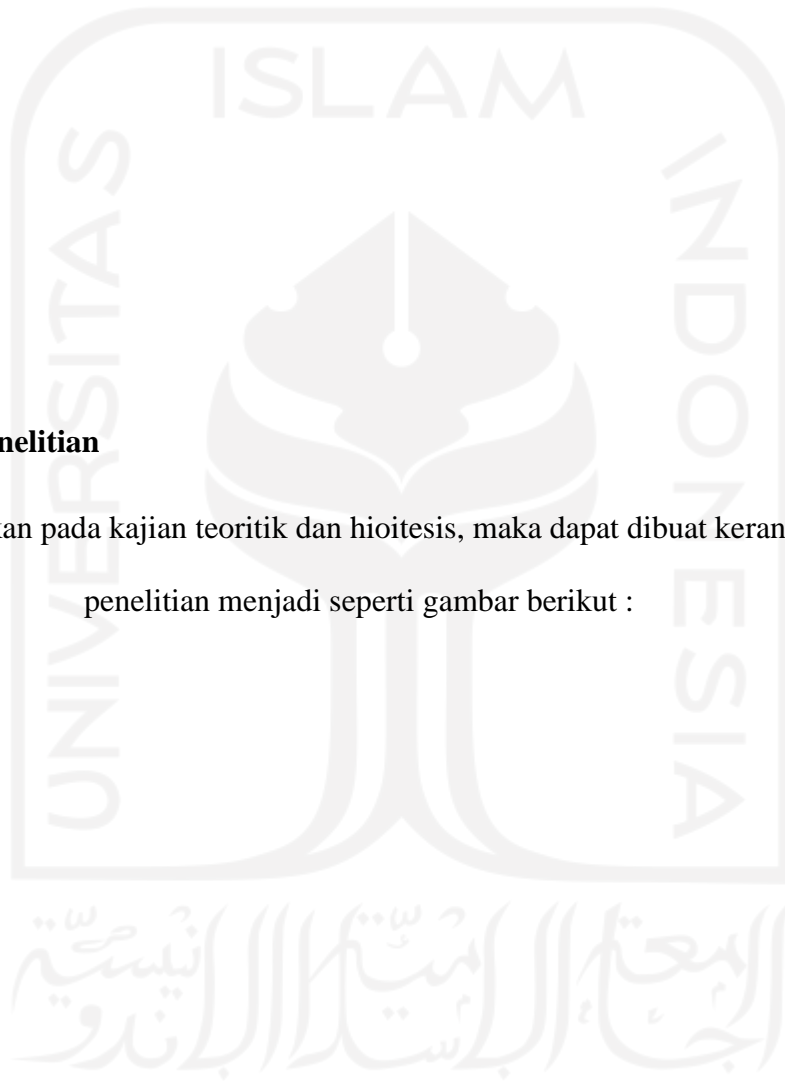
2.4.4 Kontrol Perilaku yang dirasakan

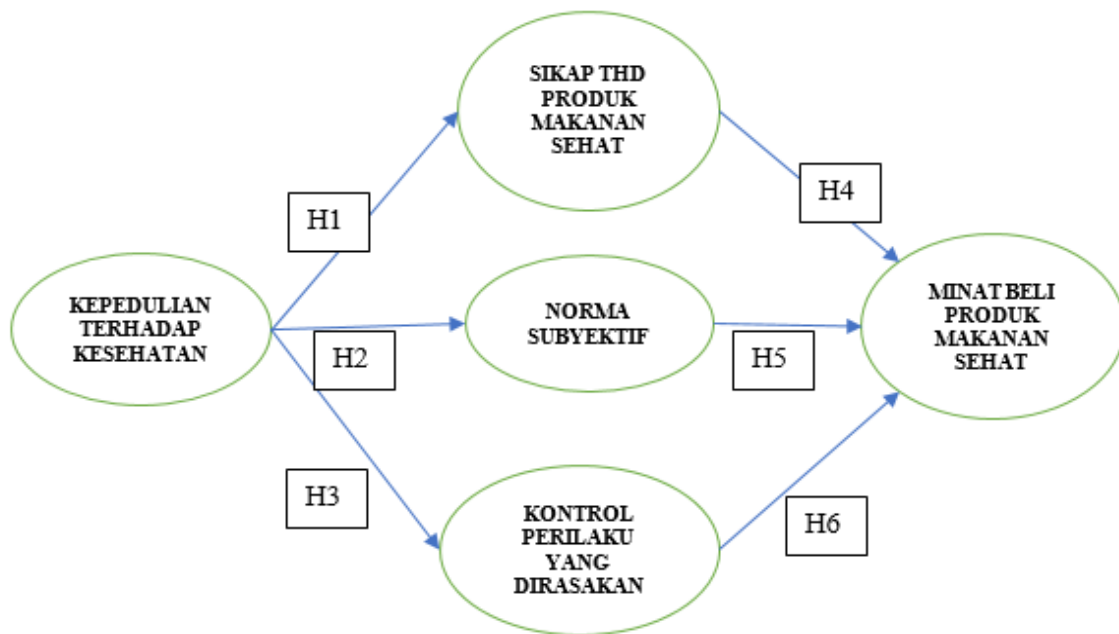
Dapat didefinisikan secara sederhananya kontrol perilaku menggambarkan kesulitan atau kemudahan persepsi individu dalam menampilkan perilaku tertentu. secara tidak langsung perilaku ini merupakan respons individu terhadap adanya rangsangan dari luar. Dari Boyd, Jr. dan Walker Jr. (1995) perilaku pembelian adalah suatu proses dalam pengambilan keputusan ketika akan melakukan proses pembelian yang bervariasi dari satu konsumen ke konsumen lainnya. Dalam kontrol perilaku yang dirasakan akan berpengaruh secara langsung pada konsumennya dengan mempertimbangkan berbagai aspek termasuk Kesehatan akan secara langsung dapat mempengaruhi minat beli produk makanan sehat.

H6 : Kontrol perilaku yang dirasakan akan berdampak positif pada minat beli produk makanan sehat

2.5 Kerangka Penelitian

Berdasarkan pada kajian teoritik dan hioitesis, maka dapat dibuat kerangka (model) penelitian menjadi seperti gambar berikut :





Gambar 2.1 menunjukkan pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Yang diawali dari kepedulian terhadap kesehatan, pada sikap serta norma subyektif dan control priaku yang mempengaruhi minat beli makanan sehat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Secara umum, penelitian ini merupakan penelitian berjenis kuantitatif yang

menggunakan analisis statistik dalam penelitiannya. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang di peroleh dari hasil kuisioer. Objek pada penelitian ini yaitu produk makanan sehat. Lokasi penelitian ini tidak terbatas karena kuisisioner disebar secara online melalui Google Form shingga tidak hanya di wilayah Yogyakarta tetapi dapat menjangkau masyarakat luas. Kuisisioner tersebut disebarakan kepada responden melalui beberapa media social seperti Instagram, Whatsapp, dan Line. Penyebaran Kuisisioner melalui Instagram yaitu dengan menyematkan link kuisisioner pada bio Instagram dan story Instagram. Instagram dipilih karena dapat menjangkau responde yang lebih luas. Selain Instagram kuisisioner juga disebar secara personal chat melalui Whatsapp dan Line dengan alasan dapat menjangkau respoden secara langsung sehingga terdorong untuk megisi kuisisioner agar dapat menjangkau 300 respoden aktif.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Ghozali (2014:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai pola kualitas dan karateristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di Tarik kesimpulan. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh subjek atau oek itu. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen yang memakai dan menepkan pola hidup sehat dengan mengkonsumsi makanan sehat. Sampel dari populasi dalam penelitian ini dipilih sesuai dengan teknik sampling. Sampel pada penelitian ini

adalah sebagian pelanggan yang memakai produk dan menerapkan pola hidup sehat dengan mengonsumsi makanan sehat.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang telah dipilih untuk ditarik kesimpulan yang akan digeneralisasi (Sekaran, 2017). Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel yaitu metode *non probability sampling*. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan Teknik Convenience sampling adalah pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Cara ini nyaris tidak dapat diandalkan, tapi paling murah dan cepat dilakukan karena peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui. Penarikan sampel ini bermanfaat penggunaannya pada tahap awal penelitian eksploratif yang ditujukan untuk mencari petunjuk awal tentang suatu kondisi yang menarik perhatian. Hasil yang diperoleh dengan cara ini seringkali dapat menyediakan bukti-bukti yang cukup melimpah sehingga terkadang pengambilan sampel yang lebih canggih tidak diperlukan lagi. Menurut Hair *et al.*, (2014) jumlah sampel yang direkomendasikan adalah 100 atau lebih besar. Ukuran sampel akan lebih diterima jika memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 24 item pertanyaan sehingga minimal sampel yang dibutuhkan yaitu sejumlah $24 \times 10 = 240$ responden. Maka dari itu sampel dalam penelitian ini sudah memenuhi yaitu 250 responden yang menjalankan pola hidup sehat dengan mengonsumsi makanan sehat.

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Skala Pengukuran

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif dengan metode deskriptif dan menggunakan media kuisioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil kuisioner. Metode dalam bentuk kuisioner yang dilakukan peeliti dengan memberikan daftar pertanyaan yang sudah ada, responden diminta menjawab satu jawaban yang sudah tersedia dan dirasa sesuai dengan pilihannya. Penulis memilih kuisioner tertutup karena memudahkan dalam melakukan analisis data. Kuisioner ini disebar secara *online* yaitu melalui *google form*. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala Likert yang terbagi menjadi 5skala jawaban pola pertanyaan dibuat sebagai berikut:

TABEL 3.1

***Scoring* untuk jawaban kuisioner**

Jawaban Responden	Skor
sangat tidak setuju	1
tidak setuju	2
netral	3
setuju	4
sangat setuju	5

Penulis menggunakan sekala *linkert* dengan 5 poin dengan menggunakan sekala *linkert* 5 poit penulis menilai bahwa pertimbangan jawaban yang

diberikan akan lebih memudahkan responden dan dapat mengelompokkan untuk jawaban yang netral atau ragu-ragu. Menurut Hair (2007) dengan menggunakan skala *linkert* 5 point membuat responden menjadi lebih mudah untuk membedakan setiap poin skala dalam mengolah informasi dibandingkan dengan *linkert* 7 point atau 13 point.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari *GoogleForm* yang telah di sebar, peneliti memberikan beberapa pertanyaan kepada responden yang berhubungan dengan topik dalam penelitian ini setiap pernyataan yang diberikan oleh responden akan menjadi sebuah jawaban yang mempunyai makna untuk menguji berbagai hipotesis yang telah ditentukan. Struktur kuesioner terdiri dari :

Bagian I : berisi pernyataan tentang kepedulian terhadap Kesehatan

Bagian II : berisi pernyataan tentang sikap terhadap perilaku beli makanan sehat

Bagian III : berisi pernyataan tentang norma subyektif

Bagian IV: berisi pernyataan tentang kontrol perilaku yang dirasakan

Sebelum peneliti melakukan pengumpulan data dengan kuisisioner maka akan dilakukan uji coba terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitasnya dengan disebarkan kepada 50 responden kemudian data yang diperoleh dari kuisisioner tersebut diolah menggunakan program SPSS, berikut penjelasan tentang uji validitas dan reliabilitas.

3.3.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengukuran sampai sejauh mana suatu indikator akan dapat akurat mengukur apa yang hendak ingin diukur (Ghozali, 2017). Nilai koefisien validitas berkisar antara +1,00 sampai -1,00. Nilai koefisien +1,00 mengindikasikan bahwa individu pada uji instrument maupun uji kriteria, memiliki hasil yang relatif sama, sedangkan jika koefisien validitas bernilai 0 mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan antara instrumen dengan kriterianya. Semakin tinggi nilai koefisien validitas suatu instrumen, maka semakin baik instrumen tersebut. Dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar saat dibandingkan dengan r tabel pada tabel r . Uji validitas dalam penelitian ini yaitu dengan 50 responden dan diuji dengan SPSS versi 23 untuk mengetahui seberapa jauh indikator yang ada pada kuisioner tersebut dapat mengukur sesuai dengan yang diinginkan. Pengukuran validitas dilakukan untuk menguji setiap butir pertanyaan kuisioner sehingga dapat melakukan sesuai fungsi ukurannya. Skala validitas mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu mengungkapkan data yang diteliti secara tepat. (Ghozali, 2017).

