

ANALISA PENGARUH *HEALTH VALUE* DAN *INTEREST IN HEALTHY FOOD* TERHADAP *HEDONIC EXPECTATION* DAN *POSITIVE OUTCOME EXPECTATION* SERTA IMPLIKASINYA PADA *BEHAVIORAL INTENTION* TELAAH PADA KONSUMEN TROPICANA SLIM WHITE COFFEE



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.)

Nama : Natalia
NIM : 13130110090
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018

***ANALYSIS OF HEALTH VALUE EFFECT AND INTEREST IN HEALTHY
FOOD TO HEDONIC EXPECTATION AND POSITIVE OUTCOME
EXPECTATION AND THEIR IMPLICATIONS TO BEHAVIORAL
INTENTION ON CONSUMER OF TROPICANA SLIM WHITE COFFEE***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THESIS

Proposes as one of the requirements to obtain a Bachelor of Economics (S.E)
Degree

Name : Natalia

NIM : 13130110090

Faculty : Business

Study Program : Management

**MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY
TANGERANG**

2018

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISA PENGARUH *HEALTH VALUE* DAN *INTEREST IN HEALTHY FOOD* TERHADAP *HEDONIC EXPECTATION* DAN *POSITIVE OUTCOME EXPECTATION* SERTA IMPLIKASINYA PADA *BEHAVIORAL INTENTION* TELAAH PADA KONSUMEN TROPICANA SLIM WHITE COFFEE

Oleh:

Nama : Natalia

NIM : 13130110090

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tangerang, 13 Agustus 2018

Ketua Sidang

(Anna Riana Putriya, SE., M.Si)

Dosen Pembimbing

(Nosica Rizkalla, SE., M.Sc)

Dosen Penguji

(David Sutoyo, S.T., M.M)

Ketua Program Studi

(Mohammad Annas, S.TR.PAR,MM,CSCP)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Natalia menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisa Pengaruh *Health Value* dan *Interest in Healthy Food* Terhadap *Hedonic Expectation* dan *Positive Outcome Expectation* Serta Implikasinya Pada *Behavioral Intention* Telaah Pada Konsumen Tropicana Slim White Coffee” adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat sebagian ataupun keseluruhan tulisan karya orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila ditemukan kecurangan atau plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima konsekuensi yang telah ditentukan oleh pihak Universitas.

Tangerang, 13 Agustus 2018

UMMN 

Natalia

13130110090

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan urutan ke-4. Budaya minum kopi kini sudah menjadi gaya hidup dan tren bagi masyarakat Indonesia. Biasanya orang-orang sering menambahkan gula ke dalam kopi untuk mendapatkan rasa yang diinginkan. Oleh sebab itu, banyak masyarakat Indonesia yang mengalami obesitas karena terlalu banyak mengonsumsi makanan yang tidak sehat dan minuman manis. Namun, masyarakat Indonesia kini mulai sadar akan bahayanya mengonsumsi gula berlebih bagi kesehatan. Maka, hal tersebut dijadikan peluang bagi para perusahaan untuk dijadikan peluang. Tropicana Slim meluncurkan Tropicana Slim White Coffee untuk memanfaatkan peluang tersebut agar konsumen tetap dapat minum kopi tanpa mengkhawatirkan kesehatan. Namun, konsumen memiliki pemahaman bahwa minuman sehat memiliki kualitas rasa yang belum sesuai dengan selera masyarakat.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dan datanya dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeliing* (SEM) dengan *software* Lisrel versi 8.8. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 140 responden.

Hasil dari penelitian ini bahwa *Interest in Healthy Food* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Hedonic Expectation* dan *Hedonic Expectation* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Kata Kunci: *health value, hedonic expectation, positive outcome expectation, interest in healthy food, behavioral intention.*

ABSTRACT

Indonesia is the 4th biggest coffee producer country in the world. Today, drinking coffee become a lifestyle and trend among Indonesian people. Usually people add some sugar to their coffee to get the taste that they preferred. For the reason of that, many of Indonesian got obesity because they're consume too many unhealthy food and drinks that contain sugar. Consumer nowadays start to aware about the risk of consume too much sugar for health. Due to that fact, many company makes it an opportunity. Tropicana Slim launch a Tropicana Slim White Coffee so consumer can drink coffee with no worries about health. Consumer has belief that healthy drinks never goes with a good taste.

