

Pengukuran Faktor-Faktor yang Memengaruhi Wanita Membeli Pangan Organik (Healthy-Diet) Berbasis Teori Perilaku Terencana

Imam Santoso^{1*}, Arif Julianto Sri Nugroho¹, Heru Murjito¹, Dwi Wanito Ambarsari², Tasari³, Endang Eko DS³, Sukasih Ratna Widayanti³

¹Fakultas Ekonomi dan Psikologi, Universitas Widya Dharma, Klaten

Jl. Ki Hajar Dewantara No.Des, Macanan, Karangnom, Kec. Klaten Utara, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, Indonesia

²Program Vokasi, Universitas Widya Dharma, Klaten

Jl. Ki Hajar Dewantara No.Des, Macanan, Karangnom, Kec. Klaten Utara, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, Indonesia

³Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Widya Dharma, Klaten

Jl. Ki Hajar Dewantara No.Des, Macanan, Karangnom, Kec. Klaten Utara, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, Indonesia

Email: ^{1*}imamsantosowd@gmail.com, ²arifjuliantosn72@gmail.com, ³herumurjito78@gmail.com,

⁴dwiwanitoambarsari@gmail.com, ⁵tasari_lutfi@yahoo.com, ⁶endang.eds@yahoo.co.id, ⁷sukasihatratnawidayanti@yahoo.com,

Email Penulis Korespondensi: imamsantosowd@gmail.com

Submitted: 03/11/2022; Accepted: 28/02/2023; Published: 28/02/2023

Abstrak—Penelitian ini bertujuan melakukan uji multivariat peubah gayut perilaku beli pangan organik (heathy –diet) dipengaruhi tiga peubah bebas yaitu sikap, pengetahuan dan norma subyektif. Obyek penelitian sebagai sampel adalah konsumen wanita di Provinsi DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten pembeli makanan organik lain sebanyak 100 responden. Uji pengambilan sampel dilakukan secara purposive. Analisis digunakan dalam riset berupa uji deskripsi responden, uji validitas dan reliabilitas butir uji GOF model serta uji regresi peubah yang berguna untuk memberikan suatu gambar persepsi di benak masyarakat terkait pembuktian model perilaku beli makanan organik. Uji kuantitatif multivariat menggunakan Software AMOS. Hasil uji diperoleh temuan nilai Goodness of fit model layak. Peubah sikap memiliki nilai CR 5.457 prob 0.03 dan pengetahuan memiliki nilai CR 3.440 prob 0.05 memengaruhi secara signifikan perilaku beli sedang satu peubah norma subyektif dengan nilai CR 3.150 prob 0.646 tidak berpengaruh signifikan. Dari temuan keterbuktian model diperlukan upaya bagi pamangku kepentingan untuk menyusun strategi pemasaran menuju keunggulan daya saing pangan organik dengan semakin meningkatnya volume konsumsi masyarakat. Semakin disukainya produk healthy-diet bermuara pada semakin berkembangnya pasar. Pada tahap lanjut dimungkinkan dilakukan riset eksperimen.

Kata Kunci: Perilaku Terencana; Wanita; Perilaku Beli; Pangan Organik

Abstract—This study aims to conduct a multivariate test of the dependent variable on women's behaviour of buying healthy-diet which are influenced by three independent variables, namely attitude, knowledge, and subjective norm. The research object as the sample is women costumers in Klaten who buy Srinuk organic rice and organic food around 100 respondents with purposive sampling. The data analysis in this study is in the form of respondent description tests, validity and reliability tests of items, and variable regression tests which are useful for providing an image of perception in the society's mind regarding the proof of buying behaviour model for organic food. Quantitative test multivariate used AMOS Software. The test results found that the attitude CR 5.457 prob 0.03 and knowledge variables 5.457 prob 0.03 proof which influenced buying behaviour, while one subjective norm variable CR 3.150 and prob 0.646 had no significant effect. From the research findings of the model evidence, a strategy is needed for stakeholders to develop marketing strategies towards the competitive advantage of organic food towards the increase of public consumption with more favourable products and market developments. At a later stage, it is possible to conduct experimental research.