3.3.3 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2017) uji reliabilitas merupakan tolak ukur dari variable yang dianggap bebas dari kesalah. Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indicator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistic yaitu *Cronbach's Alpha*. Dalam suatu kuisioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam SPSS suatu variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ (Ghozali, 2017). Kuesioer yang akan di

pergunakan sebagai alat pengumpul data akan diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum disebarakan kepada sampel peneliti.

3.4 Definisi Oprasional

3.4.1 Kepedulian Terhadap Kesehatan

Kepedulian akan Kesehatan dimasyarakat dapat menunjang terbentuknya pola hidup sehat bila masyarakat semakin sadara akan pentingnya Kesehatan maka secara tidak langsung pola hidup masyarakat juga akan meningkatkan pada minat beli produk makanan sehat. Serta kepedulian dan kesadaran kesehatan telah merubah cara pandang dan pola hidup manusia dalam mengkonsumsi makanan dan minuman. Hal ini ditunjukkan pada perubahan bola pendekatan bisnis yang mulai mengarahkan usaha dengan pendekatan aktivitas bisnis yang berbasis kelestarian lingkungan keshatan. Menurut (Michaelidou and Hassan, 2008) kepedulian kesehatan merupakan suatu bentuk kepedulian dalam memotivasi serta memperbaiki dan juga menjaga kesehatan untuk pola hidup yang lebih sehat yang akan memberikan pengaruh pada minat beli konsumen pada produk makanan sehat. Kepedulian Kesehatan (Michaelidou and Hassan, 2008) terdapat 4 indikator dalam variable ini :

- Saya memiliki kesan bahwa saya harus berkorban untuk kesehatan saya
- Saya menganggap diri saya sangat sadar akan kesehatan
- Saya pikir penting untuk mengetahui dengan baik makanan yang sehat

- Saya siap berkorban banyak untuk membeli produk yang sehat

3.4.2 Sikap Terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat

Tuntutan para konsumen yang sadar terhadap produk-produk yang ramah lingkungan sikap pembeli yang semakin sadar akan keadaan kesehatan akan secara tidak langsung mendorong untuk merubah sikap beli mereka atas produk yang akan mereka konsumsi serta untuk merubah orientasi usaha mereka dengan mempertimbangkan aspek ekologi dan Kesehatan selain aspek ekonominya saja. Sikap juga merupakan sebuah kecenderungan yang berguna untuk berperilaku dengan cara terus menerus, sikap disebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis social yang biasa digunakan pemasaran untuk memahami konsumen. Konsumen makanan organik lebih mungkin akan mengetahui bahwa jumlah makanan yang mereka konsumsi dapat mempengaruhi kesehatan. Penulis beranggapan bahwa konsumen yang sadar akan Kesehatan akan sangat menghargai kesehatan serta akan lebih perhatian dalam memilih makanan yang mereka konsumsi dengan berbahan dasar organik dan menyehatkan untuk menjaga serta meningkatkan kualitas hidup mereka. Setelah konsumen mengetahui bahwa makanan organik menyehatkan maka timbul kecenderungan untuk melakukan pembelian pada makanan sehat yang semakin besar. Menurut Mohd Suki dan Mohd Suki (2019) dalam variabel sikap membeli makanan sehat terdapat 4 indikator :

- Penting bagi saya bahwa produk yang saya gunakan adalah produk sehat.
- Saya mempertimbangkan potensi dampak kesehatan dari tindakan

saya ketika membuat banyak keputusan konsumsi saya.

- Saya akan menggambarkan diri saya sebagai orang yang bertanggung jawab terhadap Kesehatan saya .
- Saya bersedia direpotkan untuk mengambil tindakan yang berhubungan dengan mengonsumsi makanan sehat

3.4.3 Norma Subyektif

Menurut Maskur (2015) norma subjektif didefinisikan sebagai sebuah persepsi yang terbentuk dan berasal dari adanya tekanan social yang mendorong untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu jadi dapat di pahami bahwa norma subjektif merupakan persepsi inividu kepada kepercayaan orang lain. Norma subjektif adalah pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yan juga akan meepengaruhi seseoran tersebut untuk melakukan aau idak melakukan prilaku yang sedang dipertimbangkan. Jika seseorang tersebut menjadi titik referensi untuk mengarahkan pririlaku, maka disebut dengan referents atau pemberi acuan. Pemberi acuan ini dapat berasal dari keluarga, sahabat, teman tedekat, artis idola dan lain sebagainya. Adapun indikator dari norma subjektif menurut Minton and Rose, (1997) terdiri dari 4 yaitu sebaagai berikut :

- Sebagian teman saya berpikir saya harus menggunakan produk makanan sehat
- Sebagian teman saya berpikir saya harus menjalankan pola hidup sehat.
- Sebagian teman saya berpikir saya harus menggunakan produk

makanan sehat .

- Sebagian teman dan keluarga saya berpikir saya harus bisa memilah pola hidup sehat

3.4.4 Kontrol Perilaku yang dirasakan

Menurut Ajzen (1991) berpendapat bahwa kontrol perilaku adalah bagaimana seseorang individu memiliki kemampuan dalam mengontrol perilaku tertentu. Sederhananya kontrol perilaku menggambarkan kesulitan atau kemudahan persepsi dalam menampilkan perilaku tertentu. secara tidak langsung perilaku ini merupakan respons individu terhadap adanya rangsangan dari luar. Perilaku pembelian yang dirasakan adalah suatu proses pengambilan keputusan ketika akan melakukan proses pembelian yang bervariasi dari satu konsumen ke konsumen lainnya. Assael (1998) menyebutkan bahwa proses konsumen membuat keputusan pembelian yang dirasakan harus dipahami dalam pengembangan aplikasi strategik. Dalam proses ini termasuk konsultasi serta pencarian informasi mengenai produk dari berbagai sumber. Dengan menggunakan 4 indikator dalam variable persepsi perilaku (Maichum et al., 2016):

- saya memiliki kendali penuh atas jumlah produk makanan sehat yang akan saya gunakan
- Saya melihat diri saya mampu membeli produk makanan sehat di masa depan
- Saya memiliki sumber daya untuk membeli produk makanan sehat
- Saya punya waktu untuk mencari dan membeli produk makanan

sehat

3.4.5 Minat Beli Makanan Sehat

Masalah kesehatan dan kesadaran akan kelangsungan hidup yang lebih sehat menjadi alasan utama akan timbulnya minat untuk mengkonsumsi makanan sehat. Dengan kesadaran Kesehatan menjadikan konsumen akan memiliki motivasi dan keinginan serta minat untuk mengkonsumsi makanan sehat. Munculnya berbagai macam informasi serta pilihan berbagai macam makana sehat menjadikan konsumen bijaksana untuk memilih makanan yang sehat dan yang tepat untuk kondisi kesehatan mereka. Hal tersebut juga membuat para konsumen mejadi focus pada aspek kesehatan dalam membuat pilihan produk yang akan di konsumsi dan sadar akan hubungan antara nutrisi dan kesehatan. Indikator green marketing menurut Ajzen (1985)

- Saya sering membeli produk organik.
- Saya sering membeli produk yang berlabel makanan sehat .
- Saya sering membeli produk yang tidak mengandung bahan kimia atau lebih sedikit.
- Ketika saya mempertimbangkan untuk membeli suatu produk, saya akan mencari stempel organik atau stempel organik yang aman bagi Kesehatan.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis kuantitatif dalam Teknik ini memerlukan beberapa pengujian statistik agar mendapatkan data yang akurat dalam proses penelitiannya.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan Teknik analisis yang berguna untuk menganalisis dan menjelaskan gambaran dari suatu data. Dengan tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mendapatkan suatu gambaran dari sekumpulan data yang diperoleh dari hasil pengamatan sehingga akan mudah dipahami, dibaca, dan digunakan sebagai informasi (Bahri, 2018). Analisis ini berguna untuk menjelaskan data mentah menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan ringkas dengan tetap memperhatikan kesimpulan secara umum.

3.5.2 Analisis Statistik

Alat analisis yang sedang digunakan dalam penelitian adalah *structural equation modeling* (SEM) dan dilah dengan program AMOS. SEM merupakan sebuah gabungan dari dua metode statistik yang dibuat terpisah yaitu analisis faktor yang dikembangkan di dalam ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang juga dikembangkan di ekonometrika (Ghozali , 2017). Analisis yang digunakan untuk dapat

melakukan pembuktian hipotesis adalah dengan perhitungan *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software* AMOS 23.

AMOS (*Analysis of Moment Structure*) merupakan salah satu program atau *software* yang digunakan untuk mengsitemasi model pada model persamaan struktural (SEM). AMOS sendiri merupakan *software* yang memiliki kemampuan untuk *Structural Equation Modeling* (SEM), yang dapat membantu memeriksa hubungan hipotesis antar variabel serta menentukan tingkat kekuatan hubungan antara kedua variabel (variabel laten dan variabel manifes). Teknik ini juga dilakukan untuk dapat menganalisis hubungan antara kepedulian terhadap Kesehatan, sikap serta perilaku membeli pada makanan sehat, norma subyektif dan control prilaku yang di rasakan pada minat beli makanan sehat. Adapun langkah-langkah pengujian asumsi analisis SEM yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

3.5.3 Ukuran Sampel

Ukuran sampel dapat memberi dasar estimasi untuk *sampling error*, sehingga dalam hal ini memiliki peran penting untuk menginterpretasikan hasil analisis SEM. Menurut Hair *et al.*, (2014) jumlah sampel yang direkomendasikan adalah 100 atau lebih besar. Ukuran sampel akan lebih diterima jika memiliki 10:1

3.5.4 Uji Normalitas Data

Data yang sudah diperoleh harus dinalisis untuk mengetahui dan mendapatkan ukuran apakah asumsi normalitas telah dipenuhi, sehingga data baru dapat diolah lebih lanjut untuk dapat permodelan SEM. Pengujian

normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi data apakah masuk dalam standar distribusi normal atau mendekatinya. Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengevaluasi data apakah telah masuk dalam standar distribusi normal atau mendekatinya. Uji normalitas perlu dilakukan baik untuk data tunggal (*univariate*) maupun data menyeluruh (*multivariat*). Uji normalitas dengan program AMOS dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *critical ratio* yaitu $\pm 2,58$ pada taraf signifikansi 0,01 (Ghozali, 2017).

3.5.5 Outliers

Outliers merupakan kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik yang berbeda dan cenderung unik serta terlihat memiliki perbedaan yang jauh dari berbagai macam observasi lainnya, serta muncul dalam bentuk yang ekstrim (Ghozali, 2017)

3.5.6 Analisis Faktor Konfirmatori

Confirmatory Factor Analysis digunakan dalam menguji konsep yang dibangun menggunakan beberapa indikator yang terukur. Dalam analisis konfirmatori pertama kali yang dilihat adalah nilai loading factor masing-masing indikator. *Loading Factor* digunakan untuk dapat mengukur validitas konstruk dimana suatu kuisioner dapat dikatakan valid pertanyaan dalam kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang nantinya akan dapat diukur. Angka minimal yang digunakan dalam *loading factor* adalah $\geq 0,5$ atau idealnya $> 0,7$ (Hair et al, 2010). Jika terdapat nilai yang masih dibawah 0,5 maka akan dikeluarkan dari analisis. Kemudian untuk dapat melihat hasil dari uji reliabilitas koefisien reliabilitas berkisar antara 0-1 sehingga semakin tinggi koefisien (yaitu mendekati 1) maka

akan semakin reliabel alat ukur tersebut. Reliabilitas konstruk yang baik jika nilai *construct reliability* $CR \geq 7$ dan nilai *variance extracted*-nya $> 0,5$ (Yamin & Kurniawan, 2009).

