

**PENGARUH PENGETAHUAN, *AWARENESS*, DAN
PERCEIVED RISK MINUMAN BERPEMANIS TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN MINUMAN BERPEMANIS
KEKINIAN PADA GENERASI Z**

ELSYAHRA RIESKIZA MARTHA



**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh pengetahuan, *awareness*, dan *perceived risk* minuman berpemanis terhadap perilaku pembelian minuman berpemanis kekinian pada generasi Z” 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, Mei 2025

Elsyahra Rieskiza Martha
I2401211015

ABSTRAK

ELSYAHRA RIESKIZA MARTHA. Pengaruh pengetahuan, *awareness*, dan *perceived risk* minuman berpemanis terhadap perilaku pembelian minuman berpemanis kekinian pada generasi z. Dibimbing oleh MEGAWATI SIMANJUNTAK.

Minuman berpemanis atau *sugar-sweetened beverages* (SSB) telah menjadi tren minuman kekinian di berbagai kalangan, termasuk generasi Z. Namun, kegemaran dalam mengonsumsi minuman berpemanis dapat mengakibatkan dampak buruk, terutama pada kesehatan diri konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh pengetahuan, *awareness*, dan *perceived risk* minuman berpemanis terhadap perilaku pembelian minuman berpemanis pada generasi Z. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan teknik survei pada 272 responden dari mahasiswa Generasi Z yang pernah meminum minuman berpemanis selama satu bulan terakhir. Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif dan SEM menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26 dan SmartPLS. *In-depth interview* dilakukan dengan melibatkan 6 responden untuk menegaskan beberapa jawaban responden dalam kuesioner yang sebarakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, *awareness*, dan *perceived risk* berada pada kategori sedang, sedangkan variabel perilaku pembelian minuman berpemanis berada pada kategori rendah. Selain itu, pengetahuan, *awareness*, dan *perceived risk* minuman berpemanis berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku pembelian minuman berpemanis. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa pengetahuan dan *awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived risk*. Disisi lain, variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *awareness*. Semakin tinggi pengetahuan, maka belum tentu dapat meningkatkan *awareness*.

Kata kunci : *Awareness*, Generasi Z, Minuman Berpemanis, Pengetahuan, *Perceived Risk*, Perilaku Pembelian

ABSTRACT

ELSYAHRA RIESKIZA MARTHA. The influence of knowledge, awareness, and perceived risk of sweetened beverages on purchasing behavior of contemporary sweetened beverages in generation z. Supervised by MEGAWATI SIMANJUNTAK.

Sugar-sweetened beverages (SSB) have become a trending beverage among various groups, including Generation Z. However, the habit of consuming sweetened beverages can have negative impacts, especially on consumers' health. This study aimed to identify and analyze the influence of knowledge, awareness, and perceived risk of sweetened beverages on the purchasing behavior of sweetened beverages in Generation Z. This study is quantitative, with a survey technique on 272 respondents from Generation Z College students who have consumed sweetened beverages in the past month. Data analysis was carried out

using descriptive statistics and SEM using SPSS 26 and SmartPLS applications. In-depth interviews were conducted with 6 respondents to confirm some of the respondents' answers in the distributed questionnaire. The results of the study showed that the variables of knowledge, awareness, and perceived risk were in the moderate category, while the variable of purchasing behavior of sweetened beverages was in the low category. In addition, knowledge, awareness, and perceived risks of sweetened beverages had a significant negative effect on the purchasing behavior of sweetened beverages. The results of the analysis also showed that knowledge and awareness had a significant positive effect on perceived risk. However, the knowledge variable did not significantly affect awareness. The higher the knowledge, the less likely it is to increase awareness.

Keywords: *Awareness, Knowledge, Generation Z, Perceived Risk, Purchasing Behavior, Sweetened Beverages*

- 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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.

