

**ANALISIS PENGARUH *ATTITUDE TOWARD FROZEN MEAT*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION*: TELAAH PADA
CALON KONSUMEN SOSIS SONICE**



SKRIPSI

**RIZQI FATHA MUHAMMADIAH
0000052217**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**ANALISIS PENGARUH *ATTITUDE TOWARD FROZEN MEAT*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION*: TELAAH PADA
CALON KONSUMEN SOSIS SONICE**



AMAN JUDUL
SKRIPSI

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

RIZQI FATHA MUHAMMADIAH
0000052217

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rizqi Fatha Muhammadiyah

Nomor Induk Mahasiswa : 00000052217

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

**"Analisis pengaruh *attitude toward frozen meat* terhadap *purchase intention* :
telaah pada calon konsumen sosis sonice"**

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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 25 Desember 2024



(Rizqi Fatha Muhammadiyah)

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *ATTITUDE TOWARD FROZEN MEAT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*: TELAAH PADA CALON KONSUMEN SOSIS SONICE

Oleh

Nama : Rizqi Fatha Muhammadiyah
NIM : 00000052217
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Bisnis

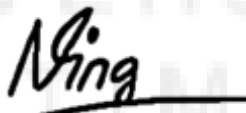
Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 03 Januari 2025

Pembimbing



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

Ketua Program Studi



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH *ATTITUDE TOWARD FROZEN MEAT*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION*: TELAAH PADA
CALON KONSUMEN SOSIS SONICE**

Oleh

Nama : Rizqi Fatha Muhammadiyah
NIM : 00000052217
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025
Pukul 12.30 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



(Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.)

NIDN : 0320089001



(Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidayat,
S.M.B., M.M)

NIDN : 0705069103

Pembimbing



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

NIDN: 0323047801

Ketua Program Studi



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

NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizqi Fatha Muhammadiyah
NIM : 00000052217
Program Studi : Manajemen
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah : **“Analisis Pengaruh *Attitude Toward Frozen Meat* Terhadap *Purchase Intention*: Telaah Pada Calon Konsumen Sosis Sonice”**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- 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 bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 25 Desember 2024



(Rizqi Fatha Muhammadiyah)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UM

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan rasa syukur yang sebesar besarnya atas terselesainya penulisan Laporan Kerja Magang ini yang berjudul: “**Analisis Pengaruh *Attitude Toward Frozen Meat Terhadap Purchase Intention: Telaah Pada Calon Konsumen Sosis Sonice***“ yang dilaksanakan dalam usaha memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan program gelar S1 Jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara Tangerang. Penulis akui bahwa tanpa adanya bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak terkait, dari saat masa perkuliahan, saat masa praktek kerja magang sampai dengan pada proses penyusunan tugas akhir ini sangatlah sulit bagi penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., sebagai Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos., MBM , sebagai Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, SE, M.S.M, sebagai Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, SE, M.S.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang memberikan motivasi dan dukungan material maupun moral yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktunya.
6. Seluruh rekan-rekan penulis yang senantiasa memberikan dukungan bantuan berupa motivasi dan saran yang berguna bagi penulis.

Penelitian juga menyadari bahwa Skripsi yang peneliti tulis masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang peneliti yang dapat diharapkan supaya kedepannya jauh lebih baik dan dijadikan pembelajaran yang sangat berharga,

Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti dari awal mulai melakukan skripsi sampai proses penulisan. Semoga karya tulis skripsi dapat memberikan manfaat serta ilmu bagi pembaca.

Tangerang, 25 Desember 2024



(Rizqi Fatha Muhammadiyah)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS PENGARUH *ATTITUDE TOWARD FROZEN MEAT* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*: TELAAH PADA CALON KONSUMEN SOSIS SONICE

Rizqi Fatha Muhammadiyah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh persepsi kandungan gizi (*perceived nutritional content*), daya tarik sensorik (*perceived sensory appeal*), dan persepsi harga (*perceived price*) terhadap sikap konsumen (*attitude toward*) serta niat membeli (*purchase intention*) produk sosis merek So Nice. Produk olahan daging, seperti sosis, menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat di pasar Indonesia. Penurunan signifikan dalam penjualan So Nice menjadi latar belakang penelitian ini. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner online yang diisi oleh 125 responden berusia 16-40 tahun, dengan 108 data yang valid untuk dianalisis. Responden dipilih berdasarkan pengalaman mereka mengonsumsi produk sosis dari berbagai merek, termasuk So Nice. Metode analisis yang digunakan adalah *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), yang memungkinkan pengujian hubungan antara variabel eksogen dan endogen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kandungan gizi, daya tarik sensorik, dan persepsi harga secara signifikan memengaruhi sikap konsumen terhadap produk sosis So Nice. Sikap konsumen ini, pada gilirannya, memengaruhi niat membeli secara positif. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi produsen So Nice dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti penekanan pada nilai gizi, daya tarik sensorik, dan penyesuaian harga untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Kata Kunci : persepsi kandungan gizi, daya tarik sensorik, persepsi harga, sikap konsumen, niat membeli, produk olahan daging, PLS-SEM, strategi pemasaran, So Nice

