

**ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS*
DAN *PERCEIVED FOOD QUALITY* TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION DENGAN MODERASI *PRICE SENSITIVITY*
PRODUK ORGANIK EAST JAVA & CO
PADA GENERASI Z DI INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

MARGARETA OKTAVIA NUGRAHANI

0000045395

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

**ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS*
DAN *PERCEIVED FOOD QUALITY* TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION DENGAN MODERASI *PRICE SENSITIVITY*
PRODUK ORGANIK EAST JAVA & CO
PADA GENERASI Z DI INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

MARGARETA OKTAVIA NUGRAHANI
0000045395

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Margareta Oktavia Nugrahani
Nomor Induk Mahasiswa : 00000045395
Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS* DAN *PERCEIVED FOOD QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN MODERASI *PRICE SENSITIVITY* PRODUK ORGANIK EAST JAVA & CO PADA GENERASI Z DI INDONESIA

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 1 Desember 2023



Margareta Oktavia Nugrahani

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS* DAN
PERCEIVED FOOD QUALITY TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
DENGAN MODERASI *PRICE SENSITIVITY* PRODUK ORGANIK EAST
JAVA & CO PADA GENERASI Z DI INDONESIA**

Oleh

Nama : Margareta Oktavia Nugrahani
NIM : 00000045395
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 1 Desember 2023

Pembimbing



Angelina Theodora Ratna Primantina, S.E., M.M.

NIDN: 0313097403

Kepala Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M

NIDN 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**ANALISIS PENGARUH *ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS* DAN
PERCEIVED FOOD QUALITY TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
DENGAN MODERASI *PRICE SENSITIVITY* PRODUK ORGANIK EAST
JAVA & CO PADA GENERASI Z DI INDONESIA**

Oleh

Nama : Margareta Oktavia Nugrahani
NIM : 00000045395
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis


Telah diujikan pada hari Selasa, 19 Desember 2023
Pukul 10.00 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.
NIDN: 0321107801


Dr. Hendy Tannady, S.T., M.T., M.M., M.B.A.
NIDN: 0318038702

Pembimbing


Angelina Theodora Ratna Primantina, S.E., M.M.
NIDN: 0313097403

Kepala Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M
NIDN 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Margareta Oktavia Nugrahani
NIM : 00000045395
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

Analisis Pengaruh Environmental Consciousness dan Perceived Food Quality terhadap Purchase Intention dengan Moderasi Price Sensitivity Produk Organik East Java & Co pada Generasi Z di Indonesia

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 2 Desember 2023

Yang menyatakan,



Margareta Oktavia Nugrahani

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Environmental Consciousness* dan *Perceived Food Quality* terhadap *Purchase Intention* dengan Moderasi *Price Sensitivity* Produk Organik East Java & Co pada Generasi Z di Indonesia” dengan baik dan tepat waktu. Tugas skripsi ini dilakukan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.), Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akan sangat sulit bagi penulis untuk dapat menyelesaikan tugas skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T, S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Angelina Theodora Ratna Primantina, S.E., M.M. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Anna Riana Putriya, S.E., M.Si. selaku Ketua Sidang dan Bapak Dr. Hendy Tannady, S.T., M.T., M.M., M.B.A. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya, khususnya mama dan papa tersayang yang telah memberikan bantuan dukungan moral dan materil, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sahabat serta teman – teman saya yang telah memberikan dukungan selama pembuatan laporan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat baik yang telah disebutkan diatas maupun yang tidak disebutkan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis masih belum sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis meminta maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis sangat terbuka terhadap masukan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan hasil penulisan skripsi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para pembaca yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk membaca skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi serta pengetahuan yang berguna.

Tangerang, 2 Desember 2023



Margareta Oktavia Nugrahani

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**ANALISIS PENGARUH ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS DAN
PERCEIVED FOOD QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION
DENGAN MODERASI PRICE SENSITIVITY PRODUK ORGANIK EAST
JAVA & CO PADA GENERASI Z DI INDONESIA**

Margareta Oktavia Nugrahani

ABSTRAK

Makanan saat ini menjadi salah satu kategori yang menjadi fokus utama manusia. Di Indonesia sendiri ada berbagai macam jenis makanan dan semakin kompleks karena adanya kesadaran akan permasalahan lingkungan dan kesehatan. Produk makanan berbahan dasar organik menjadi pilihan yang dapat dipilih karena produk organik di Indonesia sedang berkembang. Salah satu merek produk organik yaitu East Java & Co. Produk makanan yang diolah oleh East Java & Co menggunakan bahan yang berkualitas yang diambil dari para petani lokal di Indonesia. Banyaknya produk organik yang diproduksi di Indonesia, membuat East Java & Co harus bersaing dan perlu memaksimalkan banyak faktor untuk membuat konsumen tertarik, mau menggunakan dan membeli produk organik dari East Java & Co. Namun, East Java & Co belum menjadi pilihan utama pengguna produk organik ataupun top brand di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif kuantitatif* serta *non-probability sampling* dengan menggunakan data dari 150 responden Gen Z yang kemudian diolah menggunakan SmartPLS versi 4. Temuan dari penelitian ini adalah *environmental consciousness* memiliki hubungan yang positif terhadap *purchase intention* produk organik. Selanjutnya, adanya hubungan antara *environmental consciousness* dan *purchase intention* produk organik yang positif apabila di mediasi oleh *perceived food quality*. Kemudian, adanya hubungan positif *perceived food quality* dan *purchase intention* produk organik apabila di moderasi oleh *price sensitivity*. Lalu, adanya hubungan tidak langsung antara *environmental consciousness* pada *purchase intention* produk organik melalui *perceived food quality* yang positif apabila di moderasi oleh *price sensitivity*.