Keywords: Planned Behavior; Women; Buying Behavior; Healthy-Diet

1. PENDAHULUAN

Pasar kelas menengah berpendidikan di Indonesia mengalami perubahan sangat signifikan serta mengalami revolusi dalam sepuluh tahun terakhir. Revolusi itu nampak dari pertumbuhan pesat sektor perbankan, wirausaha wanita, inovasi produk dan jasa, perkembangan pesat lembaga LAZIS, semakin marak penggunaan hijab, hotel syariah, pasar kosmetik halal, makanan minuman dan obat-obatan dengan label halal dan makanan organik menjadi perhatian serius bagi konsumen kelas menengah di Indonesia saat ini (Rusydia & Salafiyah, 2020).

Terdapat perilaku menarik terkait perilaku konsumen kelas menengah urban di wilayah Asia Tenggara. Konsumen kelas menengah di wilayah Asia Tenggara apabila mereka semakin makmur dan pintar maka mereka semakin religius (Mamun, Hayat, & Zainol, 2020). Meningkatnya religiusitas tak hanya muncul dalam ritual shalat dan doa, tetapi juga nampak dalam mengonsumsi produk dan jasa. Mereka menempatkan perilaku beli baik produk maupun jasa, makanan organik serta barang halalan thoyiban sebagai bagian integral dari ibadah. Thoyyiban berarti baik dan tidak membahayakan bagi tubuh. Mengonsumsi makanan halalan thoyyiban merupakan bagian dari kegiatan ibadah. Makanan organik merupakan makanan sehat, bebas bahan kimia, aman serta tidak merusak organ tubuh dalam arti memiliki kategori nilai thoyyiban. Riset Sharkawi, Latip, & Mohamed (2021) memaparkan masyarakat Malaysia di usia dewasa saat ini semakin menyukai makanan organik dengan alasan kesehatan. Fenomena masyarakat Indonesia pasca pandemi Covid -19 yang semakin peduli makanan sehat sesuai riset (McKinsey & Company, 2020). Berbagai riset diarahkan menjadi celah fenomena peneliti untuk melakukan riset perilaku mengonsumsi makanan healthy-diet di wilayah DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten.

Persaingan merupakan suatu keniscayaan dan pasti ditemui dalam setiap perusahaan. Beras Rojolele Delanggu Klaten merupakan beras yang diketahui sejak lama memiliki rasa pulen, enak, wangi dan disukai oleh mayoritas

konsumen. Saat ini muncul persaingan beras yang tidak berasal dari Delanggu tetapi ada klaim sebagai beras Delanggu melalui label serta pembungkusan. Pemerintah Kabupaten Klaten saat ini bekerjasama dengan Fakultas Pertanian UGM membuat suatu inovasi beras organik merek Srinuk yang proses penanaman dilakukan secara eco- friendly, sesuai baku mutu pemrosesan produk organik unggulan. Dari latar belakang sebagai acuan ditarik rumusan masalah sebagai berikut “Apakah variabel pembentuk perilaku beli makanan healthy-diet konsumen wanita di Prov DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten dipengaruhi oleh sikap, pengetahuan dan norma subyektif ?”

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model perilaku beli makan organik (healthy-diet). Adapun secara khusus bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat konsumen wanita terhadap makanan organik apakah dipengaruhi tiga anteseden sebagai pembentuk perilaku. Kebaruan (novelty) dari riset ini melakukan modifikasi model sikap dalam teori Perilaku Terencana. Riset ini juga mengambil responden terbatas gender wanita di Prov DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan uji model multivariat perilaku beli konsumen pada makanan organik (healthy-diet) dengan menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kalangan praktisi pelaku industri makanan organik terkait ilmu perilaku konsumen.

Berbagai manfaat diperoleh dari penelitian ini diantaranya sebagai penerapan model ilmu manajemen pemasaran. Temuan riset dapat sebagai pembuktian model pembelajaran ilmu perilaku konsumen produk beras organik maupun makanan organik berkualitas unggulan di Kabupaten Klaten dan Prov DI Yogyakarta. Kedua wilayah ini melimpah memiliki kekayaan alam, sumber air bersih, memiliki potensi tumbuhnya riset benih tanaman unggulan dan inovasi produk makanan organik. Kedua wilayah memiliki modal sumber daya manusia serta memiliki berbagai institusi pendidikan tinggi unggulan. Kegiatan riset ini mendukung visi Universitas Widya Dharma menuju universitas berkarakter menuju kesejahteraan bangsa berbasis multikultur. Semakin maju ekonomi regional di Kabupaten Klaten akan mendorong meningkatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat menuju kesejahteraan bangsa serta semakin berkurangnya kemiskinan pada masyarakat Kabupaten Klaten. Luaran penelitian ini akan memuat : 1) teridentifikasi model perilaku beli makanan organik (healthy diet) 2) teridentifikasi mekanisme penyusunan strategi pemasaran penjualan produk makanan organik

Teori Planned behaviour menjelaskan bahwa sebuah perilaku individu dengan keterlibatan tinggi membutuhkan keyakinan dan evaluasi untuk menumbuhkan sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku dengan intensi sebagai mediasi dengan pengaruh berbagai faktor motivasional yang berdampak pada perilaku beli. Keputusan untuk mengonsumsi makanan organik (healthy diet) merupakan perilaku yang dilakukan oleh konsumen dengan keterlibatan tinggi (high Involvement) karena dalam mengambil keputusan beli akan melibatkan faktor-faktor internal seperti persepsi, kepribadian, niatan, pembelajaran dan sikap. Faktor eksternal juga berpengaruh seperti keluarga, teman, tetangga. Faktor ini dikenal dengan norma subyektif. Proses selanjutnya mengukur kontrol perilaku yang dirasakan (efikasi diri). Efikasi diri merupakan kondisi bahwa orang percaya tindakan itu mudah atau sulit untuk dilakukan dengan memahami berbagai risiko atau hambatan yang muncul apabila mengambil keputusan terhadap tindakan tersebut. Dengan kata lain secara lebih sederhana apakah individu mau dan mampu atau mau tetapi tidak mampu (Izek Ajzen, 2008).

Cheng et al., (2019) menjelaskan sikap didefinisikan kecenderungan pada diri individu yang dapat dipelajari untuk memberikan respon kepada obyek atau kelas obyek secara simultan, baik dalam rasa suka maupun ketidaksukaan serta relevan dilakukan pada healthy- diet. Liu, Lee, & Hwang (2021) menjelaskan sikap merupakan afeksi atau perasaan terhadap sebuah stimuli terkait produk healthy-diet. Berdasarkan dua definisi, sikap disimpulkan sebagai kecenderungan yang dapat dipelajari untuk memberi respon atau menerima rangsangan terhadap obyek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun ketidaksukaan serta terbentuk pada diri individu melalui proses yang lama. Sanusi (2020) menjelaskan norma subyektif adalah persepsi individu terhadap orang lain yang akan mendukung atau tidak terwujudnya suatu tindakan dalam mengonsumsi healthy- diet. Di dalam riset dijelaskan norma subyektif adalah produk dari beliefs yang dimiliki berasal dari orang lain terkait healthy- diet

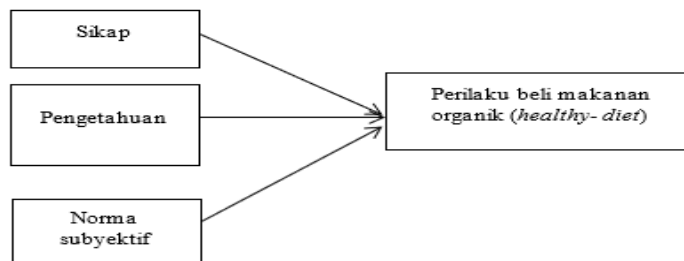
I Ajzen, (1991) menjelaskan bahwa teori Planned Behavior bukan merupakan model eksklusif untuk memprediksi niat atau perilaku, tetapi lentur untuk diperluas dengan menambahkan prediktor dimana mampu menjelaskan signifikan varian dari niat. Beberapa peneliti melakukan perluasan terhadap Teori Perilaku Terencana dimana pada tahap awal dilakukan oleh Taylor dan Todd. Kedua peneliti tersebut sepakat bahwa TPB belum mengikutsertakan peubah seperti kewajiban moral, kebiasaan dan identitas diri yang dapat memprediksi niat berperilaku secara lebih baik serta dapat menjadi celah teori pada riset mendatang (Taylor & Todd, 1995). Temuan riset menunjukkan adanya indikator-indikator dari peubah yang bisa dikembangkan serta relevan untuk diaplikasikan ke obyek amatan lain. Dengan melihat pengembangan teori Perilaku Terencana, penelitian ini mencoba memodifikasi model pada perilaku beli terutama makanan organik (healthy diet) di wilayah prov DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten. Dari tinjauan teori diatas dapat diajukan suatu hipotesis :

Ha: Nilai-nilai sikap, pengetahuan dan norma subyektif berpengaruh positif serta signifikan terhadap perilaku masyarakat untuk mengonsumsi makanan organik (Healthy- diet).

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Model

Perangka model kegiatan riset disajikan di gambar 1



Gambar 1. Model riset

2.2 Kerangka Kerja

Berbasis rerangka model diurai di gambar 1, diperoleh deskripsi perilaku beli konsumen makanan organik dipengaruhi tiga peubah bebas yaitu sikap, pengetahuan dan norma subyektif. Operasionalisasi model atribut kuesioner yang digunakan untuk peubah sikap meliputi: yakin makanan organik bermanfaat bagi kesehatan, makanan organik aman, makanan organik tidak tahan lama, makanan organik alami dikonsumsi keluarga (S. Wijaya, 2012). Norma Subyektif meliputi mengonsumsi makanan organik merupakan anjuran keluarga, anjuran teman atau kelompok referensi, anjuran media sosial dan anjuran pasangan (H. Wijaya, 2011). Pengetahuan meliputi self report, kemampuan memahami media informasi terkait makanan organik, paham tanda atau ciri makanan organik (Manalu, 2020). Peubah perilaku beli diukur dengan keputusan membeli pangan makanan organik, membelanjakan sejumlah uang untuk healthy-diet dan merekomendasikan pihak lain untuk mengonsumsi makanan organik (Izek Ajzen, 2008).

2.3 Populasi, Sampel dan Pengumpulan Data

Populasi adalah seluruh objek/subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mampu dipelajari serta dapat ditarik suatu simpulan (Singarimbun & Effendi, 1985). Populasi dalam riset ini semua konsumen makanan organik di prov DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten. Sampel adalah bagian dari populasi. Peneliti dapat mengambil sampel untuk diteliti meskipun simpulan hasil penelitian akan berlaku untuk semua populasi. Sampel yang diambil harus mewakili semua karakteristik yang terdapat pada populasi dimana simpulan tersebut akan berlaku. Apabila sampel tersebut tidak mewakili karakteristik yang terdapat pada populasi, maka kesimpulan penelitian menjadi bias (Santoso, 2012). Untuk penentuan jumlah responden karena ukuran populasi yang ada tidak dapat diketahui dengan pasti, menggunakan metode Bernoulli. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling dengan tipe accidental sampling, yaitu metode penetapan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja anggota populasi yang ditemui peneliti serta bersedia dijadikan sebagai sampel/ responden. Apabila dipandang responden kebetulan ditemui cocok sebagai sumber maka responden konsumen makanan organik dapat dijadikan data primer riset. Jumlah sampel 100 menurut (Ferdinand, 2014) terkait jumlah satu peubah minimal 25 responden. Karena dalam riset ini menggunakan empat peubah/ variabel, maka jumlah 100 responden dirasa mencukupi.

2.4 Teknik Analisis Data

Uji kuantitatif dilakukan meliputi deskripsi data primer, uji validitas, uji reliabilitas butir serta uji GOF model dan uji multivariat regresi. Alat uji Statistik yang digunakan software Exell dan AMOS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk melihat profil responden dalam penelitian. Dari temuan riset diperoleh data mayoritas responden berusia dewasa 24 sd 58 tahun, berdomisili di Prov DI Yogyakarta dan Kota Klaten, pendapatan diterima kelompok pendapatan menengah sebesar 3 juta sd 8 juta. Ini dapat diartikan konsumen makanan organik di Prov DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten mulai disukai oleh individu dewasa, domisili responden di wilayah urban serta memiliki pendapatan kelompok menengah.

3.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam riset untuk mengukur atribut dalam butir pertanyaan kuesioner mampu mengukur apa seharusnya dapat diukur. Pengukuran uji validitas dalam riset dapat menunjukkan jumlah varians dari atribut yang diekstraksi oleh peubah/ konstruk laten yang diteliti. Nilai variance extract sesuai kesepakatan ahli statistik adalah 0,50. Hasil uji validitas selengkapnya disajikan di Tabel 1.

Tabel 1. Uji Validitas (n=100)

No	Peubah	Variance Extract
1	Sikap	0,71
2	Pengetahuan	0,83

No	Peubah	Variance Extract
3	Norma Subyektif	0,75
4	Perilaku beli healthy-diet	0,68

Dari hasil uji validitas pada tabel 1 diperoleh informasi nilai variance extract untuk seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria yang dipersyaratkan. Sehingga disimpulkan jumlah variance dari atribut yang diekstraksi oleh konstruk laten mampu mengukur apa yang lazim diukur.

3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur konsisten melakukan pengukuran berarti ukur dapat diandalkan atau konsisten. Dalam penelitian ini uji reliabilitas memakai nilai reliability construct. Nilai reliabilitas minimum dari indikator variabel laten yang diterima sesuai kesepakatan ahli statistik sebesar 0,70. Uji Reliabilitas secara lengkap disajikan di Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Uji Reliabilitas ((n=100)

No	Peubah	Reliabilitas
1	Sikap	0,81
2	Pengetahuan	0,73
3	Norma Subyektif	0,85
4	Perilaku beli healthy-diet	0,78

Dari Hasil uji reliabilitas diperoleh informasi nilai reliability construct untuk setiap peubah laten diatas 0,7. Ini disimpulkan setiap atribut pertanyaan dalam kusioner dipercaya untuk diuji model dalam tahapan berikutnya.

3.4 Analisis Data

Hasil uji Goodness of fit model SEM diurai di tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Uji Kelayakan Full Model (n=100)

No	Goodness of Fit Indeks	Cut off values	Hasil	Evaluasi Model
1	Chi square	< 385,05	367,97	Baik
2	Probability	>0,05	0,000	Tidak Baik
3	RMSEA	<0,08	0,055	Baik
4	GFI	>0,90	0,914	Baik
5	AGFI	>0,90	0,921	Baik
6	CMIN/DF	<2,00	1,587	Baik
7	TLI	>0,95	0,971	Baik
8	CFI	>0,95	0,975	Baik

Berdasarkan uji kelayakan model hubungan kausal peubah bebas sikap, pengetahuan dan norma subyektif terhadap perilaku beli healthy- diet disimpulkan model telah sesuai atau fit dengan data. Hal ini dapat terlihat dari tingkat signifikansi nilai chi-square dan nilai goodness of fit indeks lainnya.