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF ATTITUDE TOWARD FROZEN MEAT ON PURCHASE INTENTION: A STUDY OF POTENTIAL CONSUMERS OF SO NICE SAUSAGES

Rizqi Fatha Muhammadiyah

ABSTRACT

This research aims to identify and analyze the influence of perceived nutritional content, perceived sensory appeal and perceived price on consumer attitudes and purchase intention of branded sausage products. So Nice. Processed meat products, such as sausages, face the challenge of increasingly fierce competition in the Indonesian market. The significant decline in So Nice's sales is the background to this research. Primary data was collected through an online questionnaire filled in by 125 respondents aged 16-40 years, with 108 valid data for analysis. Respondents were selected based on their experience consuming sausage products from various brands, including So Nice. The analytical method used is Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), which allows testing the relationship between exogenous and endogenous variables. The results showed that perceived nutritional content, sensory appeal, and perceived price significantly influenced consumer attitudes towards So Nice sausage products. These consumer attitudes, in turn, positively influence purchase intentions. This research provides practical implications for So Nice producers in designing more effective marketing strategies, such as emphasizing nutritional value, sensory appeal, and price adjustments to increase competitiveness in the market.

Keywords: *perceived nutritional content, sensory appeal, perceived price, attitudes towards, purchase intention, processed meat products, PLS-SEM, marketing strategy, So Nice.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Batasan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Tinjauan Teori.....	13
2.1.1 <i>Perceived Nutritional Content</i>	13
2.1.2 <i>Perceived Sensory Appeal</i>	14
2.1.3 <i>Perceived Price</i>	15
2.1.4 <i>Attitude Toward Frozen Meat</i>	16
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	18
2.1.6 <i>Theory of Planned Behavior</i>	19
2.1.7 <i>Theory of Reasoned Action</i>	22
2.2 Model Penelitian	23
2.3 Hipotesis Penelitian.....	23
2.4 Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
3.1.1 Sosis So Nice	29
3.2 Desain Penelitian.....	32
3.3 Sumber Data Primer dan Sekunder	35
3.3.1 Data Primer.....	35
3.3.2 Data Sekunder	36
3.4 Populasi	36
3.5 Teknik Sampling	36
3.6 Sampel.....	38

3.7	Menentukan Ukuran Sampel	40
3.8	Teknik Pengumpulan Data	41
3.9	Operasionalisasi Variabel	42
3.10	Teknik Analisis Data	46
3.11	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.11.1	Uji Validitas	47
3.11.2	Uji Reliabilitas	47
3.12	Analisis Data Penelitian	48
3.12.1	Analisis Data Main-Test Menggunakan Structural Equation Model (SEM)	48
3.12.2	Tahapan PLS-SEM	48
3.13	Identifikasi Variabel Penelitian	51
3.13.1	Variabel Eksogen	51
3.13.2	Variabel Endogen	52
3.14	Uji Hipotesis	53
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian	54
4.2	Karakteristik Responden Profil Main-Test	54
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Domisili	56
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Profesi	57
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran per Bulan untuk Membeli Makanan Olahan	58
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Merek Sosis Yang Sering Dibeli	59
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Makanan Olahan Yang Sering Dibeli	60
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Membeli Sosis So Nice	61
4.3	Analisis Deskriptif	62
4.3.1	<i>Perceived Nutritional Content</i>	63
4.3.2	<i>Perceived Sensory Appeal</i>	65
4.3.3	<i>Perceived Price</i>	66
4.3.4	<i>Attitude Toward Frozen Meat</i>	68
4.3.5	<i>Purchase Intention</i>	69
4.4	Uji Intrument <i>Pre-test</i>	71
4.4.1	Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Tahap 1	71
4.4.2	Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Tahap 2	72
4.4.3	Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i> Tahap 1	73
4.4.4	Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i> Tahap 2	74
4.5	Uji Instrumen <i>Main-Test</i>	75
4.5.1	Hasil Uji <i>Outer Model</i>	76
4.5.2	Hasil Uji <i>Inner Model (Structural Model)</i> Tahap 1	80
4.6	Uji Hipotesis	83
4.7	Interprestasi Hasil Penelitian	86