Kata kunci: Produk Organik, East Java & Co, Generasi Z, *Environmental Consciousness*, *Perceived Food Quality*, *Price Sensitivity*, *Purchase Intention*

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL CONSCIOUSNESS
AND PERCEIVED FOOD QUALITY ON PURCHASE INTENTION WITH
MODERATION PRICE SENSITIVITY OF EAST JAVA & CO ORGANIC
PRODUCTS ON GENERATION Z IN INDONESIA***

Margareta Oktavia Nugrahani

ABSTRACT

Food is currently one of the categories that humans focus on. In Indonesia itself, there are various types of food and are increasingly complex due to awareness of environmental and health issues. Organic-based food products are an option that can be chosen because organic products in Indonesia are growing. One of the organic product brands is East Java & Co. Food products processed by East Java & Co use quality ingredients taken from local farmers in Indonesia. The number of organic products produced in Indonesia makes East Java & Co. have to compete and need to maximize many factors to make consumers interested, willing to use and buy organic products from East Java & Co. However, East Java & Co. has not become the first choice of organic product users or the top brand in Indonesia. The method used in this research is descriptive quantitative and non-probability sampling using data from 150 Gen Z respondents which are then processed using SmartPLS version 4. The findings of this study are that environmental consciousness has a positive relationship with purchase intention of organic products. Furthermore, there is a relationship between environmental consciousness and positive purchase intention of organic products when mediated by perceived food quality. Then, there is a positive relationship between perceived food quality and purchase intention of organic products when moderated by price sensitivity. Then, there is an indirect relationship between environmental consciousness on purchase intention of organic products through perceived food quality which is positive when moderated by price sensitivity.

Keywords: *Organic Products, East Java & Co, Generation Z, Environmental Consciousness, Perceived Food Quality, Price Sensitivity, Purchase Intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Batasan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Tinjauan Teori	12
2.1.1 <i>Environmental Consciousness</i>	12
2.1.2 <i>Perceived Food Quality</i>	13
2.1.3 <i>Price Sensitivity</i>	14
2.1.4 <i>Purchase Intention</i>	15
2.2 Model Penelitian	16

2.3	Hipotesis	16
2.3.1	Hubungan <i>environmental consciousness</i> terhadap <i>purchase intention</i>	16
2.3.2	Hubungan <i>environmental conciusness</i> dan <i>purchase intention</i> produk organik yang dimediasi oleh <i>price sensitivity</i> dari East Java & Co	17
2.3.3	Hubungan <i>perceived food quality</i> dengan <i>purchase intention</i> yang dimoderasi <i>price sensitivity</i> produk organik dari East Java & Co.	18
2.3.4	Hubungan tidak langsung antara <i>environmental consciousness</i> pada <i>purchase intention</i> produk organik melalui <i>perceived food quality</i> yang moderasi oleh <i>price sensitivity</i> .	19
2.4	Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		23
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	23
3.2	Desain Penelitian	25
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.3.1	Target Populasi	28
3.3.2	Sampling Frame	29
3.3.3	Sampling Techniques	30
3.3.4	Sampling Size	31
3.4	Tekhnik Pengumpulan Data	32
3.4.1	Data Primer	32
3.4.2	Data Sekunder	32
3.5	Identifikasi Variabel Penelitian	32
3.5.1	Variabel Eksogen	32
3.5.2	Variabel Endogen	33
3.5.3	Variabel Moderasi	33
3.5.4	Variabel Teramati	33

3.6	Operasionalisasi Variabel	34
3.7	Teknik Analisis Data	37
3.7.1	Uji Data Pre-Test	37
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.7.3	Analisis Data Penelitian	39
BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN		46
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian	46
4.2	Karakteristik Responden Main Test	46
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	47
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Profesi	48
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Domisili	49
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	50
4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Pengetahuan terkait Produk Organik	51
4.2.7	Profil Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian Produk Organik	51
4.2.7	Profil Responden Berdasarkan Pengetahuan Produk Organik dari East Java & Co	53
4.3	Analisis Deskriptif	53
4.3.1	<i>Environmental Consciousness</i>	54
4.3.2	<i>Perceived Food Quality</i>	56
4.3.3	<i>Price Sensitivity</i>	57
4.3.4	<i>Purchase Intention</i>	58
4.4	Uji Instrumen (Pre-Test)	60
4.4.1	Uji Validitas Pre-Test	60
4.4.2	Uji Realibilitas	62