In this study, researcher approaches quantitative research and analyzing data with Structural Equation Modeling (SEM) using Lisrel Software 8.8 version. Sample in this study is 140 respondent.

Result show that researcher know that interest in healthy food didn't have significant affect to hedonic expeactation and hedonic expectation didn't have significant affect to behavioral intention.

Keywords : health value, hedonic expectation, positive outcome expectation, interest in healthy food, behavioral intention.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan kasih yang telah Ia berikan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dan sebaik-baiknya dengan judul “Analisa Pengaruh *Health Value* dan *Interest in Healthy Food* Terhadap *Hedonic Expectation* dan *Positive Outcome Expectation* Serta Implikasinya Pada *Behavioral Intention* Telaah Pada Konsumen Tropicana Slim White Coffee”. Tujuan pembuatan skripsi ini adalah untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 program studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis mendapatkan banyak pengalaman serta ilmu yang didapat selama proses penulisan skripsi. Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan ilmu pemasaran serta manfaat akademis kepada para pembaca mengenai *health value*, *hedonic expectation*, *positive outcome expectation*, *interest in healthy food*, dan *behavioral intention*. Proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, bantuan serta masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih kepada berbagai pihak yang sudah terlibat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini sehingga dapat berjalan dengan baik, khususnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberikan penulis kesehatan, kekuatan, dan kesabaran untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dari awal hingga akhir.
2. Orang tua, Setiawan Gunadi dan Susy Suwardy yang tidak henti-hentinya memberikan doa serta dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Ibu Nosica Rizkalla, SE., MSc selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan waktu, arahan, bimbingan, serta saran agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Mohammad Annas, S.TR.PAR,MM,CSCP selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah bersedia memberikan persetujuan atas skripsi yang telah penulis susun bersama dosen pembimbing.
5. Bapak David Sutoyo, S.T., M.M selaku Dosen Penguji yang telah bersedia memberikan arahan dan masukan selama sidang.
6. Ibu Anna Riana Putriya, SE., M.Si selaku Ketua Sidang yang telah bersedia memberikan arahan dan masukan selama sidang.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
9. Julio Prayoga dan Marcel Mogalana yang telah mengajarkan penulis menggunakan Lisrel, membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, dan memberikan semangat agar skripsi ini bisa selesai dengan baik.
10. Arviyandi, yang selalu menemani, membantu, serta memberikan semangat kepada penulis agar bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
11. Sahabat penulis, Gracia Sheila, Jonathan Dias, dan Vicky Akira yang selalu setia menemani, membantu, dan memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

12. Natanael, Christania Gunawan, Angelica Wijaya, dan Figlenia Tirta yang selalu bersedia membantu saat penyebaran kuesioner, memberikan dukungan serta semangat kepada penulis agar skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
13. Teman-teman seperjuangan skripsi, Vita Loka, Anastasia Odilia, Christopher Adinata, Mutiara Rahayu, Felix Wirawan yang selalu bersedia membantu dan mendengarkan keluh kesah penulis selama proses pengerjaan skripsi ini hingga selesai.
14. Teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang juga selalu memberikan semangat dan dukungan agar skripsi ini bisa berjalan dengan baik dan selesai tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis terbuka untuk kritik dan saran yang membangun agar dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat yang positif bagi seluruh pihak yang membaca. Terima kasih.

