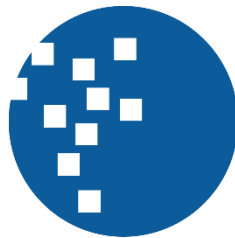


ANALISIS PENGARUH *PROMOTION OF FOOD DELIVERY SERVICE, KNOWLEDGE, SUBJECTIVE NORMS* TERHADAP *PRICE CONSCIOUSNESS, PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL AND ATTITUDE*, SERTA IMPLIKIAS PADA *SUSTAINABLE BEHAVIOR TOWARD FOOD WASTE*: TELAAH PADA *FOOD DELIVERY* GENERASI Z DI INDONESIA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Yonatan

0000050514

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

ANALISIS PENGARUH *PROMOTION OF FOOD DELIVERY SERVICE, KNOWLEDGE, SUBJECTIVE NORMS* TERHADAP *PRICE CONSCIOUSNESS, PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL AND ATTITUDE*, SERTA IMPLIKIAS PADA *SUSTAINABLE BEHAVIOR TOWARD FOOD WASTE*: TELAAH PADA *FOOD DELIVERY* GENERASI Z DI INDONESIA



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Yonatan

0000050514

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yonatan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000050514
Program Studi : Management
Jenjang : S1
Laporan Magang dengan judul:

Analisis pengaruh *promotion of food delivery service, knowledge, subjective norms* terhadap *price consciousness, perceived behavioural control and attitude*, serta implikasi pada *sustainable behavior toward food waste*: telaah pada *food delivery* generasi z di indonesia merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Mei 2024



Yonatan

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH PROMOTION OF FOOD DELIVERY SERVICE, KNOWLEDGE, SUBJECTIVE NORMS TERHADAP PRICE CONSCIOUSNESS, PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL AND ATTITUDE, SERTA IMPLIKIAS PADA SUSTAINABLE BEHAVIOR TOWARD FOOD WASTE: TELAHAH PADA FOOD DELIVERY GENERASI Z DI INDONESIA

Oleh

Nama : Yonatan

NIM : 00000050514

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Mei 2024

Pembimbing



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.

0321107801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

03230478

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH PROMOTION OF FOOD DELIVERY SERVICE, KNOWLEDGE, SUBECTIVE NORMS TERHADAP PRICE CONSCIOUSNESS, PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL AND ATTITUDE, SERTA IMPLIKASI PADA SUSTAINABLE BEHAVIOR TOWARD FOOD WASTE: TELAAH PADA FOOD DELIVERY GENERASI Z DI INDONESIA

Oleh
Nama : Yonatan
NIM : 00000050514
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

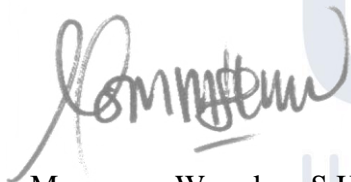
Telah diujikan pada hari,
Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan


LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H.
NIDN 0301078204


Ika Yanuarti, S.E., M.S.F.
NIDN 0708017601

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


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


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN 03230478

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yonatan
NIM : 00000050514
Program Studi : Management
Jenjang : S1
Jenis Karya Ilmiah : *ANALISIS PENGARUH PROMOTION OF FOOD DELIVERY SERVICE, KNOWLEDGE, SUBECTIVE NORMS TERHADAP PRICE CONSCIOUSNESS, PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL AND ATTITUDE, SERTA IMPLIKASI PADA SUSTAINBABLE BEHAVIOR TOWARD FOOD WASTE: TELAAH PADA FOOD DELIVERY GENERASI Z DI INDONESIA.*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 13 Mei 2024



Yonatan

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul: *ANALISIS PENGARUH PROMOTION OF FOOD DELIVERY SERVICE, KNOWLEDGE, SUBECTIVE NORMS TERHADAP PRICE CONSCIOUSNESS, PERCEIVED BEHAVIOURAL CONTROL AND ATTITUDE, SERTA IMPLIKASI PADA SUSTAINBABLE BEHAVIOR TOWARD FOOD WASTE: TELAAH PADA FOOD DELIVERY GENERASI Z DI INDONESIA* dengan baik dan tepat pada waktunya. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dari bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Anna Riana Putriya, S.E., M.Si, sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motiasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H, selaku ketua sidang dan Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, selaku penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan menganalisis tugas akhir yang telah dibuat.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman terdekat peneliti di Universitas Multimedia Nusantara yang memberi dukungan (Darren Chan, Christopher Richard Gunawan, Dhaniel Priambodo, Nadya Bevis, Pricilla Agatha dan Vadreyna)