3.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian mengacu nilai Critical Ratio (CR) suatu hubungan kasualitas. Uji hipotesis penelitian disajikan secara lengkap di tabel 4

Tabel 4. Uji Hipotesis (n=100)

No		Std Est	Est	SE	CR	P
1	Sikap -> Perilaku beli healthy -diet	0,671	0,882	0,309	5,457	0,003
2	Pengetahuan -> Perilaku beli healthy- diet	0,455	0,579	0,322	3,44	0,002
3	Norma subyektif-> Perilaku beli healthy- diet	0,387	0,346	0,215	3,15	0,646

3.6 Uji Hipotesis 1

Parameter estimasi untuk menguji pengaruh sikap terhadap perilaku beli healthy-diet diperoleh nilai CR 5.457 dengan nilai probabilitas sebesar 0.003. Karena nilai probabilitas < 0.05 disimpulkan sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku beli healthy-diet.

3.7 Uji Hipotesis 2

Parameter estimasi untuk menguji pengaruh pengetahuan terhadap perilaku beli healthy- diet diperoleh nilai CR 3.440 dengan probabilitas sebesar 0.002. Karena nilai probabilitas < 0.05 disimpulkan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap perilaku beli healthy-diet.

3.8 Uji Hipotesis 3

Parameter estimasi untuk menguji pengaruh norma subyektif terhadap perilaku beli healthy-diet diperoleh nilai CR 3.150 dengan probabilitas sebesar 0.646. Karena nilai probabilitas > 0.05 disimpulkan norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku beli healthy-diet.

3.9 Pembahasan

Temuan riset terdapat pengaruh positif sikap dan pengetahuan terhadap perilaku beli healthy-diet ini sesuai temuan riset (Susanti, Muhaimin, & Toiba, 2018). Hasil riset ini diperoleh temuan peubah norma subyektif tidak berpengaruh terhadap perilaku beli selaras temuan riset (Manalu, 2020). Sikap berpengaruh positif dapat diartikan wanita di DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten telah memiliki persepsi dibenak individu bahwa healthy-diet merupakan makanan yang memenuhi unsur kesehatan optimal. Pandemi Covid-19 telah merebak selama lebih dari dua tahun di Provinsi DI Yogyakarta dan kabupaten Klaten. Daya tangkal optimal untuk menghadapi virus adalah mengonsumsi makanan sehat bernutrisi sehingga tubuh memiliki imunitas.

Peubah pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku beli dapat diartikan wanita di Prov DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten saat ini telah memiliki cukup pengetahuan melalui upaya mendapatkan informasi yang benar terkait healthy-diet. Wanita di Provinsi DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten telah melek teknologi informasi baik melalui media cetak, media elektronik terutama pada saat ini marak terkait media sosial. Kecukupan informasi mendorong mereka semakin meningkat perilaku pembelian healthy-diet.

Peubah norma subyektif tidak berpengaruh signifikan dalam perilaku beli dapat diartikan wanita di Prov Di Yogyakarta dan Kabupaten Klaten telah memiliki kemandirian dalam memilih makanan organik. Mereka memiliki keluarga, rekan, kelompok referensi tetapi pihak-pihak norma subyektif tersebut belum mampu mendorong meningkatnya perilaku beli. Wanita di Di Yogyakarta dan Kabupaten Klaten pada saat ini lebih mempercayai sikap yang telah terbentuk dari masing-masing individu serta memiliki capaian pengetahuan untuk mempelajari lebih mendalam manfaat healthy-diet yang bermuara pada meningkatnya perilaku beli.