© Hak Cipta Milik IPB, tahun 2025
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 PENGETAHUAN, *AWARENESS*, DAN
PERCEIVED RISK MINUMAN BERPEMANIS TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN MINUMAN BERPEMANIS
KEKINIAN PADA GENERASI Z**

ELSYAHRA RIESKIZA MARTHA

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

**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A.
2. Risda Rizkillah, M.Si.

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.

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, *Awareness*, dan *Perceived Risk*
Minuman Berpemanis terhadap Perilaku Pembelian
Minuman Berpemanis Kekinian pada Generasi Z
Nama : Elsyahra Rieskiza Martha
NIM : I2401211015

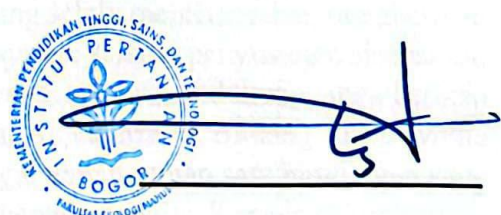
Disetujui oleh,

Pembimbing:
Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si
NIP. 197211032005012002



Diketahui oleh,

Ketua Program Studi:
Dr. Tin Herawati, S.P., M.Si.
NIP. 197204282006042007



Tanggal ujian:
22 April 2025

Tanggal Lulus: 09 MAY 2025

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, *Awareness*, dan *Perceived Risk* Minuman Berpemanis terhadap Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis Kekinian pada Generasi Z”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan dalam program studi Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University. Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapatkan banyak dukungan dan saran dari berbagai pihak.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta semangat dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Megawati Simanjuntak, S.P, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, dukungan, saran, dan motivasi selama proses penyusunan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Prof. Dr. Ir. Dwi Hastuti, M.Sc selaku dosen pembimbing akademik dan moderator pada seminar hasil penulis. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si selaku moderator pada kolokium penulis. Selain itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A. selaku dosen penguji satu dan ibu Risda Rizkillah, M.Si. selaku dosen penguji dua pada ujian skripsi penulis. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh dosen Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen yang telah memberikan ilmu serta bimbingan selama perkuliahan.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada orang tua dan nenek Emi yang sangat penulis sayangi serta keluarga yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, dan doa untuk kelancaran dan keberhasilan skripsi penulis. Tidak lupa kepada sahabat-sahabat yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi. Terima kasih kepada Heksa Rahmania dan Atra Aqila selaku teman terdekat penulis yang selalu kebersamai, memberikan dukungan, motivasi, dan menjadi *support system* selama penyusunan skripsi ini. Kepada Valeria Bataviani selaku teman yang selalu mendukung, memberikan saran kepada penulis. Kepada Aisyah Zulsa, Alneta Maira, Bintang Restu, Mutia Ainil, Salsabila Azka, dan Siti Aisyah sebagai teman-teman satu bimbingan yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis. Kepada seluruh rekan Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen angkatan 58 atas dukungan dan semangatnya. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Terimakasih.

Bogor, April 2025

Elsyahra Rieskiza Martha
NIM. I2401211015

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	III
DAFTAR GAMBAR	III
DAFTAR LAMPIRAN	IV
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Teori Health Belief Model	5
2.2 Pengetahuan Konsumen	5
2.3 <i>Awareness</i>	6
2.4 <i>Perceived Risk</i>	6
2.5 Perilaku Pembelian	7
2.6 Minuman Berpemanis	7
2.7 Generasi Z	9
2.8 Hubungan Pengetahuan dan <i>Awareness</i>	9
2.9 Hubungan <i>Awareness</i> dan <i>Perceived Risk</i>	10
2.10 Hubungan Pengetahuan dan Perilaku Pembelian	10
2.11 Hubungan <i>Awareness</i> dan Perilaku Pembelian	11
2.12 Hubungan <i>Perceived Risk</i> dan Perilaku Pembelian	11
2.13 Kerangka Pemikiran	10
III METODE PENELITIAN	13
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	13
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	13
3.3 Variabel dan Pengukuran	13
3.3.1 Uji Validitas	17
3.3.2 Uji Reliabilitas	17
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	17
3.5 Analisis Data	17
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Karakteristik Responden	20
4.2 Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis Kekinian	21
4.3 Deskripsi Indikator Variabel	24

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.

