

ANALISIS VARIABEL YANG MEMENGARUHI SIKAP KONSUMEN MAHASISWA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *READY TO DRINK* YOGHURT PRODUKSI LOKAL SLEMAN

INTISARI

Oleh:

MUHAMMAD NAUFAL ARIFIANTO

19/446840/TP/12643

Produk pangan lokal merupakan sistem pangan di mana pangan diproduksi dan dijual dalam wilayah geografis tertentu. Salah satu alasan konsumen dalam membeli produk pangan lokal adalah manfaat kesehatan. Yoghurt merupakan produk pangan sehat yang dihasilkan dari fermentasi susu. Adanya pandemi juga menyebabkan peningkatan konsumsi yoghurt sebesar 28% dari total konsumsi produk susu. Namun, pelaku usaha RTD yoghurt mengeluhkan penjualan yang fluktuatif dan terdapat juga yang mengalami penurunan penjualan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui variabel-variabel yang signifikan memengaruhi keputusan pembelian dan menentukan saran berdasarkan perilaku konsumen kepada pelaku usaha RTD yoghurt produksi lokal. Metode pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Responden yang digunakan yaitu mahasiswa, sesuai sasaran dari pelaku usaha. Analisis dilakukan menggunakan model SEM-PLS untuk mengetahui secara spesifik hubungan variabel yang diuji. Pada penelitian ini diperoleh 130 responden konsumen mahasiswa yang pernah membeli RTD yoghurt produksi lokal Sleman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian adalah variabel kesadaran kesehatan, variabel kepedulian ekonomi lokal, variabel kepedulian lingkungan, variabel norma subjektif, variabel sikap terhadap perilaku, variabel persepsi kontrol, dan variabel niat pembelian. Variabel kesadaran kesehatan (4 indikator) merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel sikap terhadap perilaku sebesar 0,137 (pengaruh lemah). Variabel persepsi kontrol (3 indikator) memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel niat pembelian sebesar 0,159 (pengaruh *medium*). Variabel niat pembelian (3 indikator) memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian sebesar 0,841 (pengaruh besar).

Kata kunci: keputusan pembelian, *partial least square-structural equation modelling*, produk lokal, RTD yoghurt, sikap konsumen.

**ANALYSIS OF VARIABLES AFFECTING ATTITUDE OF COLLEGE STUDENT
CONSUMERS TOWARDS PURCHASE DECISION READY TO DRINK YOGHURT
LOCAL SLEMAN PRODUCTION**

ABSTRACT

By:

MUHAMMAD NAUFAL ARIFANTO

19/446840/TP/12643

Local food products are a food system that produced and sold within a certain geographic area. One of the reasons consumers buy local food products is the health benefits. Yogurt is a healthy food product produced from fermented milk. The pandemic has also caused an increase in yoghurt consumption by 28% of the total consumption of dairy products. However, RTD yogurt business owners complained about fluctuating sales and some experienced a decline in sales. The aim of this research is to determine the variables that significantly influence purchasing decisions and determine recommendations based on consumer behavior to local RTD yogurt business actors. The sampling method is non-probability sampling with purposive sampling technique. The respondents used were college students, according to the targets of business owner. Analysis is using the SEM-PLS model to determine the specific relationship of variables. In this research, 130 student consumer respondents were obtained who had purchased RTD yogurt produced locally in Sleman. The results show that the variables that have a significant influence on purchasing decisions are the health awareness variable, the local economic awareness variable, the environmental awareness variable, the subjective norm variable, the attitude towards behavior variable, the perception of control variable, and the purchase intention variable. The health awareness variable (4 indicators) is the variable that has the greatest influence on the attitude towards behavior variable of 0.137 (weak influence). The perceived control variable (3 indicators) has the greatest influence on the purchase intention variable of 0.159 (medium influence). The purchase intention variable (3 indicators) has the greatest influence on purchasing decisions of 0.841 (high influence).

Keywords: consumer attitude, local product, partial least square-structural equation modeling, purchase decision, RTD yogurt.