3.5.7 Analisis Data SEM

a) Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Model persamaan struktural didasarkan dengan adanya hubungan dan perubahan suatu variable yang diasumsikan akan berakibat pada perubahan variable lainnya (Ghozali, 2017).

b) Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Dalam Menyusun diagram jalur dan persamaan struktural terdapat 2 hal yang perlu dilakukan yaitu Menyusun model structural dan menyusun *measurement model*. Untuk Menyusun model struktural menggunakan cara menghubungkan anatara kostruk laten baik endogen maupun eksogen. Lalu untuk Menyusun *measurement model* menggunakan cara dengan menghubungkan kostruk laten dan eksogen dengan variable indikator atau manifest (Ghozali, 2017)

c) Input Matriks dan Estimasi Model

Dalam Teknik analisis multivariate berbeda dengan persamaan struktural, data input yang digunakan pada SEM hanya data matrik varian/kovarian atau matrik korelasi. Data mentah yang didapat akan dimasukkan dalam AMOS tetapi dalam program akan merubah sehingga akan menjadi matrik kovarian maupun korelasi. Matrik kovarian maupun korelasi memiliki kelebihan dan kekurangan. Proses Input matrik

varian/kovarian harus digunakan dalam proses uji teori. Namun apabila tujuan dari penelitian hanya untuk memahami pola hubungan antar konstruk dan tidak menjelaskan dari total varian maka yang cocok digunakan yaitu korelasi. (Ghozali,2017)

d) Menilai Model Identifikasi Struktural

Seringkali mendapatkan hasil estimasi yang tidak logis pada proses estimasi menggunakan program. Hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi dari model structural. Ketidak mampuan *proposed model* untuk menghasilkan *unique estimate* merupakan masalah dalam proses identifikasi (Ghozali,2017)

e) Menilai Kriteria *Goodness of Fit*

Setelah semua asumsi SEM dipenuhi maka langkah yang selanjutnya adalah melihat adanya ada atau tidaknya *offending estimate*. Setelah di rasa yakin tidak ada *offending estimate* maka kemudian melakukan penilaian *Goodness of Fit* . *Goodness of Fit* berguna untuk mengukur kesesuaian input observasi atau sesungguhnya (matrik kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*).

3.6 Uji Hipotesis

Dalam melakukan uji hipotesis, hipotesis yang telah diajukan selanjutnya akan diuji, maka dapat dilihat hasil analisis apakah tanda dan besaran selanjutnya serta signifikasnsi value telah sesuai. Apabila tanda sesuai dengan teori dan nilai signifikan ≤ 0.05 maka dapat dikatan bahwa hipotesis tersebut terbukti atau diterima, sedangkan apabila nilai signifikansi > 0.05 maka hipotesis ditolak.

3.7 Item Kuisioner

Kriteria yang diperlukan peneliti adalah sebagai berikut diantaranya minimal umur 18 tahun dan memiliki kesadaran akan Kesehatan sebagai betuk pola hidup sehat yang mulai diterapkan :

TABEL 3.2
ITEM KUISIONER

Variabel	Item	Refrensi
Kesadaran Terhadap Kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> • Saya memiliki kesan bahwa saya harus berkorban untuk kesehatan saya • Saya menganggap diri saya sangat sadar akan kesehatan • Saya pikir penting untuk mengetahui dengan baik makanan yang sehat • Saya siap berkorban banyak untuk membeli produk yang sehat 	Michaelidou and Hassan, (2008)
Sikap Terhadap Perilaku Beli Makanan sehat	<ul style="list-style-type: none"> • Penting bagi saya bahwa produk yang saya gunakan adalah produk sehat. • Saya mempertimbangkan potensi dampak kesehatan dari tindakan saya ketika membuat banyak keputusan konsumsi saya. • Saya akan menggambarkan diri saya sebagai orang yang bertanggung jawab terhadap Kesehatan saya . • Saya bersedia direpotkan untuk mengambil tindakan yang berhubungan dengan mengonsumsi makanan sehat 	Michaelidou and Hassan, (2008)
Norma Subyektif	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagian teman saya berpikir saya harus menggunakan produk makanan sehat • Sebagian teman saya berpikir saya harus menjalankan pola hidup sehat. 	Minton and Rose, (1997)

	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagian teman saya berpikir saya harus menggunakan produk makanan sehat . • Sebagian teman dan keluarga saya berpikir saya harus bisa memilah pola hidup sehat 	
Kontrol Perilaku yang dirasakan	<ul style="list-style-type: none"> • saya memiliki kendali penuh atas jumlah produk makanan sehat yang akan saya gunakan • Saya melihat diri saya mampu membeli produk makanan sehat di masa depan • Saya memiliki sumber daya untuk membeli produk makanan sehat • Saya punya waktu untuk mencari dan membeli produk makanan sehat 	Maichum et al.(2016)
Minat Beli Makanan Sehat	<ul style="list-style-type: none"> • Saya sering membeli produk organik. • Saya sering membeli produk yang berlabel makanan sehat . • Saya sering membeli produk yang tidak mengandung bahan kimia atau lebih sedikit. • Ketika saya mempertimbangkan untuk membeli suatu produk, saya akan mencari stempel organik atau stempel organik yang aman bagi Kesehatan. 	Ajzen (1985)

3.8 Uji Pilot

Ghozali (2017) mengatakan bahwa uji validitas merupakan suatu ukuran sejauh mana suatu indikator dapat mengukur apa yang hendak diukur. Apabila pertanyaan dari kuisisioner dapat mengungkapkan sesuatu akan diukur maka kuisisioner tersebut dinyatakan valid. Indikator dapat diaktan valid apabila mempunyai nilai *standardized regression weight* $\geq 0,5$. Uji validitas dalam pnelitian ini yaitu dengan 50 responden dan diuji dengan SPSS versi 23 untuk mengetahui seberapa jauh indikator yang ada

pada kuisioner tersebut dapat mengukur sesuai dengan yang diinginkan. Pengukuran validitas dilakukan untuk menguji setiap butir pertanyaan kuisioner sehingga dapat melakukan sesuai fungsi ukurannya. Skala validitas mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu mengungkapkan data yang diteliti secara tepat. (Ghozali, 2017) .

TABEL 3.3
UJI VALIDITAS KUISIONER

Hasil Uji				
Variabel	Indikator	Nilai	Nilai Korelasi	Keterangan
Kesadaran terhadap Kesehatan	KK_1	0,698	0,5	Valid
	KK_2	0,795		Valid
	KK_3	0,801		Valid
	KK_4	0,839		Valid
Sikap Terhadap Perilaku Beli Makanan sehat	SM_1	0,888	0,5	Valid
	SM_2	0,858		Valid
	SM_3	0,836		Valid
	SM_4	0,919		Valid
Norma Subyektif	NS_1	0,869	0,5	Valid
	NS_2	0,871		Valid
	NS_3	0,923		Valid
	NS_4	0,907		Valid
Kontrol Perilaku yang dirasakan	KP_1	0,736	0,5	Valid
	KP_2	0,812		Valid
	KP_3	0,901		Valid
	KP_4	0,808		Valid
Minat Beli Makanan Sehat	MS_1	0,931	0,5	Valid
	MS_2	0,872		Valid
	MS_4	0,892		Valid
	MS_4	0,874		Valid

Sumber : Olah Data 2022

Dalam uji reliabilitas menjadi sebuah tolak ukur dari variabel yang dianggap

bebas dari kesalahan (Ghozali, 2017). Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner dalam indikator dari suatu variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan alat uji statistik yaitu *Cronbach's Alpha*. Suatu kuisioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam SPSS suatu variabel yang dinyatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ (Ghozali, 2017). Kuisioner yang akan dipergunakan sebagai alat pengumpul data akan diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum disebarakan kepada sampel penelitian.

TABEL 3.4
UJI REABILITAS KUISIONER

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kesadaran terhadap Kesehatan	0,786	0.7	Reliabel
Sikap Terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat	0,898	0.7	Reliabel
Norma Subyatif	0,913	0.7	Reliabel
Kontrol Perilaku yang dirasakan	0,831	0.7	Reliabel
Minat Beli Makanan Sehat	0,910	0.7	Reliabel

Sumber : Olah Data 2022



BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian tentang pengaruh kepedulian terhadap kesehatan terhadap minat beli produk makanan sehat melalui sikap terhadap produk makanan sehat, norma subjektif dan control perilaku yang dirasakan pada konsumen makanan sehat di Yogyakarta. Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu data primer yang didapat dari hasil kuesioner *online* melalui *google form*. Kuesioner tersebut telah disebar kepada responden melalui beberapa platform media sosial seperti Instagram, Whatsapp, dan Line. Data mentah dari kusioner akan diolah kemudian hasilnya akan digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Untuk menyajikan hasil penelitian akan menggunakan dengan analisis deskriptif responden, lalu analisis yang akan digunakan untuk pembuktian hipotesis adalah perhitungan *Structural Equation Model* (SEM) dengan software AMOS 24. Analisis juga dilakukan sesuai dengan tahapan yang dijelaskan pada bab sebelumnya.

4.1 Analisis Deskriptif Responden

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai karakteristik responden yang telah diperoleh dari data deskriptif responden. Deskripsi responden dalam penelitian ini ialah jenis kelamin, usia, dan pengguna Shopee ataukah tidak.

4.1.1 Responden menurut Jenis Kelamin

Menurut Krejcie dan Morgan dalam Schreiber dan Asner-Self (2011: 92) untuk populasi di bawah 100 diambil semua, bila populasi berjumlah 500 diambil 50%, bila populasi berjumlah 5000 diambil 300 responden. Dari hasil penyebaran kuesioner kepada 300 responden maka diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	156	52,0%
Laki-Laki	144	48,0%
Total	300	100%

Sumber : Olah Data, 2022

Dapat dilihat pada Tabel 4.1 bahwa responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini paling banyak adalah Perempuan dengan jumlah 156 responden sebesar 52,0%, sedangkan untuk Laki-Laki dengan jumlah 144 responden sebesar 48,0%.

4.1.2 Responden menurut Usia

Hasil penyebaran kuesioner kepada 300 responden maka diperoleh data karakteristik responden berdasarkan usia yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
13 - 17 Tahun	5	1,7%
18 - 24 Tahun	293	97,7%
25 - 30 Tahun	2	0,7%
Total	300	100%

Sumber : Olah Data, 2022

Dapat dilihat pada Tabel 4.2 bahwa responden pada penelitian ini paling banyak merupakan berusia 18-24 tahun dengan jumlah 293 responden sebesar 97,7%, usia 13-17 tahun sebanyak 5 responden atau sejumlah 1,7%, sedangkan untuk usia 25-30 tahun dengan jumlah 2 responden sebesar 0,7%.

4.2 Analisis Data Deskriptif Data Variabel

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan direkapitulasi dari penelitian ini maka diketahui dari analisis ini deskripsi dari setiap variabelnya. Dalam penelitian ini terdapat 5 jawaban dengan skor (1) yang menunjukkan sangat tidak setuju serta (5) sangat setuju. Adapun perhitungan nilai intervalnya ialah sebagai berikut:

Nilai terendah : 1

Nilai tertinggi : 5

Interval : $5 - 1/5 = 4/5 = 0.8$

Berdasarkan perhitungan interval tersebut maka diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Interval Penilaian

Interval	Kategori
1,00 – 1,80	sangat tidak setuju
1,81 – 2.60	tidak setuju
2,61 – 3,40	netral
3,41 - 4,20	setuju
4,21 – 5,00	sangat setuju

4.2.1 Variabel Kepedulian terhadap Kesehatan

Setelah dilakukan pengumpulan jawaban responden maka hasil analisis deskriptif variabel Kepedulian terhadap Kesehatan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepedulian terhadap Kesehatan

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Saya memiliki kesan bahwa saya harus berkorban untuk kesehatan saya	4.01	Setuju
2	Saya menganggap diri saya sangat sadar akan Kesehatan	4.03	Setuju
3	Saya pikir penting untuk mengetahui dengan baik makanan yang sehat	3.97	Setuju
4	Saya siap berkorban banyak untuk membeli	3.99	Setuju

	produk yang sehat		
	Skor Rata-Rata	3.99	Setuju

Sumber : Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel pada Tabel 4.4, menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Kepedulian terhadap Kesehatan adalah 3,99 (Setuju). Nilai terendah pada variabel ini terdapat pada indikator ketiga yaitu “Saya pikir penting untuk mengetahui dengan baik makanan yang sehat”, sebesar 3,89 (Setuju). Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada indikator kedua yaitu “Saya menganggap diri saya sangat sadar akan kesehatan”, sebesar 4,03 (Setuju).

4.2.2 Variabel Sikap terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat

Setelah dilakukan pengumpulan jawaban responden maka hasil analisis deskriptif variabel Sikap terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.5

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Sikap terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Saya memiliki kesan bahwa saya harus berkorban untuk kesehatan saya	3.78	Setuju
2	Saya menganggap diri saya sangat sadar akan Kesehatan	3.76	Setuju
3	Saya pikir penting untuk mengetahui dengan baik makanan yang sehat	3.75	Setuju

4	Saya siap berkorban banyak untuk membeli produk yang sehat	3.79	Setuju
	Skor Rata-Rata	3.77	Setuju

Sumber : Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel pada Tabel 4.5, menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Sikap terhadap Perilaku Beli Makanan adalah 3,77 (Setuju). Nilai terendah pada variabel ini terdapat pada indikator ketiga yaitu “Saya pikir penting untuk mengetahui dengan baik makanan yang sehat”, sebesar 3,75 (Setuju). Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada indikator keempat yaitu “Saya siap berkorban banyak untuk membeli produk yang sehat”, sebesar 3,79 (Setuju).

4.2.3 Variabel Norma Subyektif

Setelah dilakukan pengumpulan jawaban responden maka hasil analisis deskriptif variabel Norma Subyektif dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Norma Subyektif

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Saya memiliki kesan bahwa saya harus berkorban untuk kesehatan saya	3.76	Setuju
2	Saya menganggap diri saya sangat sadar akan kesehatan	3.80	Setuju
3	Saya pikir penting untuk mengetahui dengan baik makanan yang sehat	3.74	Setuju
4	Saya siap berkorban	3.73	Setuju

	banyak untuk membeli produk yang sehat		
	Skor Rata-Rata	3.75	Setuju

Sumber : Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel pada Tabel 4.6, menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Norma Subyektif adalah 3,75 (Setuju). Nilai terendah pada variabel ini terdapat pada indikator keempat yaitu “Saya siap berkorban banyak untuk membeli produk yang sehat”, sebesar 3,73 (Setuju). Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada indikator keempat yaitu “Saya menganggap diri saya sangat sadar akan kesehatan”, sebesar 3,80 (Setuju).

4.2.4 Variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan

Setelah dilakukan pengumpulan jawaban responden maka hasil analisis deskriptif variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Saya memiliki kendali penuh atas jumlah produk makanan sehat yang akan saya gunakan	3.78	Setuju
2	Saya melihat diri saya mampu membeli produk makanan sehat di masa depan	3.66	Setuju
3	Saya memiliki sumber	3.78	Setuju

	daya untuk membeli produk makanan sehat		
4	Saya punya waktu untuk mencari dan membeli produk makanan sehat	3.77	Setuju
	Skor Rata-Rata	3.74	Setuju

Sumber : Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel pada Tabel 4.7, menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan adalah 3,74 (Setuju). Nilai terendah pada variabel ini terdapat pada indikator kedua yaitu “Saya melihat diri saya mampu membeli produk makanan sehat di masa depan”, sebesar 3,66 (Setuju). Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada indikator pertama dan ketiga yaitu “Saya memiliki kendali penuh atas jumlah produk makanan sehat yang akan saya gunakan” dan “Saya memiliki sumber daya untuk membeli produk makanan sehat”, sebesar 3,78 (Setuju).

4.2.5 Variabel Minat Beli

Setelah dilakukan pengumpulan jawaban responden maka hasil analisis deskriptif variabel Minat Beli dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli

No	Pertanyaan	Mean	Keterangan
1	Saya sering membeli produk organik	4.01	Setuju
2	Saya sering membeli produk yang berlabel	4.01	Setuju

	makanan sehat		
3	Saya sering membeli produk yang tidak mengandung bahan kimia atau lebih sedikit	3.98	Setuju
4	Ketika saya mempertimbangkan untuk membeli suatu produk, saya akan mencari stempel organik atau stempel organik yang aman bagi Kesehatan	4.01	Setuju
	Skor Rata-Rata	4.00	Setuju

Sumber : Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel pada Tabel 4.8, menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Minat Beli adalah 4,00 (Setuju). Nilai terendah pada variabel ini terdapat pada indikator ketiga yaitu “Saya sering membeli produk yang tidak mengandung bahan kimia atau lebih sedikit”, sebesar 3,98 (Setuju). Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada indikator pertama, kedua dan keempat yaitu “Saya sering membeli produk organik”, “Saya sering membeli produk yang berlabel makanan sehat” dan “Ketika saya mempertimbangkan untuk membeli suatu produk, saya akan mencari stempel organik atau stempel organik yang aman bagi Kesehatan”, sebesar 4,01 (Setuju).

4.3 Uji Kualitas Data

4.3.1 Normalitas Data

Asumsi normalitas data harus dipenuhi agar data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan SEM. Pengujian normalitas ini adalah dengan mengamati nilai *Critical Ratio (CR)* data yang digunakan, apabila nilai multivariate data berada diantara rentang $\pm 2,58$, maka data penelitian dapat dikatakan normal. Hasil uji normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data

Variable	min	Max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
MB4	1.000	5.000	-.623	-4.405	.171	.603
MB3	1.000	5.000	-.585	-4.139	-.174	-.614
MB2	2.000	5.000	-.494	-3.490	-.423	-1.495
MB1	1.000	5.000	-.695	-4.913	.370	1.307
KP4	1.000	5.000	-.137	-.969	-.423	-1.494
KP3	1.000	5.000	-.377	-2.666	.283	1.000
KP2	1.000	5.000	.057	.400	-.446	-1.577
KP1	1.000	5.000	-.301	-2.127	.153	.543
NS4	1.000	5.000	-.162	-1.143	-.086	-.303
NS3	1.000	5.000	-.207	-1.461	-.408	-1.441
NS2	1.000	5.000	-.166	-1.176	-.486	-1.718
NS1	1.000	5.000	-.189	-1.338	-.209	-.738
SM4	2.000	5.000	-.156	-1.103	-.636	-2.249
SM3	2.000	5.000	-.258	-1.826	-.406	-1.435
SM2	1.000	5.000	-.138	-.975	-.667	-2.357
SM1	1.000	5.000	-.206	-1.459	-.398	-1.407
KK4	2.000	5.000	-.485	-3.427	-.323	-1.141
KK3	2.000	5.000	-.383	-2.710	-.496	-1.752

Variable	min	Max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KK2	1.000	5.000	-.557	-3.937	-.031	-.110
KK1	1.000	5.000	-.612	-4.324	-.189	-.669
Multivariate					7.571	2.210

Sumber : Olah Data, 2022

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai CR multivariate adalah 2,210 yang berarti sudah diantara + 2,58 dan – 2,58. Sehingga data pada penelitian ini dapat dikatakan terdistribusi normal.

4.3.2 Outliers

Outlier merupakan observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat berbeda dari observasi-observasi yang lain dan muncul dalam bentuk nilai ekstrem, baik untuk sebuah variabel maupun variabel-variabel kombinasi. Adapun outlier dapat dievaluasi menggunakan analisis terhadap *multivariate outliers* dilihat dari nilai *Mahalanobis Distance*.

Uji *Mahalanobis Distance* dihitung dengan menggunakan nilai chi-square pada *degree of freedom* sebesar 20 indikator pada tingkat $p < 0,001$ dengan menggunakan rumus $X^2(20; 0,001) = 45,31$. Hasil analisis *outliers* sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Hasil Uji *Mahalanobis Distance*

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	p1	p2
89	40.596	.004	.717
156	40.543	.004	.366
242	39.969	.005	.194
151	39.718	.005	.082

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	p1	p2
84	39.514	.006	.031
95	39.338	.006	.011
11	39.307	.006	.003
295	39.248	.006	.001
82	38.442	.008	.001

Sumber : Olah Data, 2022

Pada Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai mahalanobis d Square tertinggi adalah 40,596, sehingga tidak melebihi nilai c-square yaitu 45,31. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak ada yang outliers.

4.4 Analisis Konfirmatori

4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Analisis konfirmatori digunakan untuk menguji konsep yang dibangun dengan menggunakan beberapa indikator terukur. Dalam analisis konfirmatori yang pertama dilihat adalah nilai loading factor masing-masing indikator. *Loading factor* dapat digunakan untuk mengukur validitas konstruk dimana suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Menurut Hair et al. (2010) angka minimal dari factor loading adalah $\geq 0,5$ atau idealnya $\geq 0,7$. Apabila terdapat nilai yang masih dibawah 0,5 maka akan di keluarkan dari analisis.

Selanjutnya dalam uji konfiratori juga dilakukan uji reliabilitas.

Koefisien reliabilitas berkisar antara 0-1 sehingga semakin tinggi koefisien (mendekati angka 1), semakin reliabel alat ukur tersebut. Reliabilitas konstruk yang baik jika nilai *construct reliability* > 0,7 dan nilai *variance extracted*-nya > 0,5 (Yamin & Kurniawan, 2009). Hasil uji validitas dan reliabilitas ditunjukkan pada table 4.11.

Tabel 4.11
Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Loading Faktor	Loading Faktor ²	Measurement Error	CR	VE
Kesadaran terhadap Kesehatan	KK1	0,825	0,681	0,319	0,917	0,733
	KK2	0,803	0,645	0,355		
	KK3	0,873	0,762	0,238		
	KK4	0,920	0,846	0,154		
Sikap terhadap Perilaku	SM1	0,871	0,759	0,241	0,924	0,753
	SM2	0,897	0,805	0,195		
	SM3	0,720	0,518	0,482		
	SM4	0,965	0,931	0,069		
Norma Subyektif	NS1	0,780	0,608	0,392	0,898	0,687
	NS2	0,800	0,640	0,360		
	NS3	0,840	0,706	0,294		
	NS4	0,892	0,796	0,204		
Kontrol Perilaku yang Dirasakan	KP1	0,746	0,557	0,443	0,851	0,588
	KP2	0,721	0,520	0,480		
	KP3	0,770	0,593	0,407		
	KP4	0,827	0,684	0,316		
Minat Beli Makanan Sehat	MB1	0,824	0,679	0,321	0,908	0,711
	MB2	0,850	0,723	0,278		

	MB3	0,811	0,658	0,342		
	MB4	0,887	0,787	0,213		

Sumber : Olah Data, 2022

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa semua indikator dalam penelitian ini sudah memiliki nilai loading factor lebih dari 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa semua indicator dalam penelitian ini telah valid. Tabel 4.12 Juga dapat diketahui bahwa reliabilitas konstruk (*construct reliability*) semua variabel sudah menunjukkan $\geq 0,7$ dan nilai *variance extracted*-nya $> 0,5$. Sehingga disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini dinyatakan *reliable*.

Tabel 4.12 Uji Model Penelitian Struktural

Variabel	Butir	Factor Loading	Construct Reliability
Kesadaran terhadap Kesehatan	KK1	0,681	0,917
	KK2	0,645	
	KK3	0,762	
	KK4	0,846	
Sikap terhadap Perilaku	SM1	0,759	0,924
	SM2	0,805	
	SM3	0,518	
	SM4	0,931	
Norma Subyektif	NS1	0,608	0,898
	NS2	0,640	
	NS3	0,706	
	NS4	0,796	
Kontrol Perilaku	KP1	0,557	0,851
	KP2	0,520	

	KP3	0,593	
	KP4	0,684	
Minat Beli Makanan Sehat	MB1	0,679	0,908
	MB2	0,723	
	MB3	0,658	
	MB4	0,787	

Berdasarkan pada Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa hasil dari uji validitas CFA pada variabel pengiklanan hijau, citra merek hijau, kesadaran hijau, dan niat pembelian hijau menunjukkan nilai *factor loading* $> 0,5$, sehingga seluruh butir variabel dapat dinyatakan valid. Sedangkan, hasil dari uji reliabilitas masing-masing variabel menunjukkan *construct reliability* $> 0,7$, sehingga seluruh variabel dapat dikatakan reliabel. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas sebelumnya, maka hasil analisis ini dapat dilanjutkan untuk pengujian berikutnya

4.5 Analisis Dengan Model SEM

Analisis yang digunakan untuk melakukan pembuktian hipotesis adalah perhitungan *Structural Equation Model* (SEM) dengan software AMOS 24.