4.5	Uji Instrumen Main Test	63
4.5.1	Uji Measurement Model	64
4.5.2	Hasil Uji Inner Model (Structural Model)	68
4.6	Uji Hipotesis	69
4.7	Interpretasi Hasil Penelitian	71
4.7.1	<i>Environmental consciousness</i> memiliki hubungan yang positif terhadap <i>purchase intention</i> pada produk organik East Java &Co.	71
4.7.2	<i>Perceived food quality</i> akan memediasi hubungan antara <i>environmental consciousness</i> dan <i>purchase intention</i> pada produk organik East Java &Co.	72
4.7.3	<i>Price Sensitivity</i> akan memoderasi hubungan <i>perceived food quality</i> dan <i>purchase intention</i> pada produk organik East Java & Co.	73
4.7.4	<i>Price sensitivity</i> akan memoderasi hubungan tidak langsung antara <i>environmental consciousness</i> pada <i>purchase intention</i> produk organik melalui <i>perceived food quality</i> pada produk organik East Java &Co.	74
4.8	Implikasi Manajerial	75
4.8.1	Upaya dalam menguatkan efek <i>environmental concioussnes</i> terhadap <i>purchase intention</i> pada produk organik East Java & Co.	75
4.8.2	Upaya dalam menguatkan efek hubungan antara <i>environmental consciousness</i> dan <i>purchase intention</i> produk organik East Java & Co apabila di mediasi oleh <i>perceived food quality</i> .	76
4.8.3	Upaya dalam menguatkan efek hubungan <i>perceived food quality</i> dan <i>purchase intention</i> produk organik East Java & Co apabila di moderasi oleh <i>price sensitivity</i> .	78
4.8.4	Upaya dalam menguatkan efek hubungan tidak langsung antara <i>environmental consciousness</i> pada <i>purchase intention</i> produk organik East Java & Co apabila di moderasi oleh <i>price sensitivity</i> .	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	83
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	91



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 - Daftar Merek Produk Organik di Indonesia	5
Tabel 2.1 - Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 - Perbedaan Exploratory Research dan Conclusive Research	27
Tabel 3.2 - Tabel Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3.3 - Tabel Syarat Uji Validitas	38
Tabel 3.4 - Tabel Syarat Uji Validitas	41
Tabel 4.1 - Skala Interval Deskriptif	54
Tabel 4.2 - Tanggapan Responden Variabel Environmental Consciousness	54
Tabel 4.3 - Tanggapan Responden Variabel Perceived Food Quality	56
Tabel 4.4 - Tanggapan Responden Variabel Price Sensitivity	57
Tabel 4.5 - Tanggapan Responden Variabel Purchase Intention	59
Tabel 4.6 – Hasil Uji Validitas Pre-Test	60
Tabel 4.7 – Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test	62
Tabel 4.8 – Hasil Uji Convergent Validity Main-Test	64
Tabel 4.9 - Hasil Uji Discriminant Validity Cross Loadings Main Test	66
Tabel 4.10 - Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion Main Test	67
Tabel 4.11 – Hasil Uji Bootstrapping Main - Test	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 – Percentage of Respondents Becoming Environmental Conscious...	2
Gambar 1.2 – Konsumsi Produk Organik saat Pandemi Covid-19 di Indonesia	3
Gambar 1.3 – Who would pay more for sustainable products?	4
Gambar 2.1 – Model Penelitian	16
Gambar 3.1 – Logo East Java & Co.....	23
Gambar 3.2 – Produk East Java & Co.....	24
Gambar 3.3 – Produk Juara Java & Co	24
Gambar 3.4 – Research Design.....	25
Gambar 3.5 – Proses Sampling Design.....	28
Gambar 3.6 – Variabel Eksogen	32
Gambar 3.7 – Variabel Endogen.....	33
Gambar 4.1 – Data Jenis Kelamin Responden.....	46
Gambar 4.2 – Data Usia Responden	47
Gambar 4.3 – Data Profesi Responden	48
Gambar 4.4 – Data Domisili Responden.....	49
Gambar 4.5 – Data Pendapatan Responden	50
Gambar 4.6 – Data Pengetahuan Responden terkait Produk Organik	51
Gambar 4.7 – Data Pembelian Produk Organik Responden.....	52
Gambar 4.8 – Data Awareness Responden Produk East Java & Co.....	53
Gambar 4.9 – Hasil Uji Measurement Model	64
Gambar 4.10 – Hasil Data Berdasarkan Hipotesis.....	71
Gambar 4.11 – Contoh Konten Green Harmony	76
Gambar 4.12 – Contoh Konten Green Harmony	78
Gambar 4.13 – Strawberry Jam.....	79
Gambar 4.14 – Testimoni Produk East Java & Co	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Jurnal Utama.....	91
Lampiran B : Turnitin	92
Lampiran C : Receipt Turnitin	93
Lampiran D : Kuesioner Google Form	94
Lampiran E : Hasil Olah Data SmartPLS	101
Lampiran F : Hasil Olah Data SPSS	103
Lampiran G : Pengumpulan Responden	109

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA