

**PENGARUH VIDEO EDUKASI TERHADAP PENGETAHUAN,
SIKAP, DAN NIAT BELI PRODUK MINUMAN KEMASAN
DENGAN KLAIM KURANG GULA PADA REMAJA**

ZAKIA LAILATU RAHMA



**PROGRAM STUDI ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

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 SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Video Edukasi terhadap Pengetahuan, Sikap, dan Niat Beli Produk Minuman Kemasan dengan Klaim Kurang Gula pada Remaja” 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 skripsi ini.

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

Bogor, Juli 2026

Zakia Lailatu Rahma
I2401221013



@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

ABSTRAK

ZAKIA LAILATU RAHMA. Pengaruh Video Edukasi terhadap Pengetahuan, Sikap, dan Niat Beli Produk Minuman Kemasan dengan Klaim Kurang Gula pada Remaja. Dibimbing oleh ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI dan ISMAYANTI PRATIWI.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh video edukasi terhadap pengetahuan, sikap, dan niat beli minuman kemasan dengan klaim kurang gula pada remaja. Penelitian menggunakan *mixed-methods sequential explanatory*, diawali analisis kuantitatif menggunakan *quasi-experiment non-equivalent control group design*, dilanjutkan analisis kualitatif. Subjek penelitian adalah 81 siswa SMAN 1 Dramaga dengan *cluster random sampling*. Data kuantitatif dianalisis dengan uji deskriptif, Mann-Whitney, Cohen's *d effect size*, dan uji SEM. Data kualitatif dianalisis secara tematik. Data dikumpulkan melalui kuesioner *self-reported* dan wawancara mendalam. Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan, sikap, dan niat beli terhadap minuman kemasan dengan klaim kurang gula pada kelompok eksperimen yang diberi perlakuan lebih tinggi daripada kelompok kontrol dengan efek kuat. Temuan kualitatif memperkuat hasil kuantitatif bahwa video edukasi meningkatkan pengetahuan, sikap, dan niat beli kelompok eksperimen. Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap, sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli, dan pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli, baik langsung maupun tidak langsung.

Kata Kunci: klaim kurang gula, niat beli, pengetahuan, remaja, sikap

ABSTRACT

ZAKIA LAILATU RAHMA. The Effect of Educational Videos on Knowledge, Attitudes, and Purchase Intention toward Packaged Beverage Products with *Less sugar* Claims among Adolescents. Supervised by ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI and ISMAYANTI PRATIWI.

This study aimed to analyze the effect of educational videos on adolescents' knowledge, attitudes, and purchase intentions toward packaged beverages with less-sugar claims. The study employed sequential explanatory mixed-methods design, beginning with quantitative using quasi-experimental non-equivalent control group design, followed by qualitative. Participants were 81 students SMAN 1 Dramaga with cluster random sampling. Quantitative data analyzed using descriptive analysis, Mann-Whitney, Cohen's *d effect size*, and SEM. Qualitative data analyzed thematically. Data were collected with self-reported questionnaires and in-depth interviews. Results showed higher knowledge, attitudes, and purchase intentions toward packaged beverages with less-sugar claims in the experimental group than the control group, with strong effect size. Qualitative findings supported the quantitative results, educational videos improved knowledge, attitudes, and purchase intentions among participants in the experimental group. Knowledge had a significant positive effect on attitudes, attitudes had a significant positive effect on purchase intentions, and knowledge had a significant positive effect on purchase intentions direct and indirectly.

Keywords: *adolescents, attitudes, knowledge, low-sugar claims, purchase intentions*



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, tahun 2026¹
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.

PENGARUH VIDEO EDUKASI TERHADAP PENGETAHUAN, SIKAP, DAN NIAT BELI PRODUK MINUMAN KEMASAN DENGAN KLAIM KURANG GULA PADA REMAJA

ZAKIA LAILATU RAHMA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**PROGRAM STUDI ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Risda Rizkillah, S.Si., M.Si.
2. Rahmi Damayanti, S.Si., M.Si.



