

PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU  
KONSUMEN TERHADAP NIAT DAN PERILAKU BELI PRODUK PANGAN  
PETERNAKAN BERSERTIFIKAT NOMOR KONTROL VETERINER

**INTISARI**

Candra Pungki Wibowo  
22/508773/PPT/01237

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat serta perilaku konsumen dalam membeli produk pangan peternakan bersertifikat Nomor Kontrol Veteriner (NKV). Model teoritis yang digunakan adalah *Theory of Planned Behavior (TPB)*, dimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan adalah variabel kunci dalam mempengaruhi niat yang diteruskan kepada perilaku aktual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner online. Total responden dalam penelitian ini berjumlah 300 orang dipilih menggunakan purposive sampling dengan kriteria usia minimal 18 tahun dan telah membeli produk peternakan dalam satu bulan terakhir. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap produk bersertifikat NKV, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat membeli produk bersertifikat NKV. Selain itu, niat membeli terbukti menjadi prediktor utama perilaku aktual dalam membeli produk bersertifikat NKV, sedangkan kontrol perilaku yang dirasakan juga menunjukkan pengaruh langsung terhadap perilaku pembelian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan memainkan peran penting dalam membentuk niat dan perilaku pembelian produk bersertifikat NKV. Temuan ini memberikan implikasi bagi pemerintah dan pelaku usaha untuk meningkatkan edukasi konsumen dan aksesibilitas produk bersertifikat guna memperkuat keamanan pangan serta kepercayaan konsumen.

**Kata Kunci:** Produk bersertifikat NKV, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Perilaku membeli

THE INFLUENCE OF ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS AND CONSUMER  
BEHAVIORAL CONTROL ON THE INTENTION AND BEHAVIOR OF BUYING  
LIVESTOCK FOOD PRODUCTS WITH VETERINARY CONTROL NUMBER  
CERTIFIED

**ABSTRACT**

Candra Pungki Wibowo  
22/508773/PPT/01237

This study aims to analyze the influence of attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control on consumers' intentions and behaviors in purchasing certified livestock products with a Veterinary Control Number (NKV). The theoretical model used is the Theory of Planned Behavior (TPB), where attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control are key variables influencing intentions that lead to actual behavior. This research employs a quantitative approach using a survey method through an online questionnaire. A total of 300 respondents were selected using purposive sampling, with criteria of being at least 18 years old and having purchased livestock products in the last month. Data analysis was conducted using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that attitudes toward NKV-certified products, subjective norms, and perceived behavioral control have a significant positive effect on the intention to purchase NKV-certified products. Furthermore, the intention to purchase is shown to be a primary predictor of actual behavior in buying NKV-certified products, while perceived behavioral control also demonstrates a direct influence on purchasing behavior. This study concludes that the factors of attitude, subjective norms, and perceived behavioral control play a crucial role in shaping the intentions and purchasing behaviors of NKV-certified products. These findings provide implications for the government and business actors to enhance consumer education and accessibility to certified products in order to strengthen food safety and consumer trust.

**Keywords:** NKV-certified products, attitude, subjective norms, perceived behavioral control, knowledge, purchasing behavior