Adapun urutan langkah-langkah analisis tersebut meliputi:

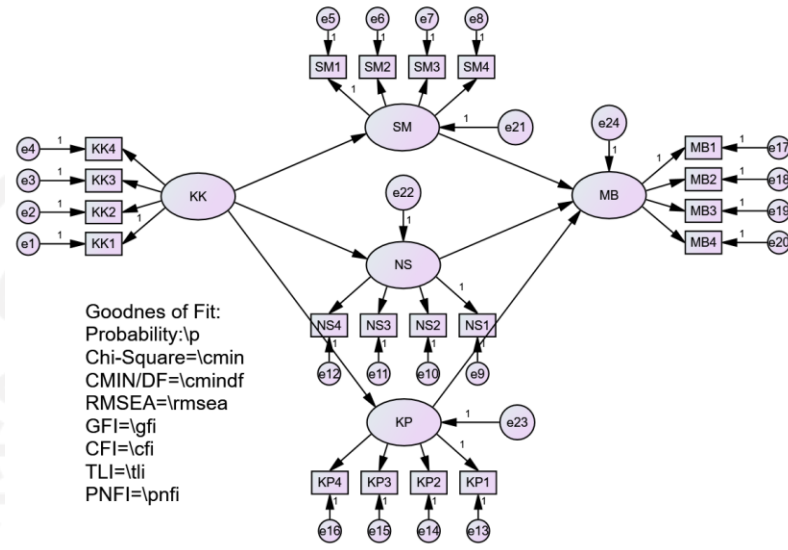
4.5.1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Pengembangan model dalam penelitian ini didasarkan atas konsep analisis data. Secara umum model penelitian ini terdiri dari 1 variabel eksogen dan 4 variabel endogen. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *Kesadaran terhadap Kesehatan* (KK). Adapun variabel endogen dalam penelitian ini adalah Sikap terhadap Perilaku (SM), Norma Subyektif (NS), Kontrol Perilaku yang Dirasakan (KP) dan Minat Beli (MB).

4.5.2 Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan struktural

Langkah berikutnya adalah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan menyusun persamaan struktural. Ada 2 hal yang perlu dilakukan yaitu menyusun model structural yaitu dengan menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen dan menentukan model

yaitu menghubungkan konstruk laten endogen dan eksogen dengan variabel indikator atau manifest seperti pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Diagram Jalur

4.5.2.1 Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan

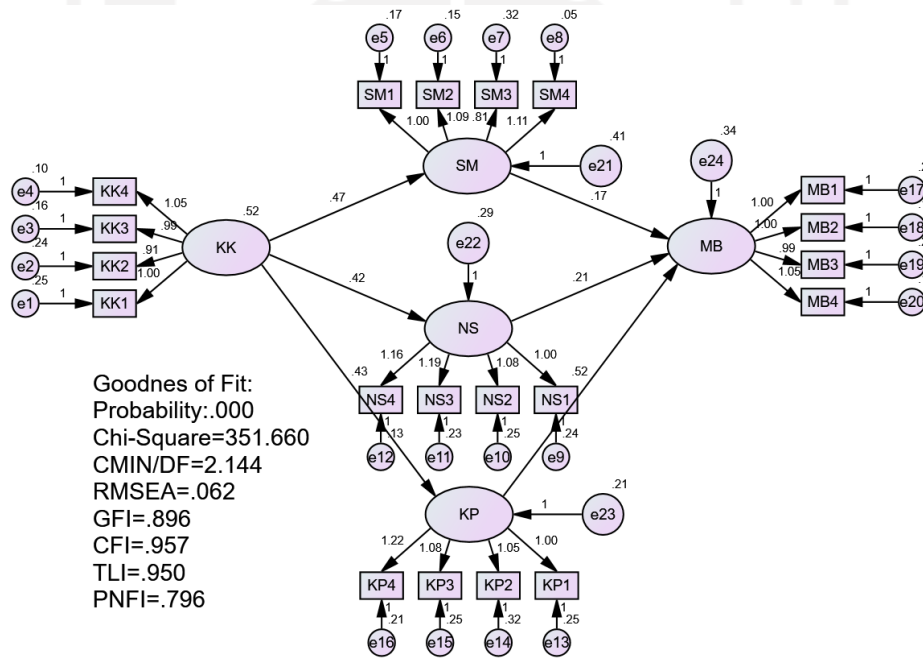
Model persamaan struktural berbeda dari teknik analisis multivariate lainnya. SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian atau kovarian atau matrik korelasi. Estimasi model yang digunakan adalah estimasi maksimum *likelihood* (ML) yang telah terpenuhi dengan asumsi sebagai berikut:

4.5.2.2 Uji Goodness of Fit

Selanjutnya uji kesesuaian model konfirmatori diuji menggunakan *Goodness of Fit Index*. Hair et al. (1998) membagi kriteria GOFI (*Goodness of Fit Index*) dalam 3 jenis kriteria yaitu *absolute fit indices*, *incremental fit indices* dan *parsimony fit indices*. Dari ketiga jenis GOFI tersebut secara

keseluruhan terdapat 25 kriteria, akan tetapi menurut Hair et al. (2010) dalam analisis SEM-Amos tidak mengharuskan semua kriteria terpenuhi, 4 – 5 kriteria saja cukup asalkan terdapat kriteria yang mewakili dari ketiga jenis kriteria GOFI.

Dalam penelitian ini diambil beberapa kriteria dari masing-masing jenis GOFI yaitu *Chisquare*, *Probability*, *CMINDF*, *RMSEA* dan *GFI* mewakili *absolute fit indices*, *CFI* dan *TLI* mewakili *incremental fit indices* kemudian *PNFI* mewakili *parsimony fit indices*.



Gambar 4.2 Hasil *Confirmatory analysis*

Adapun hasil *Goodness of Fit* adalah sebagaimana pada Tabel 4.13

Tabel 4.12 Hasil Uji *Goodness Of Fit* Analisis Konfirmatori

<i>Fit Indeks</i>	<i>Goodness of Fit</i>	Kriteria	<i>Cut-off values</i>	Keterangan
-------------------	------------------------	-----------------	-----------------------	-------------------

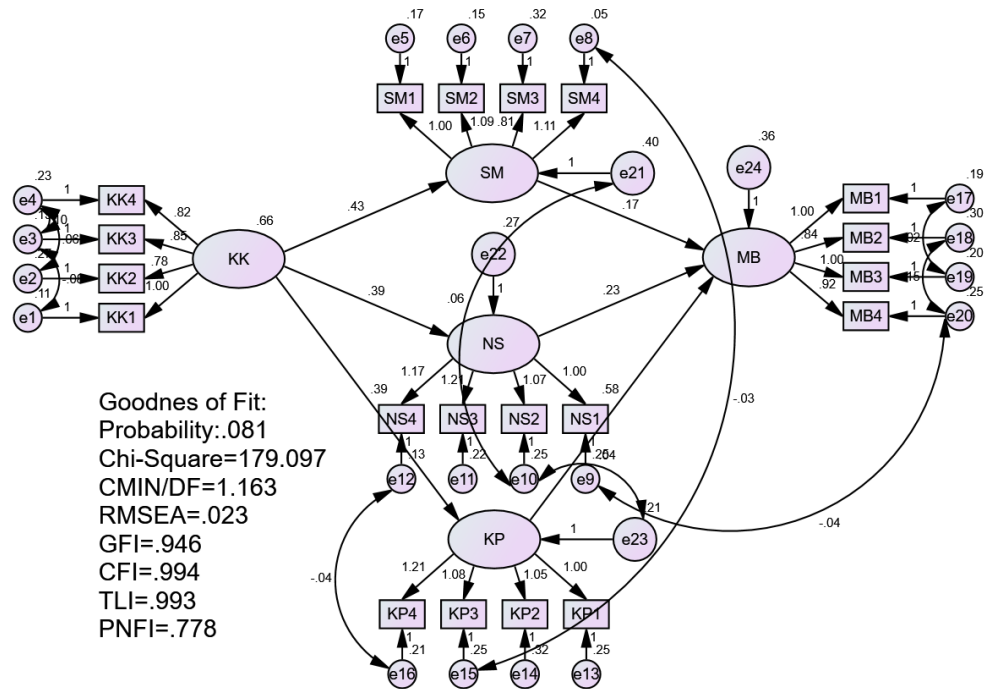
<i>Fit Indeks</i>	<i>Goodness of Fit</i>	Kriteria	<i>Cut-off values</i>	Keterangan
<i>Absolute Fit</i>	<i>Chisquare</i>	Kecil	351,660	Tidak Fit
	<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,000	Tidak Fit
	CMINDF	$\leq 2,00$	2,144	Tidak Fit
	RMSEA	$\leq 0,08$	0,062	Fit
	GFI	≥ 0.90	0,896	Tidak Fit
<i>Incremental Fit</i>	CFI	≥ 0.90	0,957	Fit
	TLI	≥ 0.90	0,950	Fit
<i>Parsimony Fit</i>	PNFI	≥ 0.60	0,796	Fit

Sumber : Olah Data, 2022

Dari hasil uji *goodness of fit* pada tabel 4.12 terlihat bahwa masih terdapat 4 kriteria yang tidak fit. Oleh karena itu untuk meningkatkan nilai GOF perlu dilakukan modifikasi model yang mengacu pada tabel *modification index* dengan memberikan hubungan kovarian atau menghilangkan indikator yang memiliki nilai MI (Indeks Modifikasi) tinggi.

4.5.3 Modifikasi Model dan Uji GOF model lengkap

Berikut adalah model penelitian yang telah dilakukan modifikasi dengan mengacu pada tabel *modification index* dengan memberikan hubungan kovarian atau menghilangkan indikator yang memiliki nilai MI (Indeks Modifikasi) tinggi. Hasil modifikasi ditunjukkan pada gambar 4.3



Gambar 4. 3 Model CFA Setelah Modifikasi

Tabel 4.13 Nilai *Goodness of Fit* setelah Modifikasi

<i>Fit Indeks</i>	<i>Goodness of Fit</i>	Kriteria	<i>Cut-off values</i>	Keterangan
<i>Absolute Fit</i>	<i>Chisquare</i>	Kecil	179,097	Fit
	<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,081	Fit
	CMINDF	$\leq 2,00$	1,163	Fit
	RMSEA	$\leq 0,08$	0,023	Fit
	GFI	$\geq 0,90$	0,946	Fit
<i>Incremental Fit</i>	CFI	$\geq 0,90$	0,994	Fit
	TLI	$\geq 0,90$	0,993	Fit
<i>Parsimony Fit</i>	PNFI	$\geq 0,60$	0,778	Fit

Sumber : Olah Data, 2022

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa setelah dilakukan modifikasi hasil menunjukkan bahwa nilai *Goodness of Fit* telah memenuhi semua kriteria sehingga model dalam penelitian ini dapat dikatakan Fit.

4.5.4 Uji Pengaruh

Pengujian pengaruh variabel bebas digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel secara total, langsung dan tidak langsung. Besaran pengaruh antar variabel ditunjukkan pada tabel 4.14.