IPB University
— Bogor Indonesia —

Perpustakaan IPB University



Judul Skripsi : Pengaruh Video Edukasi terhadap Pengetahuan, Sikap, dan Niat
Beli Produk Minuman Kemasan dengan Klaim Kurang Gula
pada Remaja
Nama : Zakia Lailatu Rahma
NIM : I2401221013

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si.
NIP. 196406161989032014



Pembimbing 2:
Ismayanti Pratiwi, S.Si., M.Si.
NIP. 199507142024062003



Diketahui oleh

Plh. Ketua Program Studi S1 Ilmu Keluarga dan
Konsumen:
Ismayanti Pratiwi, S.Si., M.Si.
NIP. 199507142024062003



Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan dan
Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia :
Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si.
NIP. 197211032005012002



Tanggal Ujian:
15 Juli 2026

Tanggal Lulus:
24 Juli 2026



PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim. Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah dengan judul “Pengaruh Video Edukasi terhadap Pengetahuan, Sikap, dan Niat Beli Produk Minuman Kemasan dengan Klaim Kurang Gula pada Remaja” ini berhasil diselesaikan. Penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, motivasi, serta kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada Dr. Ir. Istiqlalayah Muflikhati, M.Si. dan Ibu Ismayanti Pratiwi, S.Si., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, dukungan, motivasi, serta saran selama penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Dr. Susri Adeni, S.Sos., M.A. dan Dr. Irni Rahmayani, S.P., M.M. selaku dosen moderator kolokium dan seminar hasil, serta Risdha Rizkillah, S.Si., M.Si. dan Rahmi Damayanti, S.Si., M.Si. selaku dosen penguji sidang yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyusunan serta perbaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Ir. Dwi Astuti, M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan.

Rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis persembahkan kepada orang tua tercinta, yaitu (Alm.) Bapak Jajang IPA, Ibu Sri Hastuti, Ibu Sutini (nenek), serta adik dan kakak penulis, Fahmi dan Aulia, yang senantiasa memberikan rida, doa, motivasi, serta cinta kasih sepanjang hidup penulis, dan dengan penuh kesabaran menemani setiap proses perjuangan penulis dalam menempuh pendidikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman terdekat penulis, Fildza, Windi, Anggraeni, Zelviana, dan Lulu, yang hingga saat ini selalu menemani, memberikan ruang bagi penulis untuk bercerita, serta menjadi penyemangat selama menjalani hari-hari perkuliahan.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada rekan-rekan terdekat satu jurusan, yaitu Hamidah, Friska, dan Putri, yang selalu menjadi pendengar yang baik dan membersamai penulis selama berkuliah di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen. Selanjutnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman dan seluruh staf Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen angkatan 59 yang telah berjasa selama proses perkuliahan, kepada pihak sekolah beserta siswa/siswi SMAN 1 Dramaga yang telah memberikan izin dan berpartisipasi selama proses pengambilan data, serta kepada kecerdasan buatan (AI) yang telah memudahkan penulis dalam menyusun skripsi.

Tentunya, penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta berkontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Zakia Lailatu Rahma



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i>	8
2.2 Teori ABC Model	8
2.3 Teori Kerucut Pembelajaran	9
2.4 Remaja	10
2.5 Klaim Kurang Gula (<i>Less sugar</i>)	11
2.6 Pengetahuan	12
2.7 Sikap	12
2.8 Niat Beli	13
2.9 Perbedaan Pengetahuan antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol setelah Pemberian Video Edukasi	13
2.10 Perbedaan Sikap antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol setelah Pemberian Video Edukasi	14
2.11 Perbedaan Niat Beli antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol setelah Pemberian Video Edukasi	14
2.12 Pengaruh Pengetahuan terhadap Sikap	15
2.13 Pengaruh Sikap terhadap Niat Beli Produk Minuman Kemasan dengan Klaim Kurang Gula	15
2.14 Pengaruh Pengetahuan terhadap Niat Beli Produk Minuman Kemasan dengan Klaim Kurang Gula	16
2.15 Kerangka Pemikiran Konseptual	16
III METODE	18
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	18
3.2 Populasi, Contoh, dan Teknik Penarikan Contoh	19
3.3 Variabel dan Pengukuran	19
3.4 Uji Validitas	21
3.5 Uji Reliabilitas	22
3.6 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.7 Pengolahan dan Analisis Data	23
3.8 Definisi Operasional	27
3.9 Rancangan Video Edukasi	28
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Karakteristik Responden	32
4.2 Karakteristik Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis Kemasan	33
4.3 Video Edukasi	36
4.4 Pengetahuan	39
4.5 Sikap	42



4.6	Niat Beli	44
4.7	Uji Cohen's <i>d</i> Effect Size	46
4.8	Hubungan Karakteristik Responden dan Karakteristik Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis Kemasan dengan Pengetahuan, Sikap, dan Niat Beli	46
4.9	Hasil <i>Struktural Equation Model</i> (SEM)	47
4.10	Hasil Analisis Tematik	53
4.11	Pembahasan	61
4.12	Implikasi Kebijakan	72
4.13	Keterbatasan Penelitian	73
V	SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1	Simpulan	74
5.2	Saran	74
	DAFTAR PUSTAKA	76
	LAMPIRAN	86
	RIWAYAT HIDUP	118



DAFTAR TABEL

1	Kelompok, <i>pretest</i> , perlakuan, dan <i>post-test</i>	18
2	Variabel, kode, indikator variabel, skala, dan pilihan jawaban	20
3	Kelompok, tahap, prosedur pengambilan data	22
4	Narasumber, kode, jenis kelamin, usia	23
5	Tujuan dan analisis data penelitian	24
6	Sebaran responden (%), uji beda berdasarkan karakteristik jenis kelamin	32
7	Sebaran responden (%), uji beda berdasarkan karakteristik usia	32
8	Sebaran responden (%), minimal, maksimal, uji beda berdasarkan	33
9	Sebaran responden (%), uji beda berdasarkan karakteristik frekuensi	35
10	Sebaran responden (%), uji beda berdasarkan karakteristik pengalaman	36
11	Kode, sebaran responden (%), rata-rata skor berdasarkan indikator dimensi daya tarik fisik	37
12	Sebaran responden (%), minimal, maksimal, rata-rata, standar deviasi berdasarkan kategori dimensi daya tarik fisik	38
13	Kode, sebaran responden (%), rata-rata skor berdasarkan indikator	38
14	Sebaran responden (%), minimal, maksimal, rata-rata, standar deviasi	39
15	Sebaran responden (%) berdasarkan indikator variabel pengetahuan	40
16	Sebaran responden (%), minimal, maksimal, rata-rata, standar deviasi, dan uji beda (<i>p-value</i>) berdasarkan kategori pengetahuan	41
17	Sebaran responden (%), rata-rata skor berdasarkan indikator variabel sikap	42
18	Sebaran responden (%), minimal, maksimal, rata-rata, standar deviasi, dan uji beda (<i>p-value</i>) berdasarkan kategori sikap	44
19	Kode, sebaran responden (%), rata-rata skor berdasarkan indikator	45
20	Sebaran responden (%), minimal, maksimal, rata-rata, standar deviasi, dan uji beda (<i>p-value</i>) berdasarkan kategori niat beli	46
21	Variabel, Cohen's <i>d effect size</i> , kategori	46
22	Hubungan karakteristik responden dan karakteristik perilaku pembelian minuman berpemanis dalam kemasan terhadap pengetahuan, sikap, dan niat beli	47
23	Kode, variabel laten dan indikator, <i>loading factor</i>	48
24	Variabel laten, AVE, niat beli, pengetahuan, sikap	50
25	Variabel laten, nilai <i>Cronbach's alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan AVE	50
26	Variabel laten, <i>R-square</i> , <i>R-square adjusted</i>	51
27	Hasil uji pengaruh langsung variabel laten	51
28	Hasil uji pengaruh tidak langsung variabel laten	52
29	Hasil dekomposisi efek langsung, tidak langsung, dan pengaruh total	52



DAFTAR GAMBAR

1	Kerucut Pembelajaran Edgar Dale (1946)	9
2	Kerangka pemikiran konseptual	17
3	Pendekatan <i>explanatory sequential mixed method design</i>	18
4	Model <i>hybrid</i> SEM	26
5	Bagan alur perancangan video edukasi	28
6	Frekuensi pembelian minuman berpemanis dalam kemasan kelompok eksperimen	34
7	Frekuensi pembelian minuman berpemanis dalam kemasan kelompok kontrol	34
8	Jenis minuman berpemanis dalam kemasan yang sering dibeli responden	35
9	Tempat pembelian minuman berpemanis dalam kemasan responden	36
10	Hasil model akhir SEM-PLS	48
11	Kerangka Analisis Tematik	53

DAFTAR LAMPIRAN

1	<i>Output</i> uji validitas SPSS	86
2	Hasil Spesifikasi video edukasi	88
3	Kuesioner penelitian	93
4	Daftar pertanyaan <i>in-depth interview</i>	97
5	Dokumentasi penelitian	98
6	Uji Korelasi SPSS	100
7	Surat keterangan lolos kaji etik	117