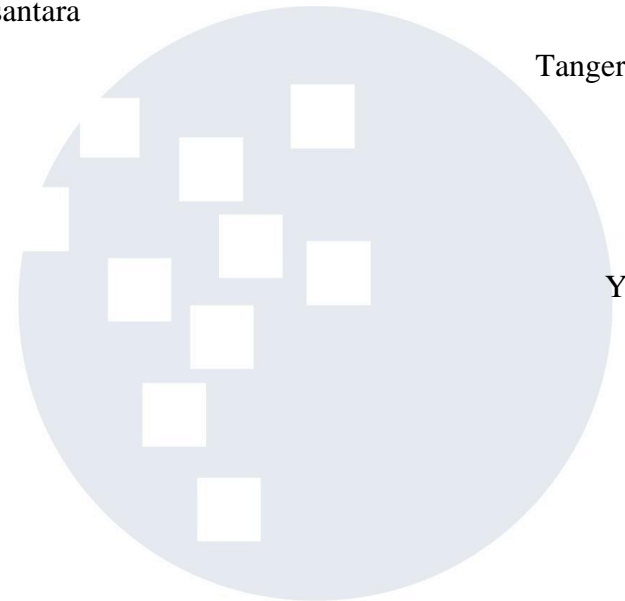
8. Responden yang telah menjawab pertanyaan kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Mei 2024



Yonatan



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**ANALISIS PENGARUH *PROMOTION OF FOOD DELIVERY SERVICE, KNOWLEDGE, SUBJECTIVE NORMS* TERHADAP *PRICE CONSCIOUSNESS, PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL AND ATTITUDE*, SERTA IMPLIKASINYA PADA *SUSTAINABLE BEHAVIOR TOWARD FOOD WASTE*:
TELAAH PADA *FOOD DELIVERY* GENERASI Z DI
INDONESIA**

Yonatan

ABSTRAK

Penelitian ini mengidentifikasi dua masalah utama yang dihadapi oleh Indonesia: pertumbuhan cepat populasi dan peningkatan masalah sampah, terutama sampah plastik dan makanan. Dengan Generasi Z yang mendominasi populasi, layanan pengiriman makanan menjadi tren signifikan, namun juga berkontribusi pada pemborosan makanan dan volume sampah. *Promotion of Food Delivery Service* menjadi strategi utama, meskipun dapat memicu konsumsi berlebihan. *Knowledge* dan *Attitude* konsumen tentang dampak buruk pemborosan makanan masih belum sepenuhnya mencerminkan dalam perilaku konsumsi. Penelitian ini menggunakan metode PLS-SEM dan SmartPLS versi 4.0 untuk mengukur pengaruh variabel *Promotion, Knowledge, Subjective Norms, Price Consciousness, Perceived Behavioural Control*, dan *Attitude* pada *Sustainable Behavior toward Food Waste*. Temuan menunjukkan bahwa variabel Promosi, Pengetahuan, Norma Subjektif, Kesadaran Harga, Kontrol Perilaku yang Dirasakan, dan Sikap memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Pengurangan Pemborosan Makanan yang Berkelanjutan. Implikasi dari penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana meminimalkan pemborosan makanan, terutama di kalangan Generasi Z di Indonesia, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi.

Kata kunci: Generasi Z, *Food Delivery Service, Sustainable Behavior toward Food Waste*

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PROMOTION OF FOOD DELIVERY SERVICE, KNOWLEDGE, SUBJECTIVE NORMS ON PRICE CONSCIOUSNESS, PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL, AND ATTITUDE, AND ITS IMPLICATIONS ON SUSTAINABLE BEHAVIOR TOWARD FOOD WASTE: A STUDY ON GENERATION Z FOOD DELIVERY IN INDONESIA

Yonatan

ABSTRACT (English)

This study identifies two main problems faced by Indonesia: rapid population growth and increasing issues of waste, especially plastic and food waste. With Generation Z dominating the population, food delivery services have become a significant trend, but also contribute to food waste and waste volume. Promotion of Food Delivery Service is the primary strategy, although it can trigger overconsumption. Consumers' knowledge and attitude regarding the adverse effects of food waste still do not fully reflect in consumption behavior. This research employs the PLS-SEM and SmartPLS version 4.0 methods to measure the influence of variables such as Promotion, Knowledge, Subjective Norms, Price Consciousness, Perceived Behavioral Control, and Attitude on Sustainable Behavior toward Food Waste. Findings indicate that Promotion, Knowledge, Subjective Norms, Price Consciousness, Perceived Behavioral Control, and Attitude significantly influence Sustainable Behavior toward Food Waste Reduction. The implications of this study provide a more comprehensive understanding of how to minimize food waste, particularly among Generation Z in Indonesia, by considering factors influencing consumption behavior.