Tangerang, 13 Agustus 2018



Natalia

13130110090

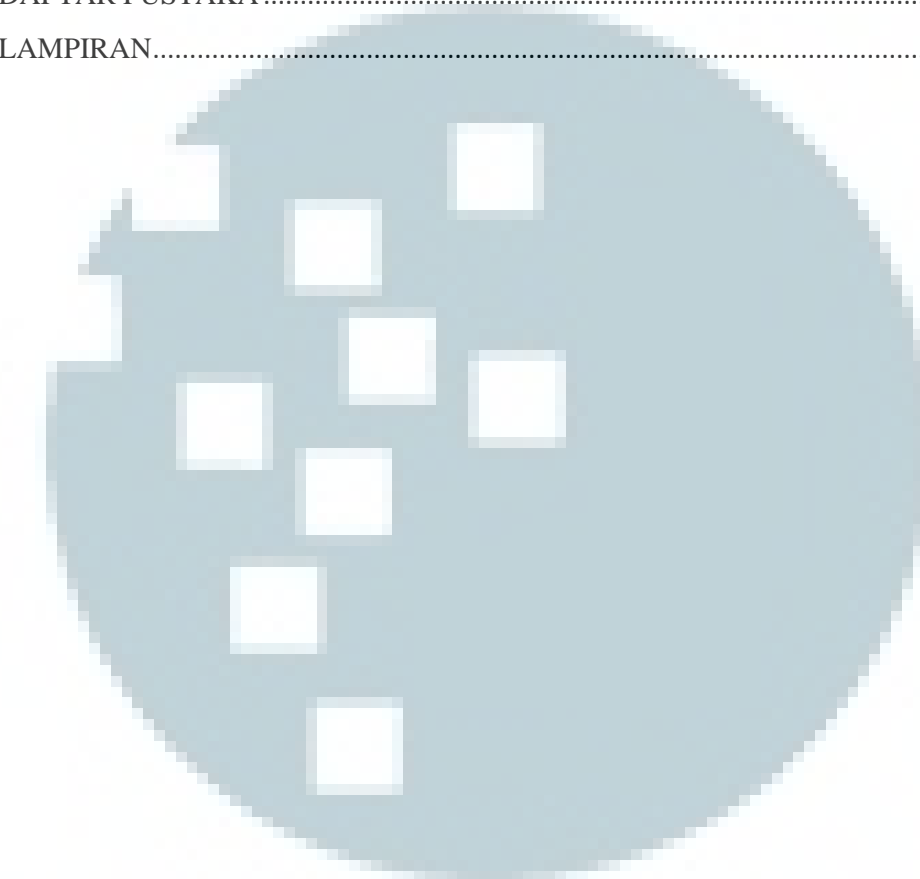
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	23
1.4 Batasan Penelitian	24
1.5 Manfaat Penelitian	25
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	26
BAB II LANDASAN TEORI	28
2.1 <i>Consumption Values</i>	28
2.2 <i>Health Value</i>	30
2.3 <i>Hedonic Expectation</i>	31
2.4 <i>Positive Outcome Expectation</i>	35
2.5 <i>Interest in Healthy Food</i>	37
2.6 <i>Behavioral Intention</i>	39
2.7 Hipotesis Penelitian	41
2.7.1 Pengaruh <i>Health Value</i> Terhadap <i>Hedonic Expectation</i>	41
2.7.2 Pengaruh <i>Health Value</i> Terhadap <i>Positive Outcome Expectation</i>	42
2.7.3 Pengaruh <i>Health Value</i> Terhadap <i>Interest in Healthy Food</i>	43
2.7.4 Pengaruh <i>Interest in Healthy Food</i> Terhadap <i>Hedonic Expectation</i>	43

2.7.5	Pengaruh <i>Interest in Healthy Food</i> Terhadap <i>Positive Outcome Expectation</i>	44
2.7.6	Pengaruh <i>Hedonic Expectation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	45
2.7.7	Pengaruh <i>Positive Outcome Expectation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	46
2.8	Model Penelitian	46
2.9	Penelitian Terdahulu	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		51
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
3.2	Jenis dan Desain Penelitian.....	53
3.3	Prosedur Penelitian	56
3.4	Ruang Lingkup Penelitian.....	58
3.4.1	Target Populasi	58
3.4.2	<i>Sampling Frame</i>	59
3.4.3	<i>Sampling Techniques</i>	60
3.4.4	<i>Sample Size</i>	61
3.4.5	<i>Sampling Process</i>	62
3.5	Periode Penelitian	64
3.6	Identifikasi Variabel Penelitian.....	65
3.6.1	Variabel Eksogen	65
3.6.2	Variabel Endogen.....	66
3.6.3	Variabel Teramati	67
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	67
3.8	Teknik Pengolahan Analisis Data	76
3.8.1	Analisis Deskriptif	76
3.8.2	Analisis Kuesioner	76
3.8.3	Uji <i>Pre-Test</i>	78
3.8.4	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	81
3.9	Model Pengukuran	93
3.10	Model Keseluruhan.....	96
3.11	Koefisien Determinasi (R^2).....	97
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		98
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	98
4.1.1	Deskripsi Profil Responden	98