4.7.1	<i>Pengaruh Perceived Nutritional Content Terhadap Attitude Toward Frozen Meat</i>	86
4.7.2	<i>Pengaruh Perceived Nutritional Content Terhadap Purchase Intention</i>	87
4.7.3	<i>Pengaruh Perceived Sensory Appeal Terhadap Attitude Toward Frozen Meat</i>	87
4.7.4	<i>Pengaruh Perceived Sensory Appeal Terhadap Purchase Intention</i>	88
4.7.5	<i>Pengaruh Perceived Price Terhadap Attitude Toward Frozen Meat</i>	88
4.7.6	<i>Pengaruh Perceived Price Terhadap Purchase Intention</i>	89
4.7.7	<i>Pengaruh Attitude Toward Frozen Meat Terhadap Purchase Intention</i>	89
4.8	Implikasi Manajerial.....	90
4.8.1	Upaya Dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Perceived Nutritional Content</i> Terhadap <i>Attitude Toward Frozen Meat</i>	90
4.8.2	Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Perceived Price</i> terhadap <i>Attitude Toward Frozen Meat</i>	92
4.8.3	Upaya dalam Meningkatkan Pengaruh <i>Attitude Toward Frozen Meat</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		96
5.1	Simpulan.....	96
5.2	Saran.....	98
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	98
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	99
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN		103



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel	45
Tabel 3.2	Kriteria Uji Validitas	47
Tabel 3.3	Kriteria Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.1	Tabel Skala Interval Analisis Deskriptif.....	63
Tabel 4.2	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Nutritional Content</i>	63
Tabel 4.3	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Sensory Appeal</i>	65
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Price</i>	66
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Attitude Toward Frozen Meat</i>	68
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	69
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i> Tahap 1	71
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i> Tahap 2	73
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i> Tahap 1	74
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i> Tahap 2	75
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Convergent Validity Main-Test</i> Tahap 1	77
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	77
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>discriminant Validity Cross Loading</i> Tahap 1.....	79
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>discriminant Validity Cross Loading</i> Tahap 2.....	79
Tabel 4.15	Hasil <i>Fornell Larcker's</i> Tahap 1	80
Tabel 4.16	Hasil <i>Fornell Larcker's</i> Tahap 2	80
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>Boostraping Main-test</i> Tahap 1	82
Tabel 4.18	Hasil Uji <i>Boostraping Main-test</i> Tahap 2.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Meat Consumption has Grown Faster	1
Gambar 1.2 Perkembangan Konsumsi Daging Sapi di Indonesia	2
Gambar 1.3 Top Brand Sosis Terlaris.....	4
Gambar 1.4 Data Penjualan 10 Top Brand Frozen Food di E-Commerce	4
Gambar 1.5 Top Brand Index.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 3.1 Logo Sosis So Nice	29
Gambar 3.2 Varian Sosis So Nice.....	30
Gambar 3.3 Website Sosis So Nice.....	31
Gambar 3.4 Desain Penelitian.....	33
Gambar 3.5 Klasifikasi <i>Sampling Techniques</i>	36
Gambar 3.6 Proses Desain Sampling	39
Gambar 3.7 Tahapan PLS-SEM	49
Gambar 3.8 Contoh Variabel Eksogen.....	51
Gambar 3.9 Contoh Variabel Endogen	52
Gambar 4.1 Responden Jenis Kelamin	55
Gambar 4.2 Data Usia Responden	56
Gambar 4.3 Data Domisili Responden.....	57
Gambar 4.4 Data Profesi Responden	58
Gambar 4.5 Data Anggaran Yang Dikeluarkan Responden Untuk Membeli Makanan Olahhan	59
Gambar 4.6 Kategori Produk Merek Sosis Yang Sering Dibeli	60
Gambar 4.7 Kategori Produk Makanan Olahhan Yang Sering Dibeli.....	61
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Pernah Membeli Sosis So Nice	62
Gambar 4.9 Hasil Uji Outer Model Tahap 2.....	76
Gambar 4.10 <i>Structural Model (Inner Model)</i> Tahap 1	81
Gambar 4.11 <i>Structural Model (Inner Model)</i> Tahap 2.....	81
Gambar 4.12 Hasil Uji Hipotesis	86
Gambar 4.13 Ilustrasi Meningkatkan Pengaruh <i>Perceived Nutritional Content</i> Terhadap <i>Attitude Toward Frozen Meat</i>	91
Gambar 4.14 Ilustrasi Meningkatkan Pengaruh <i>Perceived Price</i> Terhadap <i>Attitude Toward Frozen Meat</i>	93
Gambar 4.15 Ilustrasi Meningkatkan Pengaruh <i>Attitude Toward Frozen Meat</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Konsultasi Skripsi Prodi Manajemen	103
Lampiran 2. Hasil Olah Data Pre-Test Tahap 1	104
Lampiran 3. Hasil Olah Data Pre-Test Tahap 2	109
Lampiran 4. Hasil Olahan Data Main-Test Tahap 1	114
Lampiran 5. Hasil Olahan Data Main-Test Tahap 2	117
Lampiran 6. Kuisisioner	122
Lampiran 7. Hasil Pengecekan Turnitin.....	132
Lampiran 8. Jurnal Utama.....	141