Keywords: *Generation Z, Food Delivery Service, Sustainable Behavior toward Food Waste*

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR 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 (English)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Batasan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Tinjauan Literatur	16
2.1.1 Promotion of Food Delivery Service Application	16
2.1.2 Knowledge Related Responsible Food Waste	17
2.1.3 Price Conciusness	18
2.1.4 Attitude	18
2.1.5 Perceived Behavioural Control	19
2.1.6 Subjective norms	19
2.1.7 Sustainable Food Waste Behaviour	20
2.2 Model Penelitian	21
2.3 Hipotesis	22
2.3 1 Pengaruh Promotion terhadap Price Consciousness	22

2.3.2 Pengaruh Promotion terhadap Perceived Behavioural Control	22
2.3.3 Pengaruh Knowledge terhadap Perceived Behaviour Control	23
2.3.4 Pengaruh <i>Knowledge</i> terhadap <i>Attitude</i>	23
2.3.5 Pengaruh Subjective Norms terhadap Attitude.....	24
2.3.6 Pengaruh Price Consciousness terhadap Sustainable Food Waste Behaviour.....	24
2.3.7 Pengaruh Perceived Behavioural Control terhadap Sustainable Food Waste Behaviour	25
2.3.8 Pengaruh Attitude terhadap Sustainable Food Waste Behavior	26
2.4 Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
3.2 Desain Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel	37
3.3.2.1 Sampel Frame.....	38
3.3.2.2 Sampel Tecnique.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Periode Penelitian	40
3.4.2 Pengumpulan Data.....	41
3.4.3 Proses Penelitian.....	41
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian	42
3.5.1 Variabel Eksogen.....	42
3.5.2 Variabel Endogen	43
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.7.2 Analisis Data Penelitian.....	49
3.7.2.1 <i>Outer Model</i>	50
3.7.2.2 Inner Model.....	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Karakteristik Responden.....	52

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.2 Karakteristik Reponden Berdasarkan Terakhir Kali Memesan Makanan	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	53
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Aplikasi	54
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi Utama.....	55
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	56
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Memesan Makanan/Minuman Melalui Aplikasi Online	57
4.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Untuk Food Delivery	58
4.2 Analisis Statistik.....	58
4.2.1 Promotion of Food Delivery Service Application	59
4.2.2 Knowledge Related Responsible Food Waste	61
4.2.3 Price Consciousness.....	62
4.2.4 Attitude	63
4.2.5 Perceived Behavioural Control.....	65
4.2.6 Subjective Norms.....	66
4.2.7 Sustainable Food Waste Behaviour	67
4.3 Uji Instrumen Pre – Test	69
4.3.1 Uji Validitas Pre – Test.....	69
4.3.2 Uji Reliabilitas Pre – Test.....	70
4.4 Uji Instrumen Main Test	71
4.4.1 Outer Model.....	71
4.4.2 Uji Validitas <i>Main Test</i>	72
4.4.3 Uji Reliabilitas <i>Main Test</i>	73
4.4.4 Hasil Discriminant Validity Main-Test	74
4.4.5 Hasil Discriminant Validity Main-Test	75
4.4.6 Hasil Discriminant Validity Main-Test	76
4.5 Hipotesis dan Pembahasan	77
4.6 Implikasi Manajerial.....	83

4.6.1 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Promotion of Food Delivery Service</i> terhadap <i>Price Consciousness</i>	83
4.6.2 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Promotion of Food Delivery Service</i> terhadap <i>Perceived Behavioural Control</i>	83
4.6.3 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Knowledge</i> terhadap <i>Perceived Behavioural Control</i>	84
4.6.4 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Knowledge</i> terhadap <i>Attitude</i>	84
4.6.5 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Subjective Norms</i> terhadap <i>Attitude</i> .	85
4.6.6 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Price Consciousness</i> terhadap <i>Sustainable Food Waste Behavior</i>	85
4.6.7 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Perceived Behavioural Control</i> terhadap <i>Sustainable Food Waste Behavior</i>	86
4.6.8 Upaya Dalam Memperkuat Efek <i>Attitude</i> terhadap <i>Sustainable Food Waste Behavior</i>	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	90
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	102



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	43
Tabel 4.1 Kategori Kelompok Interval Mean	59
Tabel 4.2 Penilaian Variabel <i>Promotion of Food Delivery Service Application</i> ..	59
Tabel 4.3 Penilaian Variabel <i>Knowledge Related Responsible Food Waste</i>	61
Tabel 4.4 Penilaian Variabel <i>Price Consciousness</i>	62
Tabel 4.5 Penilaian Variabel <i>Attitude</i>	63
Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>Perceived Behavioural Control</i>	65
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>Subjective Norms</i>	66
Tabel 4.8 Penilaian Variabel <i>Sustainable Food Waste Behaviour</i>	67
Tabel 4.9 Uji Validitas <i>Pre - Test</i>	69
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Main Test</i>	72
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas <i>Main Test</i>	73
Tabel 4.13 Hasil <i>Discrimant Validity Main-Test Cross Loading Factor</i>	74
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion Main-Test Fornell – Larcker</i>	75
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion Main-Test Fornell – Larcker</i>	76
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Path Coefficient Direct Effects</i>	77

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan populasi Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Penduduk Indonesia menurut generasi.....	2
Gambar 1.3 Volume timbunan sampah Nasional	3
Gambar 1.4 Komposisi sampah berdasarkan jenis sampah tahun 2021	4
Gambar 1.5 Diagram jumlah responden yang tertarik memesan makanan karena promosi.....	6
Gambar 1.6 Diagram jumlah responden tentang pengetahuan konsumen.....	7
Gambar 1.7 Diagram jumlah responden tentang sikap konsumen.....	8
Gambar 1.8 Diagram jumlah responden tentang kesadaran harga.....	9
Gambar 1.9 Diagram jumlah responden tentang perilaku konsumen	10
Gambar 1.10 Diagram jumlah responden tentang norma subjektif	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	21
Sumber : Kristia et al. (2023).....	21
Gambar 3.1 Aplikasi Digital Food Delivery Service	32
Gambar 3.2 Jenis Desain Penelitian.....	34
Gambar 3.3 Tahapan Proses Sampling	37
Gambar 3.4 Teknik Sampling	38
Gambar 3.5 Variabel Eksogen	42
Gambar 3.6 Variabel Endogen.....	43
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Terakhir Kali Memesan Makanan	53
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	53
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Aplikasi.....	54
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mereka Memesan Makanan/Minuman Menggunakan Aplikasi Online	57
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	58
Gambar 4.11 Hasil Akhir Uji Hipotesis.....	82
Gambar 4.12 Contoh Design Food Delivery Service yang Mempunyai Fitur Atur Porsi Makanan.....	83

Gambar 4.13 Contoh Design Aplikasi Food Delivery yang Mempunyai Fitur Memprediksi Permintaan Makanan 84
Gambar 4.14 Contoh Design Inovasi Layanan 85
Gambar 5.1 Model Penelitian yang Disarankan 91

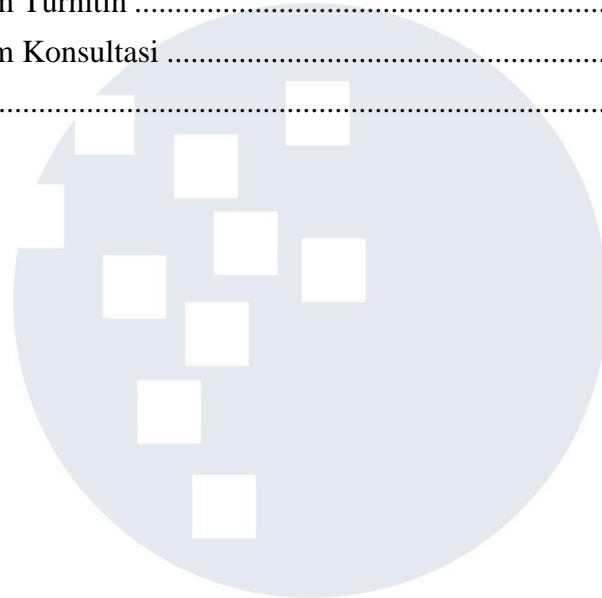


UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2 Form Jurnal Utama	114
Lampiran 3 Form Hasil Uji Main Test.....	115
Lampiran 4 Form Turnitin	118
Lampiran 5 Form Konsultasi	119
.....	102



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA