UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Beli Plant-Based Milk (PBM) dan Konsumsinya di Pekanbaru**
M Rayhan Faruq Zafri, Dr. Ir. Dyah Ismoyowati, M.Sc.; Dr. Jumeri, S.T.P., M.Si.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI *PLANT-BASED MILK* (PBM) DAN KONSUMSINYA DI PEKANBARU

**M. Rayhan Faruq Zafri**

**22/493144/TP/13383**

## INTISARI

Perubahan pola konsumsi masyarakat menuju gaya hidup sehat dan berkelanjutan telah meningkatkan perhatian terhadap produk pangan berbasis nabati, termasuk plant-based milk (PBM). Meskipun demikian, tingkat konsumsi PBM di Indonesia, khususnya di Kota Pekanbaru, masih relatif rendah dibandingkan susu hewani. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen PBM, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat beli PBM, serta menganalisis peran niat beli sebagai variabel mediasi terhadap konsumsi aktual PBM. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Penelitian menggunakan metode SEM-PLS yang memiliki keunggulan dalam menganalisis hubungan antar konstruk laten secara simultan serta menguji efek mediasi pada model penelitian. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 187 responden yang memenuhi kriteria purposive sampling di Kota Pekanbaru. Variabel yang dianalisis meliputi persepsi kesehatan, kesadaran lingkungan, pengaruh sosial, persepsi harga, preferensi rasa, niat beli, dan konsumsi aktual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen PBM di Pekanbaru didominasi oleh perempuan (64,17%), generasi Z usia 18–29 tahun (70,05%), mahasiswa (43,32%), kelompok pengeluaran kelas menengah (35,29%), serta mayoritas tidak mengalami intoleransi laktosa (79,68%). Hasil SEM-PLS menunjukkan bahwa persepsi kesehatan, kesadaran lingkungan, pengaruh sosial, persepsi harga, dan preferensi rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli PBM. Niat beli juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi aktual PBM. Selain itu, niat beli terbukti memediasi hubungan antara seluruh variabel independen dengan konsumsi aktual. Pengaruh sosial merupakan satu-satunya variabel yang memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap konsumsi aktual PBM. Temuan ini menunjukkan bahwa pembentukan niat beli merupakan faktor kunci dalam meningkatkan konsumsi PBM di Kota Pekanbaru.

**Kata Kunci:** Plant-Based Milk, Niat Beli, Konsumsi Aktual, Theory of Planned Behavior, SEM-PLS, Pekanbaru.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Beli Plant-Based Milk (PBM) dan Konsumsinya di Pekanbaru**
M Rayhan Faruq Zafri, Dr. Ir. Dyah Ismoyowati, M.Sc.; Dr. Jumeri, S.T.P., M.Si.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING PURCHASE INTENTION AND CONSUMPTION OF PLANT-BASED MILK (PBM) IN PEKANBARU

**M. Rayhan Faruq Zafri**

**22/493144/TP/13383**

## ABSTRACT

Changes in consumer consumption patterns toward healthier and more sustainable lifestyles have increased interest in plant-based food products, including plant-based milk (PBM). However, the level of PBM consumption in Indonesia, particularly in Pekanbaru City, remains relatively low compared to dairy milk. This study aims to analyze the characteristics of PBM consumers, identify the factors influencing purchase intention toward PBM, and examine the role of purchase intention as a mediating variable in actual PBM consumption. A quantitative approach was employed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method. SEM-PLS was selected due to its capability to simultaneously analyze relationships among latent constructs and evaluate mediation effects within the research model. Data were collected through questionnaires distributed to 187 respondents who met the purposive sampling criteria in Pekanbaru City. The variables analyzed included health perception, environmental awareness, social influence, price perception, taste preference, purchase intention, and actual consumption. The results indicate that PBM consumers in Pekanbaru are predominantly female (64.17%), belong to Generation Z aged 18–29 years (70.05%), are students (43.32%), fall within the middle-expenditure group (35.29%), and mostly do not experience lactose intolerance (79.68%). The SEM-PLS analysis reveals that health perception, environmental awareness, social influence, price perception, and taste preference have positive and significant effects on PBM purchase intention. Purchase intention also has a positive and significant effect on actual PBM consumption. Furthermore, purchase intention is found to mediate the relationship between all independent variables and actual consumption. Social influence is the only variable that demonstrates a significant direct effect on actual PBM consumption. These findings suggest that strengthening purchase intention is a key factor in increasing PBM consumption in Pekanbaru City.

**Keywords:** Plant-Based Milk, Purchase Intention, Actual Consumption, Theory of Planned Behavior, SEM-PLS, Pekanbaru.