

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK PANGAN BERKELANJUTAN

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



FARIDAH RAHAYU AULIA

1211001014

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Faridah Rahayu Aulia

NIM : 1211001014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 7 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fafidah Rahayu Aulia

: 1211001014

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Produk Pangan Berkelanjutan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ananda Fortunisa, SE.,Msi

Penguji 1 : Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D

Penguji II : Ir. Gunardi Endro, Ph.D

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 25 Agustus 2025



The image shows three handwritten signatures in black ink. The top signature is the largest and most stylized. Below it are two smaller signatures, each enclosed in parentheses. The signatures are likely those of the members of the examination board mentioned in the text.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, Dzat Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis dapat melalui setiap proses, perjuangan, dan rintangan hingga akhirnya skripsi ini terselesaikan. Sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Produk Pangan Berekelanjutan” Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya sadar bahwa sangat sulit menyelesaikan mulai dari masa awal perkuliahan sampai dengan penyusunan Tugas Akhir ini tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu dan Ayah yang selalu memberikan kasih sayang, doa yang tiada putus, serta dukungan moral maupun material, yang menjadi sumber kekuatan penulis dalam menempuh pendidikan hingga tahap akhir ini.
2. Ibu Dr. Ananda Fortunisa, SE., M.Si selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan dedikasi telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan berharga dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku kepala prodi manajemen dan dosen penguji, atas kritik, saran, dan masukan yang sangat membangun demi kesempurnaan karya ini.
4. Bapak Ir. Gunardi Endro, Ph.D selaku dosen penguji, yang telah memberikan arahan, pandangan, dan masukan yang memperkaya isi penelitian ini.
5. Seluruh keluarga besar yang selalu memberi motivasi, dukungan, dan doa sehingga penulis dapat melewati segala rintangan selama proses penelitian ini.
6. Sahabat-sahabat terbaik penulis yaitu Ashwita Dayu Pramudita, Sekar Mayang Sari, Farsya Nadhifa, Widya Rezkyani Putri, dan Weni Lasboi, yang selalu memberi dukungan, semangat, serta kebersamaan yang tak ternilai selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

7. Seluruh member BTS yaitu Kim Namjoon (RM), Kim Seokjin (Jin), Min Yoongi (Suga), Jung Hoseok (J-Hope), Park Jimin, Kim Taehyung (V), dan Jeon Jungkook, yang melalui karya dan semangatnya telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah.
8. Seluruh member TXT yaitu Choi Soobin, Choi Yeonjun, Choi Beomgyu, Kang Taehyun, dan Huening Kai, yang selalu memberikan energi positif dan inspirasi melalui karya-karya mereka.
9. Seluruh member SEVENTEEN yang menginspirasi penulis terutama Kim Mingyu dan Wen Junhui (Jun), yang melalui dedikasi dan kerja kerasnya memotivasi penulis untuk terus berkembang.
10. Seluruh member Enhypen terutama Park Jay, yang memberi semangat dan inspirasi lewat karya dan perjuangan mereka.
11. Seluruh member grup Cortis terutama Keonho dan Seonghyeon, walaupun baru debut, mereka telah menjadi bagian dari sumber motivasi penulis.
12. Seluruh idol di bawah naungan HYBE Labels yang melalui kerja keras, dedikasi, dan ketulusan dalam berkarya telah memberikan inspirasi luar biasa bagi penulis.
13. Aktor-aktor favorit penulis Ji Chang-wook, Park Hyung-sik, dan Gong Yoo, yang melalui peran-perannya telah memberi pelajaran hidup dan motivasi tersendiri bagi penulis.
14. **ChatGPT** yang telah membantu memberikan masukan, ide, dan referensi selama proses penulisan, sehingga mempermudah penulis dalam menyusun skripsi ini secara lebih terstruktur dan jelas.
15. **Kepada seseorang yang tidak bisa di sebut namanya dan tidak akan menjadi takdir bersama penulis, semoga bahagia dan di kelilingin oleh orang yang mencintaimu.**

Jakarta, Juli 2025



Faridah Rahayu Aulia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah

Ini:

Nama : Faridah Rahayu Aulia

NIM : 1211001014

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi (S1)

Hasil Penelitian Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non -exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Produk Pangan Berkelanjutan Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk penetingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : Kamis, 7 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Faridah Rahayu Aulia

ABSTRAK

Isu keberlanjutan dalam industri pangan telah menjadi perhatian global, mengingat dampak signifikan dari sistem pangan terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi yang bertanggung jawab, muncul kebutuhan untuk memahami apa saja yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk pangan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kuantitatif faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk pangan berkelanjutan di Indonesia, khususnya pada konsumen individu yang mengonsumsi produk dari merek Cimory. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan 160 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis Google Form dan dianalisis dengan menggunakan metode Confirmatory Factor Analysis (CFA) dan Structural Equation Modeling (SEM) melalui perangkat lunak AMOS. Lima faktor utama yang diuji dalam penelitian ini meliputi faktor ekonomi, faktor sosial, faktor psikologi, faktor produksi, dan faktor pengetahuan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kelima faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen, dengan faktor psikologis menjadi faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk pangan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperluas literatur terkait perilaku konsumen dan keberlanjutan, serta memberikan implikasi praktis bagi perusahaan dan pemerintah dalam merancang strategi pemasaran dan kebijakan yang dapat meningkatkan adopsi produk berkelanjutan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa promosi keberlanjutan perlu menyentuh aspek emosional dan persepsi individu, bukan hanya rasionalitas ekonomi semata.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Produk Pangan Berkelanjutan, Faktor Psikologis, CFA, SEM, Cimory.

ABSTRACT

Sustainability issues in the food industry have become a global concern, given the significant impact of food systems on the environment, society, and economy. As public awareness of the importance of responsible consumption continues to grow, there is an increasing need to understand the factors that influence consumer preferences for sustainable food products. This study aims to quantitatively analyze the factors that affect consumer preferences for sustainable food products in Indonesia, focusing specifically on individual consumers who purchase products from the Cimory brand. This research adopts a quantitative approach using a survey method, involving a 160 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a Google Form-based questionnaire and analyzed using Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Structural Equation Modeling (SEM) through the AMOS software. The five main factors examined in this study include economic factors, social factors, psychological factors, production factors, and knowledge factors. The results indicate that all five factors significantly influence consumer preferences, with psychological factors emerging as the most dominant in shaping consumer decisions toward sustainable food products. This study contributes meaningfully to the academic literature on consumer behavior and sustainability, and offers practical implications for companies and policymakers in designing marketing strategies and policies that promote the adoption of sustainable products. The findings also highlight that sustainability promotion should appeal to emotional and perceptual aspects of consumers, not merely economic rationality.

Keywords: Consumer Preferences, Sustainable Food Products, Psychological Factors, CFA, SEM, Cimory.

DAFTAR ISI

<u>ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN</u>	
<u>TERHADAP PRODUK PANGAN BERKELANJUTAN</u>	i
<u>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</u>	ii
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	iii
<u>UCAPAN TERIMA KASIH</u>	iv
<u>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</u>	vi
<u>ABSTRAK</u>	vii
<u>ABSTRACT</u>	viii
<u>DAFTAR ISI</u>	ix
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xii
<u>DAFTAR TABEL</u>	xiii
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xiv
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
<u>1.1 Latar Belakang Masalah</u>	1
<u>1.2 Identifikasi Masalah</u>	10
<u>1.3 Batasan Masalah</u>	11
<u>1.4 Rumusan Masalah</u>	11
<u>1.5 Tujuan Penelitian</u>	11
<u>1.6 Manfaat Penelitian</u>	12
<u>1.6.1 Manfaat Teoritis</u>	12
<u>1.6.2 Manfaat Praktis</u>	12
<u>BAB II KAJIAN LITERATUR & HIPOTESIS</u>	13
<u>2.1 Preferensi Konsumen</u>	13
<u>2.2 Produk Pangan Berkelanjutan</u>	14
<u>2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Produk Berkelanjutan</u>	15
<u>2.3.1 Faktor Ekonomi</u>	15
<u>2.3.2 Faktor Sosial</u>	16
<u>2.3.3 Faktor Psikologi</u>	17
<u>2.3.4 Faktor Produksi</u>	19
<u>2.3.5 Faktor Pengetahuan</u>	20
<u>2.4 Hubungan Antar Variabel</u>	21
<u>2.4.1 Hubungan Faktor Ekonomi Terhadap Preferensi Konsumen</u>	21
<u>2.4.2 Hubungan Faktor Sosial Terhadap Preferensi Konsumen</u>	22
<u>2.4.3 Hubungan Faktor Psikologi Terhadap Preferensi Konsumen</u>	23

2.4.4	<u>Hubungan Faktor Produksi Terhadap Preferensi Konsumen</u>	23
2.4.5	<u>Hubungan Faktor Pengetahuan Terhadap Preferensi konsumen</u>	24
2.5	<u>Matriks Penelitian Tedahulu</u>	24
2.6	<u>Kerangka Berfikir</u>	27
2.7	<u>Hipotesis Penelitian</u>	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	<u>Objek Penelitian</u>	29
3.2	<u>Populasi dan Sampel Penelitian</u>	29
3.2.1	<u>Populasi</u>	29
3.2.2	<u>Sampel</u>	29
3.3	<u>Metode Penelitian</u>	30
3.4	<u>Teknik Pengambilan Sampel</u>	30
3.5	<u>Tabel OVP (Operasional Variabel Penelitian)</u>	31
3.6	<u>Metode Analisis Data</u>	35
3.6.1	<u>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</u>	35
3.6.2	<u>Kriteria Goodness of Fit</u>	36
3.6.3	<u>Perhitungan rumusan Total Effect</u>	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	<u>Analisis Deskriptif Karakteristik Responden</u>	40
4.2	<u>Analisis Cross-Tabulation</u>	42
4.3	<u>Analisis Deskriptif Variabel Penelitian</u>	46
4.4	<u>Analisis Inferensial Dengan Struktural Equation Modeling</u>	49
4.4.1	<u>Hasil Uji Model Pengukuran</u>	49
1.	<u>Pengujian Validitas Model Pengukuran (CFA)</u>	49
2.	<u>Pengujian Reliabilitas Model Pengukuran (CFA)</u>	51
4.4.2	<u>Hasil Uji full Model Struktural Lengkap (SEM)</u>	52
4.5	<u>Total Effect Model SEM</u>	53
4.5.1	<u>Evaluasi model SEM</u>	55
1.	<u>Discrimant validity</u>	55
2.	<u>Multivariate Normality</u>	57
3.	<u>Goodness of fit (GOF) Struktural Equation Model</u>	58
4.6	<u>Pengujian Hipotesis</u>	60
4.6.1	<u>Faktor Ekonomi (X1) terhadap Preferensi Konsumen (Y)</u>	61
4.6.2	<u>Faktor Sosial (X2) terhadap Preferensi Konsumen (Y)</u>	61
4.6.3	<u>Faktor Psikologi (X3) terhadap Preferensi Konsumen (Y)</u>	61
4.6.4	<u>Faktor Produksi (X4) terhadap Preferensi Konsumen (Y)</u>	61

<u>4.6.5</u>	<u>Faktor Pengetahuan (X5) terhadap Preferensi Konsumen (Y)</u>	61
<u>4.7</u>	<u>Pembahasan Menyeluruh</u>	62
<u>4.8</u>	<u>Implikasi Manajerial</u>	63
<u>BAB V</u>	<u>KESIMPULAN DAN SARAN</u>	65
<u>5.1</u>	<u>Kesimpulan</u>	65
<u>5.2</u>	<u>Saran</u>	66
<u>5.2.1</u>	<u>Saran bagi Perusahaan</u>	66
<u>5.2.2</u>	<u>Saran bagi Penelitian Selanjutnya</u>	66
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>		67
<u>LAMPIRAN</u>		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pilar Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.....	15
Gambar 1.2 Pilar Keberlanjutan Cimory	15
Gambar 1.3 Pilar Keberlanjutan Cimory	16
Gambar 1.4 Pilar keberlanjutan Cimory	16
Gambar 1.5 Pilar keberlanjutan Cimory	17
Gambar 1.7 Contoh Label Organik.....	20
Gambar 1.8 : Contoh Label perdagangan yang adil	20
Gambar 2.1 Kerangka Befikir.....	38
Gambar 4.1 CFA Endogen.....	55
Gambar 4.2 CFA Eksogen	55
Gambar 4.3 Standardized Solutiton Model SEM	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	31
Tabel 3. 2 Tabel skala pengukuran	35
Tabel 3. 3 Indeks Pengujian Kelayakan Model	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4. 2 <i>Cross-Tabulation</i> Faktor-Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen.....	42
Tabel 4. 3 Tabel <i>Cross-Tabulation</i> Faktor Ekonomi	43
Tabel 4. 4 <i>Cross-Tabulation</i> Faktor Sosial	44
Tabel 4. 5 <i>Cross-Tabulation</i> Faktor Psikologi.....	44
Tabel 4. 6 <i>Cross-Tabulation</i> Faktor Produksi	45
Tabel 4. 7 <i>Cross-Tabulation</i> Faktor Pengetahuan	46
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Penelitian	47
Tabel 4. 9 Standardized Loading Factor Variabel Variabel Eksogenus	50
Tabel 4. 10 <i>Construct Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	52
Tabel 4. 11 <i>Total Effect</i>	55
Tabel 4. 12 Discriminant validity	57
Tabel 4. 13 Assessment of normality (Group number 1).....	58
Tabel 4. 14 Uji Kecocokan Model full Model SEM.....	60
Tabel 4. 15 Koefisien Jalur dan C.R. (t-value)	61
Tabel 4. 16 Standardized Regression Weights	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	75
Lampiran 2 Uji Validitas	83
Lampiran 3 Uji Reliabilitas.....	85
Lampiran 4 Hasil Goodness of fit.....	86
Lampiran 5 Uji Hipotesis.....	87