Tabel 4.14. Pengaruh Variabel Bebas

Pengaruh Langsung					
	KK	KP	NS	SM	MB
KP	.558	.000	.000	.000	.000
NS	.499	.000	.000	.000	.000
SM	.468	.000	.000	.000	.000
MB	.000	.408	.185	.170	.000
Pengaruh Tidak Langsung					
	KK	KP	NS	SM	MB
KP	.000	.000	.000	.000	.000
NS	.000	.000	.000	.000	.000
SM	.000	.000	.000	.000	.000
MB	.400	.000	.000	.000	.000
Pengaruh Total					
	KK	KP	NS	SM	MB
KP	.558	.000	.000	.000	.000
NS	.499	.000	.000	.000	.000
SM	.468	.000	.000	.000	.000

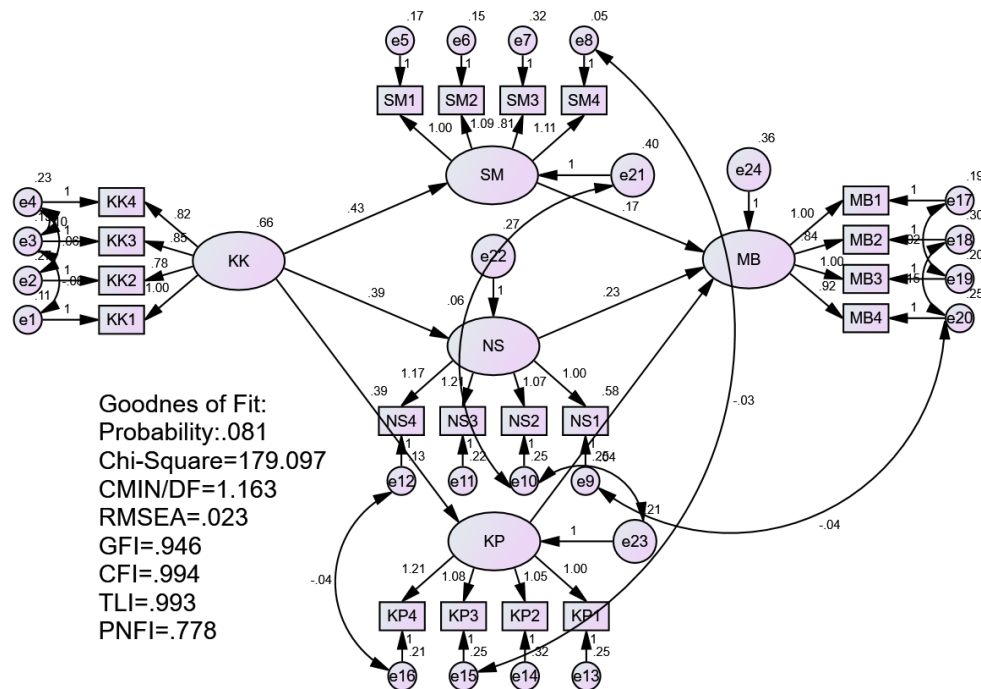
Pengaruh Langsung					
	KK	KP	NS	SM	MB
MB	.400	.408	.185	.170	.000

Sumber : Olah Data, 2022

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa pengaruh langsung terbesar dalam penelitian ini adalah pengaruh langsung KK terhadap KP yaitu 0,558. Adapun pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini terdapat satu arah pengaruh yaitu KK terhadap MB dengan nilai 0,400. Selanjutnya pengaruh total terbesar adalah pengaruh KK terhadap KP yaitu 0,558.

4.5.5 Uji Hipotesis

Analisis selanjutnya adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM) secara full model untuk menguji hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini. Adapun hasil uji *regression weight* dalam penelitian ini adalah seperti pada gambar 4.4 dan Tabel 4.15



Gambar 4. 4 Model Final Setelah Modifikasi

Tabel 4.15 Hasil Uji *Regression Weight*

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
Sikap terhadap Produk	<---	Kepedulian terhadap Kesehatan	.468	.060	7.800	0,000	Positif Signifikan
Norma Subjektif	<---	Kepedulian terhadap Kesehatan	.425	.054	7.819	0,000	Positif Signifikan
Kontrol Perilaku	<---	Kepedulian terhadap Kesehatan	.429	.051	8.375	0,000	Positif Signifikan
Minat Beli	<---	Sikap terhadap Produk	.167	.058	2.899	0,004	Positif Signifikan
Minat Beli	<---	Norma Subjektif	.213	.072	2.950	0,003	Positif Signifikan
Minat Beli	<---	Kontrol Perilaku	.520	.086	6.057	0,000	Positif Signifikan

Sumber : Olah Data, 2022

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat dengan cara melihat nilai *Critical Ratio* (CR) dan nilai *probability* (P) dari hasil pengolahan data. Arah hubungan antar variabel dapat dilihat dari nilai estimate, jika nilai estimate positif maka hubungan antara variabel positif (searah), sedangkan jika nilai estimate negative maka hubungannya negative (berlawanan arah). Selanjutnya, apabila hasil uji menunjukkan nilai CR diatas 1,96 dan nilai probabilitas (P) dibawah 0,05/5% maka hubungan anatara variabel eksogen dan endogen signifikan. Secara rinci pengujian hipotesis penelitian akan dibahas secara bertahap sesuai hipotesis yang telah diajukan. Pada penelitian ini diajukan 6 hipotesis yang selanjutnya pembahasannya akan dijabarkan sebagai berikut :

- 1.) Kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap terhadap Produk

Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai estimate yang positif yaitu 0,468, nilai CR sebesar $7,800 > 1,96$ dan nilai sig. sebesar 0,000 dibawah 0,05. Sehingga Hipotesis 1 “Kepedulian terhadap Kesehatan akan berdampak positif pada sikap terhadap produk makanan sehat”, dalam penelitian ini didukung.

- 2.) Kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Norma Subjektif

Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai estimate yang positif yaitu 0,425, nilai CR sebesar $7,819 > 1,96$ dan nilai sig. sebesar 0,000 dibawah 0,05. Sehingga Hipotesis 2 “Kepedulian terhadap Kesehatan akan

berdampak positif pada norma subyektif produk makanan sehat”, dalam penelitian ini didukung.

3.) Kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Perilaku

Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai estimate yang positif yaitu 0,429, nilai CR sebesar $8,375 > 1,96$ dan nilai sig. sebesar 0,000 dibawah 0,05. Sehingga Hipotesis 3 “Kepedulian terhadap Kesehatan akan berdampak positif pada kontrol perilaku yang dirasakan pada produk makanan sehat”, dalam penelitian ini didukung.

4.) Sikap terhadap Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Makanan Sehat

Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai estimate yang positif yaitu 0,167, nilai CR sebesar $2,899 > 1,96$ dan nilai sig. sebesar 0,004 dibawah 0,05. Sehingga Hipotesis 4 “Sikap terhadap produk makanan sehat akan berdampak positif pada minat beli produk makanan sehat”, dalam penelitian ini didukung.

5.) Norma Subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Makanan Sehat

Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai estimate yang positif yaitu 0,213, nilai CR sebesar $2,950 > 1,96$ dan nilai sig. sebesar 0,003 dibawah 0,05. Sehingga Hipotesis 5 “Norma Subyektif akan berdampak positif pada minat beli produk makanan sehat” dalam penelitian ini didukung.

6.) Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Produk Makanan Sehat

Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai estimate yang positif yaitu 0,520, nilai CR sebesar $6,057 > 1,96$ dan nilai sig. sebesar 0,000 dibawah 0,05. Sehingga Hipotesis 6 “Kontrol perilaku yang dirasakan akan berdampak positif pada minat beli produk makanan sehat”, dalam penelitian ini didukung.

4.6 Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepedulian terhadap kesehatan terhadap minat beli produk makanan sehat dengan sikap terhadap produk, norma subjektif dan control perilaku sebagai variabel mediasi. Setelah dilakukan uji hipotesis maka dapat ditarik pembahasan sebagai berikut :

1.) Pengaruh Kepedulian terhadap Kesehatan terhadap Sikap terhadap Produk

Hasil analisis menunjukkan variabel Kepedulian terhadap Kesehatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Sikap terhadap Produk. Konsumen yang memiliki kepedulian pada kesehatan dirinya, akan memiliki kecenderungan mengkonsumsi makanan yang menyehatkan dan bersikap positif pada makanan sehat. Dengan demikian faktor kesadaran terhadap kesehatan menjadi pokok yang paling relevan untuk menjelaskan sikap konsumen terhadap makanan organik. Hal ini sama dengan penelitian terdahulu oleh Kumar (2021) yang menunjukkan bahwa kepedulian konsumen pada kesehatan akan dapat mendorong sikapnya terhadap produk makanan sehat secara positif.

2.) Pengaruh Kepedulian terhadap Kesehatan terhadap Norma Subjektif Produk Makanan Sehat

Hasil analisis menunjukkan variabel Kepedulian terhadap Kesehatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Norma Subjektif Produk Makanan Sehat. Konsumen yang memiliki kepedulian tinggi pada kesehatan dirinya, akan menjadikan pandangan mereka pada makanan sehat semakin positif. Konsumen akan menganggap makanan sehat akan berdampak baik pada kesehatan mereka, dibandingkan dengan makanan yang tidak sehat. Kepedulian tinggi dari konsumen pada kesehatan akan meningkatkan kesadaran mereka untuk menjaga kesehatan tubuhnya dan memiliki pandangan positif pada makanan yang sehat. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Kumar (2021) yang menunjukkan bahwa kepedulian konsumen pada kesehatan memiliki pengaruh signifikan terhadap norma subjektif konsumen pada produk makanan sehat.

3.) Pengaruh Kepedulian terhadap Kesehatan terhadap Kontrol Perilaku yang Dirasakan pada Produk Makanan Sehat

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel Kepedulian terhadap Kesehatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kontrol Perilaku yang dirasakan konsumen pada Produk Makanan Sehat. Konsumen yang memiliki kepedulian tinggi pada kesehatan dirinya, akan mendorong mereka dalam berperilaku positif terhadap produk makanan sehat. Ketika konsumen memiliki kepedulian tinggi pada

kesehatan, mereka akan cenderung mencari tahu makanan apa yang baik bagi kesehatan mereka. Dengan demikian kepedulian terhadap kesehatan akan menjadikan konsumen dapat berperilaku positif pada produk makanan sehat. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Kumar (2021) yang menunjukkan bahwa kepedulian yang baik pada kesehatan memiliki pengaruh signifikan terhadap control perilaku konsumen pada produk makanan sehat.

4.) Pengaruh Sikap terhadap Produk Makanan Sehat terhadap Minat Beli Produk Makanan Sehat

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen pada Produk Makanan Sehat. Konsumen yang memiliki sikap positif terhadap makanan sehat, akan kecenderungan untuk membeli produk makanan sehat untuk dikonsumsinya. Sikap konsumen yang baik pada makanan sehat, timbul dari manfaat yang nantinya akan diperoleh dari mengkonsumsi makanan sehat. Semakin baik sikap konsumen dalam menerima makanan sehat, akan mampu mendorong minatnya untuk membeli produk makanan sehat yang semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Kumar (2021) yang menunjukkan bahwa sikap konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk makanan sehat.

5.) Pengaruh Norma Subjektif terhadap Minat Beli Produk Makanan Sehat

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen pada produk makanan sehat. Konsumen yang memiliki pandangan baik terhadap manfaat yang dapat diperoleh dari makanan sehat, akan mendorong minat beli pada produk makanan sehat. Norma subjektif konsumen berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh pengetahuan dan persepsi yang mereka yakini terhadap produk makanan sehat. Semakin tinggi norma subjektif yang dimiliki konsumen pada makanan sehat, akan menjadikan mereka memiliki harapan-harapan yang mungkin dapat diperoleh dari mengonsumsi makanan sehat. Dengan demikian akan mendorong minat konsumen untuk membeli produk makanan sehat. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Kumar (2021) yang menunjukkan bahwa norma subjektif konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk makanan sehat.

6.) Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Minat Beli Produk Makanan Sehat

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel control perilaku konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli pada produk makanan sehat. Kontrol perilaku positif pada makanan sehat yang dimiliki konsumen, akan mendorong minat beli pada produk makanan sehat. Kontrol perilaku konsumen timbul berdasarkan rangsangan dari luar yang mempengaruhi Tindakan yang akan dilakukan. Kontrol perilaku yang dirasakan akan berpengaruh secara langsung pada konsumennya dengan mempertimbangkan berbagai aspek termasuk

kesehatan akan secara langsung dapat mempengaruhi minat beli peroduk makanan sehat. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Kumar (2021) yang menunjukkan bahwa norma subjektif konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk makanan sehat.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian tentang pengaruh kepedulian terhadap kesehatan terhadap minat beli produk makanan sehat melalui sikap terhadap produk makanan sehat, norma subjektif dan control perilaku yang dirasakan pada konsumen makanan sehat di Yogyakarta telah dianalisis dan dipaparkan pembahasan, maka dari itu penulis menarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dan analisis data, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap terhadap Produk Makanan Sehat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepedulian konsumen pada kesehatan, maka akan semakin meningkatkan sikap positif mereka terhadap produk makanan sehat. Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Produk Makanan Sehat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kontrol perilaku yang dimiliki konsumen pada makanan sehat maka akan meningkatkan minat beli pada produk makanan sehat.
2. Kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Norma Subjektif terhadap Produk Makanan Sehat. Hal ini menunjukkan bahwa

semakin baik kepedulian konsumen pada kesehatan, maka akan semakin meningkatkan norma subyektif produk makanan sehat. Kepedulian terhadap Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Perilaku yang Dirasakan pada Produk Makanan Sehat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepedulian konsumen pada kesehatan, maka akan menjadikan perilaku konsumen yang positif pada produk makanan sehat.

3. Sikap terhadap produk makanan sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Produk Makanan Sehat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap yang dimiliki konsumen pada makanan sehat akan mendorong konsumen untuk membeli produk makanan sehat. Norma subjektif konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Produk Makanan Sehat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pandangan konsumen pada produk makanan sehat akan meningkatkan minat beli pada produk makanan sehat.

5.2 Manfaat dan Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada analisis dan pembahasan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi atau masukan yang dapat dipertimbangkan bagi penyedia produk makanan sehat sebagai sasaran pemasaran produknya. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kondisi kesehatan tubuh menjadikan mereka terdorong untuk mengkonsumsi makanan sehat. Dengan mengetahui kondisi dan kebutuhan konsumen diharapkan akan menjadi informasi yang berguna bagi penyedia makanan sehat dalam memasarkan produk makanan sehatnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Setelah dilakukan analisis dan dipaparkan pembahasan pada bab sebelumnya maka penulis mengusulkan beberapa saran:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden penelitian sangat didominasi responden dengan usia muda (18-24 tahun), dengan demikian kurang dapat menggambarkan kondisi pada responden dengan usia yang lebih tua. Diharapkan bagi penelitian mendatang dapat melakukan penelitian dengan lebih memperhatikan dan mempertimbangkan keragaman usia responden yang lebih bervariasi. Sehingga diharapkan dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada responden pengguna aktif sosial media di yang sebagian besar tinggal di Yogyakarta, penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas penelitian dengan ruang lingkup wilayah yang lebih luas, dengan demikian dapat menghasilkan penelitian yang dapat menggambarkan responden di berbagai wilayah. Selain itu diharapkan penelitian dimasa mendatang dapat mengembangkan model penelitian saat ini dengan penambahan variabel atau menggunakan model saat ini tetapi pada konsep yang berbeda. Serta dengan menambah dukungan data penelitian berupa wawancara langsung pada responden untuk mendukung hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Annunziata, A., & Pascale, P. (2009). Consumers' behaviours and attitudes toward healthy food products: The case of Organic and Functional foods.
- Arimbawa, I. G. S., & Ekawati, N. W. (2017). Pengaruh penerapan green marketing terhadap citra merek dan keputusan pembelian produk. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(5), 255360.
- Dabija, D. C., & Pop, C. M. (2013). green marketing-factor of competitiveness in retailing. *Environmental Engineering & Management Journal (EEMJ)*, 12(2).
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., ... & Gebang, A. A. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Media Sains Indonesia.
- Fatimah, D. N. (2017). Pengaruh Persepsi Harga, Gaya Hidup, Persepsi Ketersediaan Pada Perilaku Pembelian Makanan Organik Dalam Model Modifikasi Theory Of Planned Behavior.
- Herdiana, B., Wulandari, D., & Puspitasari, N. Makna Green Marketing dan Implementasinya di KFC Jember.
- Hidayat, A., Asma'i Ishak, G. G. Z., & Ekasasi, S. R. (2020). Predictor of Switching Intention on Healthy Food Business: Theory of Planned Behavioral Approach.
- Hidayat, A., Wijaya, T., Ishak, A., Rejeki Ekasasi, S., & Zalzal, G. G. (2021). Model of the consumer switching behavior related to healthy food products. *Sustainability*, 13(6), 3555.
- Indriani, I. A. D., Rahayu, M., & Hadiwidjojo, D. (2019). The influence of environmental knowledge on green purchase intention the role of attitude as mediating variable. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(2), 627-635.
- Kutresnaningdian, F., & Albari, A. (2012). Peran kesadaran kesehatan dan perhatian pada keamanan makanan terhadap sikap dan minat konsumen dalam membeli makanan organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 44-58.
- Michaelidou, N. and LM. Hassan. 2008. The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions towards Organic Food. *International Journal of Consumer Studies*. 32: 163–17
- Michaelidou, N. and Lm. Hassan. 2010. Modeling the Factors Affecting Rural Consumers' Purchase of Organic and Free-range Produce: A Case Study of Consumers' from the Island of Arran in Scotland, UK. *Food Policy*. 35 (2): 130–139

- Nguyen, H. V., Nguyen, N., Nguyen, B. K., Lobo, A., & Vu, P. A. (2019). Organic food purchases in an emerging market: The influence of consumers' personal factors and green marketing practices of food stores. *International journal of environmental research and public health*, 16(6), 1037.
- Paul, J., & Rana, J. (2012). Consumer behavior and purchase intention for organic food. *Journal of consumer Marketing*.
- Pratomo, S. (2015). Pengaruh Strategi Penyuluhan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepedulian Kesehatan Lingkungan. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 1(2).
- Requero, B., Cancela, A., Santos, D., Díaz, D., & Briñol Turnes, P. (2015). Feelings of ease and attitudes toward healthy foods. *Psicothema*.
- Reynaldi, A. (2018). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Produk Air Conditioners (AC) Panasonic Inverter Econavi).
- Risyamuka, I. K., & Mandala, K. (2015). Pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian produk hijau di restoran Sari Organik Ubud. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 524-543.
- Sakdiyah, L., Effendi, R., & Kustono, A. S. (2019). Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 120-126.
- Sigurdsson, V., Larsen, N. M., & Gunnarsson, D. (2014). Healthy food products at the point of purchase: An in-store experimental analysis. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 47(1), 151-154.
- Siringoringo, H. (2004). Peran bauran pemasaran terhadap perilaku Pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(03).
- Suki, N. M., Suki, N. M., & Azman, N. S. (2016). Impacts of corporate social responsibility on the links between green marketing awareness and consumer purchase intentions. *Procedia Economics and Finance*, 37, 262-268.
- Syahputri, A. A. (2018). Building Customer Equity Through Trust in Social Networking Sites Particularly in Social Media "a Perspective from Indonesian Customer".
- Uddin, S. F., & Khan, M. N. (2018). Young consumer's green purchasing behavior: Opportunities for green marketing. *Journal of Global Marketing*, 31(4), 270-281.
- Wijaya, H., Mustikawati, E., Utama, L., & Ruslim, T. S. (2021). faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli makanan organik. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(2), 146-161.

- Woolverton, A., & Dimitri, C. (2010). Green marketing: Are environmental and social objectives compatible with profit maximization?. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(2), 90-98.
- Yuriani, Y. (2012). Pengembangan usaha fish and vegetable gordon blue sebagai alternatif menu makanan sehat. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 7(1).
- Zahra, F. (2009). Pengaruh Kualitas Informasi, Kemampuan Individual dan Norma Subyektif Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Internet Sebagai Sumber Pustaka. *Simposium Nasional Akuntansi*, 12.





Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum wr wb

Perkenalkan saya Ninda Ariyanti Setia Ningrum mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir, maka saat ini saya sedang melakukan penelitian berjudul " Pengaruh kepedulian kesehatan dengan sikap serta kontrol perilaku terhadap minat beli konsumen pada produk makanan sehat ".Sehubungan dengan penelitian tersebut, saya meminta ketersediaan saudara/i untuk meluangkan waktunya mengisi kuisisioner berikut ini sesuai dengan persepsi individual. Informasi yang akan saudara/i cantumkan akan bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk keperluan akademis saja.

atas perhatian dan waktunya saya ucapkan banyak terimakasih

wassalamuaalaikum wr wb.

Hormat Saya

Ninda Ariyanti Setia Ningrum

Bagian A

1. Nama
2. Jenis Kelamin
 - Laki – laki
 - Perempuan
3. Usia
 - >20 Tahun
 - 21-30 Tahun
 - < 30 Tahun

BAGIAN B

Berilah penilaian saudara/i terhadap beberapa pertanyaan di bawah ini. Baca dan Pahamiilah setiap pertanyaan kemudian beri tanda ceklis jika saudara/i merasa sesuai dengan persepsi pribadi :

Kriteria Penilaian :

sangat tidak setuju	1
tidak setuju	2
Netral	3
setuju	4
sangat setuju	5

A. Kepedulian Terhadap Kesehatan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memiliki kesan bahwa saya harus berkorban untuk kesehatan saya					
2	Saya menganggap diri saya sangat sadar akan Kesehatan					
3	Saya pikir penting untuk mengetahui dengan baik makanan yang sehat					
4	Saya siap berkorban banyak untuk membeli produk yang sehat					

B. Sikap Terhadap Perilaku Beli Makanan Sehat

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Penting bagi saya bahwa produk yang saya gunakan adalah produk sehat.					
2	Saya mempertimbangkan potensi dampak kesehatan dari tindakan saya ketika membuat banyak keputusan konsumsi saya					
3	Saya akan menggambarkan diri saya sebagai orang yang bertanggung jawab terhadap Kesehatan saya .					
4	Saya bersedia direpotkan untuk mengambil tindakan yang berhubungan dengan mengonsumsi makanan sehat					

C. Norma Subyektif

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Sebagian teman saya berpikir saya harus menggunakan produk makanan sehat					
2	Sebagian teman saya berpikir saya harus menjalankan pola hidup sehat.					
3	Sebagian teman saya berpikir saya harus menggunakan produk makanan sehat.					
4	Sebagian teman dan keluarga saya berpikir saya harus bisa memilah pola hidup sehat					

D. Kontrol Perilaku yang dirasakan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	saya memiliki kendali penuh atas jumlah produk makanan sehat yang akan saya gunakan					
2	Saya melihat diri saya mampu membeli produk makanan sehat di masa depan					
3	Saya memiliki sumber daya untuk membeli produk makanan sehat					
4	Saya punya waktu untuk mencari dan membeli produk makanan sehat					

E. Minat Beli Makanan Sehat

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering membeli produk organik.					
2	Saya sering membeli produk yang berlabel makanan sehat					

3	Saya sering membeli produk yang tidak mengandung bahan kimia atau lebih sedikit					
4	Ketika saya mempertimbangkan untuk membeli suatu produk, saya akan mencari stempel organik atau stempel organik yang aman bagi Kesehatan.					

