ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PRODUK DAGING ALTERNATIF BERBASIS NABATI DI JABODETABEK

ASTRID PUTRI HANDAYANI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
Perpustakaan IPB University

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Daging Alternatif Berbasis Nabati Di Jabodetabek" adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2026

Astrid Putri Handayani
K1501212166

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
Perpustakaan IPB University

RINGKASAN

ASTRID PUTRI HANDAYANI. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Daging Alternatif Berbasis Nabati Di Jabodetabek. Dibimbing oleh LILIK NOOR YULIATI dan NIMMI ZULBAINARNI.

Kesadaran masyarakat Indonesia terhadap kesehatan meningkat terutama setelah pandemi, sehingga mendorong berkembangnya pola konsumsi makanan berbasis nabati. Produk daging alternatif berbasis nabati dipandang sebagai pilihan yang lebih sehat dan ramah lingkungan dibandingkan daging konvensional, namun tingkat adopsinya masih rendah. Tantangan utama berkaitan dengan persepsi konsumen. Demikian penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli terhadap produk daging alternatif berbasis nabati khususnya merek *GreenRebel*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *theory of planned behavior (TPB)* dan *Health belief model (HBM)* serta menambahkan variabel *content marketing* untuk menggambar pengaruh strategi komunikasi digital terhadap perilaku konsumen. Pada TPB terdapat tiga variabel, yaitu *attitude, seubjective norm, perceived behavioral control.* Kemudian pada HBM variabel yang dianalisis mencakup *perceived susceptibility, perceived severity, perceived barrier* dan *perceived benefit.* Data primer diperoleh dari 238 responden yang berdomisili di Jabodetabek, diatas 17 tahun dan yang mengetahui produk *GreenRebel* dan pernah melihat konten pemasaran *GreenRebel* di Instagram. Data terkait variabel-variabel kemudian dianalisis menggunakan SEM-PLS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan berusia 25-34 tahun, berpendidikan tinggi (S1/D4) dan memiliki gaya hidup sehat. Sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta dengan pendapatan berkisar Rp. 5.000.000 sampai dengan Rp. 9.999.999. Kemudian Sebagian besar responden mengkonsumsi daging satu sampai tiga kali perbulan dengan pengeluaran pembelian daging sebesar Rp. 200.000 sampai dengan Rp. 399.999. Faktor yang terbukti signifikan berpengaruh terhadap sikap adalah *perceived benefit, perceived barrier* dan *content marketing.* Kemudian yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli adalah *attitude, subjective norm* dan *perceived behavioral control.* Variabel *perceived benefit, perceived barrier* dan *content marketing* juga berpengaruh terhadap minat beli melalui *attitude.* Beberapa implikasi manajerial bagi produk daging alternatif berbasis nabati dapat dihasilkan dari temuan penelitian ini

Kata kunci: Daging Alternatif, Minat Beli, *Theory of Planned Behavior*

IPB University Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
IPB University
Perpustakaan IPB University

IPB University
Bogor Indonesia
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan IPB University

SUMMARY

ASTRID PUTRI HANDAYANI. Analysis of Factor Influencing Purchase Intention Toward Plant-based Alternative Meat Products in Jabodetabek. Supervised by LILIK NOOR YULIATI and NIMMI ZULBAINARNI.

Public awareness of health in Indonesia has increased, particularly after the COVID-19 pandemic, which has encouraged the development of plant-based dietary consumption patterns. Plant-based meat alternative products are perceived as healthier and more environmentally friendly options compared to conventional meat; however, their adoption rate remains relatively low. The main challenges are closely related to consumer perceptions. Therefore, this study aims to analyze the factors influencing purchase intention toward plant-based meat alternative products, specifically the Green Rebel brand.

This study adopts the Theory of Planned Behavior (TPB) and the Health Belief Model (HBM), with the addition of the content marketing variable to examine the influence of digital communication strategies on consumer behavior. The TPB framework consists of three variables: *attitude, subjective norm,* and *perceived behavioral control*. Meanwhile, the HBM variables analyzed include *perceived susceptibility, perceived severity, perceived barriers,* and *perceived benefits*. Primary data were collected from 238 respondents residing in the Greater Jakarta area, aged above 17 years, who were aware of the Green Rebel brand and had been exposed to Green Rebel's marketing content on Instagram. The data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS).

The results indicate that the majority of respondents were female, aged 25–34 years, highly educated (bachelor's degree or equivalent), and had a healthy lifestyle. Most respondents were private-sector employees with monthly incomes ranging from IDR 5,000,000 to IDR 9,999,999. In addition, most respondents consumed meat one to three times per month, with monthly meat expenditure ranging from IDR 200,000 to IDR 399,999. The factors that significantly influenced *attitude* were *perceived benefit, perceived barrier,* and *content marketing*. Furthermore, *attitude, subjective norm,* and *perceived behavioral control* were found to have a significant effect on *purchase intention*. The variables *perceived benefit, perceived barrier,* and *content marketing* also indirectly influenced purchase intention through *attitude*. Several managerial implications for plant-based meat alternative products can be derived from the findings of this study.

Keywords: Plant-Based Meat, Theory of Planned Behavior, Purchase Intention

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026[1]
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

IPB University

@Hak cipta milik IPB University

IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PRODUK DAGING ALTERNATIF BERBASIS NABATI DI JABODETABEK

ASTRID PUTRI HANDAYANI

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
IPB University
Perpustakaan IPB University

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

1 Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc.
2 Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
Perpustakaan IPB University

Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Daging Alternatif Berbasis Nabati di Jabodetabek
Nama : Astrid Putri Handayani
NIM : K1501212166

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A.

Digitally signed by:
Lilik Noor Yuliati
Date: 15 Jan 2026 10.46.52 WIB
Verify at disign.ipb.ac.id

Pembimbing 2:
Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi. M.Si.

digitally signed
disign.ipb.ac.id

Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan M.Sc.
NIP 196009161986011001

digitally signed
disign.ipb.ac.id

Dekan Sekolah Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.
NIP 196812291992031016

Digitally signed by:
Noer Azam Achsani
Date: 19 Jan 2026 13.01.16 WIB
Verify at disign.ipb.ac.id

Tanggal Ujian: 22 Desember 2025 Tanggal Lulus:

IPB University
Bogor Indonesia
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan IPB University

PRAKARTA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subahanaahu wa ta'ala atas segala kanuria-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Daging Alternatif Berbasis Nabati Di Jabodetabek*"*.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para dosen pembimbing Prof Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A. dan Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi. M.Si yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Serta ucapan terima kasih kepada dosen moderator Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat, M.Si dan Dr. Ir. Popong Nurhayati M.M. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, abang serta seluruh kerabat yang telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan

Bogor, Januari 2026

Astrid Putri Handayani

IPB University
Bogor Indonesia
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xii
I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan 4
1.4 Manfaat 4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian 5
II TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB) 6
2.2 Health Belief Model (HBM) 7
2.3 Content Marketing 9
2.4 Minat Beli 10
2.5 Pengembangan Hipotesis 10
2.6 Kerangka Pemikiran 13
III METODE 15
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 15
3.2 Populasi dan Sampel 15
3.3 Sumber Data 15
3.4 Teknik Pengumpulan Data 15
3.5 Pengujian Kuesioner 16
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data 16
3.7 Definisi Operasional dan Indikator Variabel 17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN 21
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 21
4.2 Karakteristik Responden Penelitian 21
4.3 Deskripsi Indikator Variabel 24
4.4 Evaluasi Tingkat Kecocokan Model 29
4.5 Implikasi Manajerial 43
4.6 Keterbatasan Penelitian 45
V SIMPULAN DAN SARAN 46
5.1 Simpulan 46
5.2 Saran 46
DAFTAR PUSTAKA 48
LAMPIRAN 56
RIWAYAT HIDUP 67

IPB University
Bogor Indonesia
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan IPB University

DAFTAR TABEL

1 Definisi operasional 17
2 Variabel indikator 18
3 Karakteristik responden penelitian 22
4 Deskripsi pernyataan dimensi *perceived susceptibility* penelitian 25
5 Deskripsi pernyataan dimensi *perceived severity* penelitian 25
6 Deskripsi pernyataan dimensi *perceived benefit* penelitian 26
7 Deskripsi pernyataan dimensi *perceived barrier* penelitian 26
8 Deskripsi pernyataan dimensi sikap penelitian 27
9 Deskripsi pernyataan dimensi *Subjective Norm* penelitian 27
10 Deskripsi pernyataan dimensi PBC penelitian 28
11 Deskripsi pernyataan dimensi *conten marketing* penelitian 28
12 Deskripsi pernyataan dimensi minat beli penelitian 29
13 Nilai *loading factor* dan AVE penelitian 32
14 Nilai *cross loading* 33
15 Nilai *fornell-larcker criterion* 35
16 Reliabilitas setiap variabel penelitian 35
17 Nilai *r-square* penelitian 36
18 Hasil pengaruh langsung penelitian 37
19 Hasil pengaruh tidak langsung penelitian 41

DAFTAR GAMBAR

1 Kerangka pengembangan hipotesis 11
2 Kerangka pemikiran penelitian 14
3 Model SEM-PLS 20
4 Nilai *Loading Factor Model* pengukuran awal penelitian 30
5 Nilai *loading factor model* pengukuran akhir penelitian 31
6 Hasil uji signifikansi penelitian 37

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner Penelitian 57
2 Uji Validitas Pra Penelitian 65
3 Reliabilitas Pra Penelitian 66

IPB University Bogor Indonesia
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan IPB University