4.3.1	Pengetahuan	24
4.3.2	<i>Awareness</i>	26
4.3.3	<i>Perceived Risk</i>	28
4.3.4	Perilaku Pembelian Minuman	30
4.4	Hubungan Karakteristik Responden dengan Pengetahuan, <i>Awareness</i> , <i>Perceived Risk</i> , dan Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis	31
4.5	Hasil SEM-PLS	34
4.5.1	Hasil Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	34
4.5.2	Evaluasi Pengukuran Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	38
4.5.3	Pengujian Hipotesis	39
4.6	Pembahasan	41
4.6.1	Deskripsi Karakteristik Responden, Pengetahuan, <i>Awareness</i> , <i>Perceived Risk</i> , dan Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis	41
4.6.2	Pengaruh Pengetahuan terhadap <i>Awareness</i> Minuman Berpemanis	43
4.6.3	Pengaruh <i>Awareness</i> terhadap <i>Perceived Risk</i> Minuman Berpemanis	43
4.6.4	Pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis	44
4.6.5	Pengaruh <i>Awareness</i> terhadap Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis	44
4.6.6	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap Perilaku Pembelian Minuman Berpemanis	45
4.7	Kontribusi Teori Penelitian	45
4.8	Implikasi Kebijakan	46
4.9	Keterbatasan dalam Penelitian	47
V	SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1	Simpulan	48
5.2	Saran	48
	DAFTAR PUSTAKA	49
	LAMPIRAN	55
	RIWAYAT HIDUP	65

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.

DAFTAR TABEL

1 Variabel penelitian dan indikator	14
2 Uji reliabilitas	17
3 Tujuan dan analisis data penelitian	18
4 Sebaran responden berdasarkan karakteristik demografi responden	20
5 Perilaku pembelian minuman berpemanis kekinian	21
6 Sebaran responden berdasarkan variabel pengetahuan	25
7 Sebaran responden berdasarkan kategori pengetahuan	26
8 Sebaran responden berdasarkan variabel <i>awareness</i>	27
9 Sebaran responden berdasarkan kategori <i>awareness</i>	28
10 Sebaran responden berdasarkan variabel <i>perceived risk</i>	28
11 Sebaran responden berdasarkan kategori <i>perceived risk</i>	30
12 Sebaran responden berdasarkan variabel perilaku pembelian minuman	30
13 Sebaran responden berdasarkan kategori perilaku pembelian minuman	31
14 Hubungan karakteristik responden dengan pengetahuan	31
15 Hubungan karakteristik responden dengan <i>awareness</i>	32
16 Hubungan karakteristik responden dengan <i>perceived risk</i>	33
17 Hubungan karakteristik responden dengan perilaku pembelian minuman	33
18 Hasil kontribusi indikator terhadap setiap variabel	36
19 Hasil akar AVE dan korelasi variabel laten	38
20 Hasil analisis model pengukuran <i>composite reliability</i>	38
21 Hasil analisis model struktural <i>R-Square</i>	39
22 Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung variabel laten	39
23 Hasil pengujian pengaruh tidak langsung variabel laten	40
24 Hasil dekomposisi efek langsung, tidak langsung, dan total variabel laten	41

DAFTAR GAMBAR

1 Kerangka Pemikiran	12
2 Model <i>hybrid</i> SEM	19
3 Model awal SEM-PLS	34
4 Model akhir SEM-PLS	35



DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner penelitian	55
2 Hasil uji kecocokan model awal dan setelah eliminasi	63
3 Surat Lolos Kaji Etik IPB	64