LAMPIRAN 2

Data Uji Instrumen



KK1	KK2	KK3	KK4	SM1	SM2	SM3	SM4	NS1	NS2	NS3	NS4	KP1	KP2	KP3	KP4	MB1	MB2	MB3	MB4
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	3	5	5	4	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	1	2	2	1
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	2	3	2	2
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	5	4	5	4
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	5
3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3
4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	5	4	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5
4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	2	3	3	5	4	5	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4

Lampiran 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

UJI VALID & RELIABILITAS KEPEDULIAN TERHADAP KESEHATAN

		Correlations				
		KK1	KK2	KK3	KK4	KK
KK1	Pearson Correlation	1	.326*	.340*	.464**	.698**
	Sig. (2-tailed)		.040	.032	.003	.000
	N	40	40	40	40	40
KK2	Pearson Correlation	.326*	1	.616**	.567**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.040		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
KK3	Pearson Correlation	.340*	.616**	1	.598**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.032	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
KK4	Pearson Correlation	.464**	.567**	.598**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
KK	Pearson Correlation	.698**	.795**	.801**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	4

UJI VALID & RELIABILITAS SIKAP MEMBELI MAKANAN SEHAT

		Correlations				
		SM1	SM2	SM3	SM4	SM
SM1	Pearson Correlation	1	.695**	.623**	.772**	.888**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
SM2	Pearson Correlation	.695**	1	.608**	.721**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
SM3	Pearson Correlation	.623**	.608**	1	.712**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
SM4	Pearson Correlation	.772**	.721**	.712**	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
SM	Pearson Correlation	.888**	.858**	.836**	.919**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	4

UJI VALID & RELIABILITAS NORMA SUBYEKTIF

		Correlations				
		NS1	NS2	NS3	NS4	NS
NS1	Pearson Correlation	1	.580**	.763**	.767**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
NS2	Pearson Correlation	.580**	1	.784**	.726**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40

	Pearson Correlation	.763**	.784**	1	.751**	.923**
NS3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.767**	.726**	.751**	1	.907**
NS4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.869**	.871**	.923**	.907**	1
NS	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	4

UJI VALID & RELIABILITAS KONTROL PERILAKU

Correlations

	KP1	KP2	KP3	KP4	KP	
	Pearson Correlation	1	.536**	.581**	.338*	.736**
KP1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.033	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.536**	1	.606**	.507**	.812**
KP2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.581**	.606**	1	.738**	.901**
KP3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.338*	.507**	.738**	1	.808**
KP4	Sig. (2-tailed)	.033	.001	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.736**	.812**	.901**	.808**	1
KP	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	4

UJI VALID & RELIABILITAS MINAT BELI MAKANAN SEHAT

Correlations

	MB1	MB 2	MB 3	MB 4	MB
Pearson Correlation	1	.695**	.623**	.772**	.888**
MB 1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.695**	1	.608**	.721**	.858**
MB 2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.623**	.608**	1	.712**	.836**
MB 3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
N	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.772**	.721**	.712**	1	.919**
MB 4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
N	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.888**	.858**	.836**	.919**	1
SM Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	4

Lampiran 4

Data Analisis



KK1	KK2	KK3	KK4	SM1	SM2	SM3	SM4	NS1	NS2	NS3	NS4	KP1	KP2	KP3	KP4	MB1	MB2	MB3	MB4
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	5	4	5	5	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	4	5
2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	4	5	4
3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	2	3	4	4	3	4	3	3	4
5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	2	3	2	2
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	5	4	5	4
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	5
3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3
4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	5	4	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5
4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	2	3	3	5	4	5	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5

4	4	5	4	4	2	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
5	5	4	5	3	2	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	4	3	2	3	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	3	5	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2
4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	5	5	4	5
3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3
4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5
4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3

4	4	5	4	4	2	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	
5	5	4	5	3	2	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5
5	4	4	4	3	2	3	2	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	3	5	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3
5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2
4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	5	5	4	5
3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5
4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	2	3	3	2	2	2	2	2
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	2	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	5	4	4	3	3	2	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5
3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3

5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	2	3	3	2	2	2	2
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3
5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2
3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	5	5	4	5
4	4	4	4	2	4	3	2	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	2	2	3	2	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4
4	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	4	5
3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
3	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	2	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4
3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	3
4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	5	5	3	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	5	4	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	4	5
5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	2
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4
5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2	2	2	2
4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	5
4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4		
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5		
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4		
5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	4	5	
4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	5	4	5	4	4
5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	2	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	2	3	3	5	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	1	2	1	1	1
5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5

Lampiran 5

Pengujian SEM

Variable	min	Max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
MB4	1.000	5.000	-.623	-4.405	.171	.603
MB3	1.000	5.000	-.585	-4.139	-.174	-.614
MB2	2.000	5.000	-.494	-3.490	-.423	-1.495
MB1	1.000	5.000	-.695	-4.913	.370	1.307
KP4	1.000	5.000	-.137	-.969	-.423	-1.494
KP3	1.000	5.000	-.377	-2.666	.283	1.000
KP2	1.000	5.000	.057	.400	-.446	-1.577
KP1	1.000	5.000	-.301	-2.127	.153	.543
NS4	1.000	5.000	-.162	-1.143	-.086	-.303
NS3	1.000	5.000	-.207	-1.461	-.408	-1.441
NS2	1.000	5.000	-.166	-1.176	-.486	-1.718
NS1	1.000	5.000	-.189	-1.338	-.209	-.738
SM4	2.000	5.000	-.156	-1.103	-.636	-2.249
SM3	2.000	5.000	-.258	-1.826	-.406	-1.435
SM2	1.000	5.000	-.138	-.975	-.667	-2.357
SM1	1.000	5.000	-.206	-1.459	-.398	-1.407
KK4	2.000	5.000	-.485	-3.427	-.323	-1.141
KK3	2.000	5.000	-.383	-2.710	-.496	-1.752
KK2	1.000	5.000	-.557	-3.937	-.031	-.110
KK1	1.000	5.000	-.612	-4.324	-.189	-.669
Multivariate					7.571	2.210

Lampiran 6

Evaluasi Outlier

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
89	40.596	.004	.717
156	40.543	.004	.366
242	39.969	.005	.194
151	39.718	.005	.082
84	39.514	.006	.031
95	39.338	.006	.011
11	39.307	.006	.003
295	39.248	.006	.001
82	38.442	.008	.001
294	35.990	.015	.019

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
80	35.532	.017	.018
66	34.245	.025	.069
297	32.352	.040	.413
275	32.256	.041	.337
154	32.216	.041	.254
224	32.122	.042	.198
166	32.067	.043	.144
25	31.699	.047	.166
136	31.334	.051	.196
225	31.264	.052	.151
97	31.114	.054	.132
42	30.988	.055	.111
164	30.983	.055	.074
147	30.111	.068	.235
29	29.732	.074	.305
83	29.679	.075	.255
227	29.610	.076	.215
47	29.560	.077	.174

Lampiran 7

Uji Validitas

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
SM <--- KK	.468
NS <--- KK	.499
KP <--- KK	.558
MB <--- SM	.170
MB <--- NS	.185
MB <--- KP	.408
KK1 <--- KK	.825
KK2 <--- KK	.803
KK3 <--- KK	.873
KK4 <--- KK	.920
SM1 <--- SM	.871
SM2 <--- SM	.897

	Estimate
SM3 <--- SM	.720
SM4 <--- SM	.965
NS1 <--- NS	.780
NS2 <--- NS	.800
NS3 <--- NS	.840
NS4 <--- NS	.892
KP1 <--- KP	.746
KP2 <--- KP	.721
KP3 <--- KP	.770
KP4 <--- KP	.827
MB1 <--- MB	.824
MB2 <--- MB	.850
MB3 <--- MB	.811
MB4 <--- MB	.887

Lampiran 8

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	Max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
MB4	1.000	5.000	-.623	-4.405	.171	.603
MB3	1.000	5.000	-.585	-4.139	-.174	-.614
MB2	2.000	5.000	-.494	-3.490	-.423	-1.495
MB1	1.000	5.000	-.695	-4.913	.370	1.307
KP4	1.000	5.000	-.137	-.969	-.423	-1.494
KP3	1.000	5.000	-.377	-2.666	.283	1.000
KP2	1.000	5.000	.057	.400	-.446	-1.577
KP1	1.000	5.000	-.301	-2.127	.153	.543
NS4	1.000	5.000	-.162	-1.143	-.086	-.303
NS3	1.000	5.000	-.207	-1.461	-.408	-1.441
NS2	1.000	5.000	-.166	-1.176	-.486	-1.718
NS1	1.000	5.000	-.189	-1.338	-.209	-.738
SM4	2.000	5.000	-.156	-1.103	-.636	-2.249
SM3	2.000	5.000	-.258	-1.826	-.406	-1.435
SM2	1.000	5.000	-.138	-.975	-.667	-2.357
SM1	1.000	5.000	-.206	-1.459	-.398	-1.407
KK4	2.000	5.000	-.485	-3.427	-.323	-1.141
KK3	2.000	5.000	-.383	-2.710	-.496	-1.752
KK2	1.000	5.000	-.557	-3.937	-.031	-.110
KK1	1.000	5.000	-.612	-4.324	-.189	-.669

Variable	min	Max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Multivariate					7.571	2.210

Lampiran 9

Degree Of Freedom

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments:	210
Number of distinct parameters to be estimated:	46
Degrees of freedom (210 - 46):	164

Lampiran 10

GOODNESS OF FIT

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	46	351.660	164	.000	2.144
Saturated model	210	.000	0		
Independence model	20	4528.679	190	.000	23.835

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.042	.896	.867	.700
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.262	.250	.171	.226

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.922	.910	.957	.950	.957
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.863	.796	.826
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.062	.053	.071	.015
Independence model	.276	.269	.283	.000

Lampiran 11

Modifikasi

GOODNESS OF FIT SETELAH MODIFIKASI

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	56	179.097	154	.081	1.163
Saturated model	210	.000	0		
Independence model	20	4528.679	190	.000	23.835

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.030	.946	.926	.694

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.262	.250	.171	.226

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.960	.951	.994	.993	.994
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.811	.778	.806
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.023	.000	.037	1.000
Independence model	.276	.269	.283	.000

Lampiran 12

UJI HIPOTESIS

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	KK	KP	NS	SM	MB
KP	.558	.000	.000	.000	.000
NS	.499	.000	.000	.000	.000
SM	.468	.000	.000	.000	.000
MB	.400	.408	.185	.170	.000
MB4	.355	.362	.164	.151	.887
MB3	.324	.331	.150	.138	.811
MB2	.340	.347	.157	.145	.850
MB1	.330	.337	.153	.140	.824
KP4	.462	.827	.000	.000	.000
KP3	.430	.770	.000	.000	.000

	KK	KP	NS	SM	MB
KP2	.403	.721	.000	.000	.000
KP1	.417	.746	.000	.000	.000
NS4	.445	.000	.892	.000	.000
NS3	.419	.000	.840	.000	.000
NS2	.399	.000	.800	.000	.000
NS1	.389	.000	.780	.000	.000
SM4	.452	.000	.000	.965	.000
SM3	.337	.000	.000	.720	.000
SM2	.420	.000	.000	.897	.000
SM1	.408	.000	.000	.871	.000
KK4	.920	.000	.000	.000	.000
KK3	.873	.000	.000	.000	.000
KK2	.803	.000	.000	.000	.000
KK1	.825	.000	.000	.000	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	KK	KP	NS	SM	MB
KP	.558	.000	.000	.000	.000
NS	.499	.000	.000	.000	.000
SM	.468	.000	.000	.000	.000
MB	.000	.408	.185	.170	.000
MB4	.000	.000	.000	.000	.887
MB3	.000	.000	.000	.000	.811
MB2	.000	.000	.000	.000	.850
MB1	.000	.000	.000	.000	.824
KP4	.000	.827	.000	.000	.000
KP3	.000	.770	.000	.000	.000
KP2	.000	.721	.000	.000	.000
KP1	.000	.746	.000	.000	.000
NS4	.000	.000	.892	.000	.000
NS3	.000	.000	.840	.000	.000
NS2	.000	.000	.800	.000	.000
NS1	.000	.000	.780	.000	.000
SM4	.000	.000	.000	.965	.000
SM3	.000	.000	.000	.720	.000
SM2	.000	.000	.000	.897	.000
SM1	.000	.000	.000	.871	.000
KK4	.920	.000	.000	.000	.000
KK3	.873	.000	.000	.000	.000
KK2	.803	.000	.000	.000	.000

	KK	KP	NS	SM	MB
KK1	.825	.000	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	KK	KP	NS	SM	MB
KP	.000	.000	.000	.000	.000
NS	.000	.000	.000	.000	.000
SM	.000	.000	.000	.000	.000
MB	.400	.000	.000	.000	.000
MB4	.355	.362	.164	.151	.000
MB3	.324	.331	.150	.138	.000
MB2	.340	.347	.157	.145	.000
MB1	.330	.337	.153	.140	.000
KP4	.462	.000	.000	.000	.000
KP3	.430	.000	.000	.000	.000
KP2	.403	.000	.000	.000	.000
KP1	.417	.000	.000	.000	.000
NS4	.445	.000	.000	.000	.000
NS3	.419	.000	.000	.000	.000
NS2	.399	.000	.000	.000	.000
NS1	.389	.000	.000	.000	.000
SM4	.452	.000	.000	.000	.000
SM3	.337	.000	.000	.000	.000
SM2	.420	.000	.000	.000	.000
SM1	.408	.000	.000	.000	.000
KK4	.000	.000	.000	.000	.000
KK3	.000	.000	.000	.000	.000
KK2	.000	.000	.000	.000	.000
KK1	.000	.000	.000	.000	.000