4.1.2	Analisis Deskriptif	107
4.2	Uji Instrumen	119
4.2.1	Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	119
4.2.2	Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	121
4.3	Model Pengukuran	123
4.3.1	Variabel <i>Health Value</i>	123
4.3.2	Variabel <i>Hedonic Expectation</i>	126
4.3.3	Variabel <i>Positive Outcome Expectation</i>	128
4.3.4	Variabel <i>Interest in Healthy Food</i>	130
4.3.5	Variabel <i>Behavioral Intention</i>	132
4.4	Analisis Kecocokan Keseluruhan Model	134
4.5	Analisis Hubungan Kausal.....	136
4.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	141
4.7	Interpretasi Hasil.....	142
4.7.1	Pengaruh <i>Health Value</i> Terhadap <i>Hedonic Expectation</i>	142
4.7.2	Pengaruh <i>Health Value</i> Terhadap <i>Positive Outcome Expectation</i>	144
4.7.3	Pengaruh <i>Health Value</i> Terhadap <i>Interest in Healthy Food</i>	145
4.7.4	Pengaruh <i>Interest in Healthy Food</i> Terhadap <i>Hedonic Expectation</i>	146
4.7.5	Pengaruh <i>Interest in Healthy Food</i> Terhadap <i>Positive Outcome Expectation</i>	148
4.7.6	Pengaruh <i>Hedonic Expectation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	149
4.7.7	Pengaruh <i>Positive Outcome Expectation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> 150	
4.8	Implikasi Manajerial	152
4.8.1	Upaya dalam memperkuat efek <i>Health Value</i> terhadap <i>Hedonic Expectation</i>	152
4.8.2	Upaya dalam memperkuat efek <i>Health Value</i> terhadap <i>Positive Outcome Expectation</i>	154
4.8.3	Upaya dalam meningkatkan efek <i>Health Value</i> terhadap <i>Interest in Healthy Food</i>	155
4.8.4	Upaya dalam meningkatkan efek <i>Interest in Healthy Food</i> terhadap <i>Positive Outcome Expectation</i>	156
4.8.5	Upaya dalam meningkatkan efek <i>Positive Outcome Expectation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	157
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		159

5.1	Kesimpulan	159
5.2	Saran	162
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	162
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	163
DAFTAR PUSTAKA		165
LAMPIRAN.....		175



UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Indonesia 2000 - 2016.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	47
Gambar 3.1 Logo Nutrifood.....	51
Gambar 3.2 Logo Tropicana Slim.....	52
Gambar 3.3 Tropicana Slim White Coffee	52
Gambar 3.4 Keunggulan Tropicana Slim White Coffee.....	53
Gambar 3.5 Research Design	54
Gambar 3.6 Sampling Design Process	58
Gambar 3.7 Variabel Eksogen	66
Gambar 3.8 Variabel Endogen	66
Gambar 3.9 Proses Tahapan SEM	84
Gambar 3.10 Gambar Tipe II Error dan Tipe 1 Error.....	91
Gambar 3.11 <i>Two Tail Test</i> dan <i>One Tail Test</i>	92
Gambar 3.12 Model pengukuran <i>Health Value</i>	93
Gambar 3.13 Model Pengukuran <i>Hedonic Expectation</i>	94
Gambar 3.14 Model Pengukuran <i>Positive Outcome Expectation</i>	94
Gambar 3.15 Model Pengukuran <i>Interest in Healthy Food</i>	95
Gambar 3.16 Model Pengukuran <i>Behavioral Intention</i>	96
Gambar 3.17 <i>Structural Model (Estimates)</i>	96
Gambar 4.1 Path Variabel Laten <i>Health Value (T-Values)</i>	124
Gambar 4.2 Path Variabel Laten <i>Health Value (Standardized Solution)</i>	124
Gambar 4.3 Path Variabel Laten <i>Hedonic Expectation (T-Values)</i>	126
Gambar 4.4 Path Variabel Laten <i>Hedonic Expectation (Standardized Solution)</i>	126
Gambar 4.5 Path Variabel Laten <i>Positive Outcome Expectation (T-Values)</i>	128
Gambar 4.6 Path Variabel Laten <i>Positive Outcome Expectation (Standardized Solution)</i>	128
Gambar 4.7 Path Variabel Laten <i>Interest in Healthy Food (T-Values)</i>	130
Gambar 4.8 Path Variabel Laten <i>Interest in Healthy Food (Standardized Solution)</i>	130
Gambar 4.9 Path Variabel Laten <i>Behavioral Intention (T-Values)</i>	132
Gambar 4.10 Path Variabel Laten <i>Behavioral Intention (Standardized Solution)</i>	133
Gambar 4.11 Path Diagram dan <i>T-Values</i> Seluruh Model.....	136

Gambar 4.12 Ilustrasi Kopi Dengan Tambahan Gula di Samping Kemasan.....	153
Gambar 4.13 Ilustrasi Kopi Dengan Tambahan Gula di Tempel Pada Kemasan	153
Gambar 4.14 Ilustrasi Iklan Obesitas	155
Gambar 4.15 Ilustrasi Mini Talk Show	156
Gambar 4.16 Ilustrasi Testimonial Konsumen	157
Gambar 4.17 Ilustrasi Bukti Pemakaian Produk	158



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Rangkuman Produk Kopi Instan Sehat	17
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1 Definisi Operasional	68
Tabel 3.2 Uji Validitas	80
Tabel 3.3 Tabel <i>GODNESS OF FIT</i> (GOF).....	86
Tabel 4.1 Penilaian Responden Terhadap <i>Health Value</i>	108
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap <i>Hedonic Expectation</i>	110
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap <i>Positive Outcome Expectation</i>	113
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap <i>Interest in Healthy Food</i>	115
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	117
Tabel 4.6 Tabel Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	119
Tabel 4.7 Tabel Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	122
Tabel 4.8 Tabel Analisis Reliabilitas Variabel <i>Health Value</i>	125
Tabel 4.9 Tabel Analisis Reliabilitas Variabel <i>Hedonic Expectation</i>	127
Tabel 4.10 Tabel Analisis Reliabilitas Variabel <i>Positive Outcome Expectation</i>	129
Tabel 4.11 Tabel Analisis Reliabilitas Variabel <i>Interest in Healthy Food</i>	131
Tabel 4.12 Tabel Analisis Reliabilitas Variabel <i>Behavioral Intention</i>	133
Tabel 4.13 Tabel Kecocokan <i>Absolute Measurement Model</i>	135
Tabel 4.14 Hasil Analisa Model Struktural.....	137

U
M
N

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Profil Responden Berdasarkan Terakhir Kali Mengonsumsi Tropicana Slim White Coffee	99
Diagram 4.2 Profil Responden Berdasarkan Keseluruhan Sudah Berapa Kali Mencoba Tropicana Slim White Coffee	100
Diagram 4.3 Profil Responden Berdasarkan Dari Mana Mengetahui Tropicana Slim White Coffee.....	101
Diagram 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
Diagram 4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia	103
Diagram 4.6 Profil Responden Berdasarkan Profesi	104
Diagram 4.7 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Olahraga Dalam Seminggu.....	105
Diagram 4.8 Profil Responden Berdasarkan Anggaran Yang Dikeluarkan Untuk Membeli Kopi Dalam Seminggu	106

UMMN