Riset ini memiliki keterbatasan pengujian model sebatas pengaruh regresi secara langsung. Riset ini belum memasukkan uji model lebih kompleks melalui uji pemoderasi maupun pemediasi. Responden diambil terbatas hanya di dua wilayah Kabupaten Sleman Prov DIY dan Kabupaten Klaten. Riset belum memasukkan wilayah lain bagian Soloraya yang lebih luas karena keterbatasan dana penelitian. Uji produk healthy-diet juga dapat diperluas pada produk dan aneka merek lain yang lebih banyak tidak hanya terbatas pada produk makanan.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian disimpulkan dua peubah bebas sikap dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap perilaku beli healthy-diet. Satu peubah bebas norma subyektif tidak berpengaruh signifikan. Wanita di Prov DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten lebih mempercayai sikap yang telah terbentuk pada masing-masing individu serta pencapaian pengetahuan. Kelompok referensi dalam hal ini pihak keluarga, rekan, suami kurang berfungsi sebagai pendorong meningkatnya perilaku beli. Institusi bisnis produsen healthy-diet di Prov DI Yogyakarta dan Kabupaten Klaten harus terus berupaya meningkatkan mutu produk maupun kemasan untuk semakin mendorong kepercayaan masyarakat membeli produk sehingga terjadi peningkatan kepuasan konsumen. Pemangku kepentingan harus terus mendorong pihak produsen untuk aktif melakukan pameran produk healthy-diet sehingga semakin meningkat pengetahuan masyarakat terkait healthy-diet. Pada saat ini semakin meningkat peran dan fungsi pembelian melalui kelompok referensi terutama melalui media sosial daring. Meningkatnya mutu, aktivasi pengetahuan dan pengaruh norma subyektif diharapkan akan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat dan meningkatnya perilaku beli aktual terhadap makanan organik (healthy-diet).

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada Kepala Pusdita Universitas Widya Dharma atas fasilitasi skim Penelitian Studi Wanita tahun 2022-2023.

REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned behavior*. Organizational behavior and human decision process. Amhest, MA: Elsevier.
- Ajzen, I. (2008). *Attitudes and Attitude Change*. New Jersey: Psychology Press: WD Cranoeds.
- Cheng, O. Y., Yam, C. L. Y., Cheung, N. S., Lee, P. L. P., Ngai, M. C., & Lin, C. Y. (2019). Extended Theory of Planned Behavior on Eating and Physical Activity. *Am J Health Behavior*, 43(3), 569–581.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian untuk Bisnis dan Manajemen*. Semarang: BP Penerbit Undip.
- Liu, D., Lee, S., & Hwang, J. (2021). Factors Related to the Intention of Healthy Eating Behaviors Based on the Theory of Planned Behavior: Focused on Adults Residing in Beijing China. *J Nutr Health*, 54(1), 67–75.
- Mamun, A. A., Hayat, N., & Zainol, N. R. (2020). Healthy Eating Determinants: A Study among Malaysian Young Adults. *Foods*, 9(974), 1–8.
- Manalu, V. G. (2020). Minat Pembelian Produk Organik di Indonesia: Theory Planned Behavior yang Dikembangkan dan Pengetahuan Produk Organik. *Jurnal Agri Sains*, 4(2), 84–89.



- McKinsey, & Company. (2020). Survey: Food Retail in Indonesia during the Covid-19 Pandemic (online).
- Rusydiana, A. S., & Salafiyah, A. A. (2020). Covid-19 and the Role of Halal Food. *European Journal of Islamic Finance*, 16, 1-9.
- Santoso. (2012). Analisis Multivariat. Jakarta: Penerbit Rajawali.
- Sanusi, G. A. (2020). Factors Influencing the Intention to Use Malaysian Dietary Guidelines among University Students. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 28(2), 517-543.
- Sharkawi, I., Latip, M., & Mohamed, Z. A. (2021). Applying the Theory of Planned Behavior to Healthy Eating Intention among Malaysian Adults. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(17).
- Singarimbun, M. ., & Effendi, S. (1985). Metode Penelitian Survey. Jakarta: LP3ES.
- Susanti, R. I., Muhaimin, A. W., & Toiba, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Pembelian Sayur Organik. *Habitat*, 29(3), 122-128.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding Information Technology Usage: A test of Competing Models. *Information System Research*, 6(2), 144-176.
- Wijaya, H. (2011). Model Niat Beli Pangan Organik Call Paper Update Ekonomi Akuntansi dan Bisnis Indonesia. *Proceeding Fakultas Ekonomi UII*, 28 Juni.
- Wijaya, S. (2012). Intention of Indonesia Consumers on Buying Organic Food. *International Confrence on Marketing, Proceeding Lucknow-India*, 12-14 January.