



PENGARUH *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*, *HEALTH CONSCIOUSNESS*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK MAKANAN ORGANIK DENGAN GENDER SEBAGAI MODERASI

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

ELSA SHAFIRA

55124110071

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2026



PENGARUH *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*, *HEALTH CONSCIOUSNESS*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK MAKANAN ORGANIK DENGAN GENDER SEBAGAI MODERASI

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

ELSA SHAFIRA

55124110071

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elsa Shafira
NIM : 55124110071
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Program Studi
Magister Manajemen

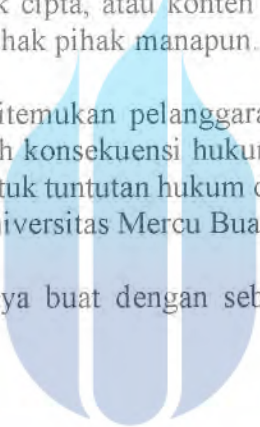
Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tesis berjudul:

“Pengaruh *Theory of Planned Behavior*, *Health Consciousness*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik dengan Gender sebagai Moderasi” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 25 Februari 2026


UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Elsa Shafira

HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	--	----------

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : ELSA SHAFIRA
NIM : 55124110071
Fakultas / Program Studi : PASCA / Magister Manajemen
Jenis : Tesis
: PENGARUH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR, HEALTH
Judul Tugas Akhir CONSCIOUSNESS, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT
PEMBELIAN PRODUK MAKANAN ORGANIK DENGAN GENDER SEBAGAI
MODERASI
Hasil Pengecekan Turnitin : 23%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **23%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 24 February 2026

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Februari/24/0000000828/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Theory of Planned Behavior*, *Health Consciousness*, dan
Electronic Word of Mouth terhadap Niat Pembelian Produk Makanan
Organik dengan Gender sebagai Moderasi

Nama : Elsa Shafira

NIM : 55124110071

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Februari 2026

Disetujui,
Pembimbing

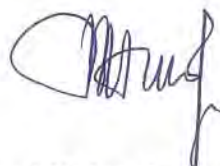


(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si.)

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak.)



(Dr. Lenny Nawangsari, ST., MM.)

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul **“Pengaruh *Theory of Planned Behavior*, *Health Consciousness*, dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik Dengan Gender sebagai Moderasi”**. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, dan pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M., CHRA., selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D sebagai Ketua Sidang dan Dosen Penelaah Seminar Hasil yang telah memberikan saran untuk perbaikan tesis ini.
5. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan saran untuk penyempurnaan tesis ini.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Sekaligus kedua adik penulis yang memberikan dukungan dalam penyelesaian studi ini.
7. Teman-teman Magister Manajemen S2 terutama konsentrasi Marketing yang dengan tulus meluangkan waktu untuk berdiskusi, berbagi wawasan, dan saling mendukung selama proses studi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 25 Februari 2026

Elsa Shafira

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elsa Shafira
NIM : 55124110071
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Program Studi
Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh *Theory of Planned Behavior*, *Health Consciousness*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik dengan Gender sebagai Moderasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Februari 2026
Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



METERAI
TEMPEL
SAFE2ANX295674709
(Elsa Shafira)

PENGARUH *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*, *HEALTH CONSCIOUSNESS*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK MAKANAN ORGANIK DENGAN GENDER SEBAGAI MODERASI

ELSA SHAFIRA

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control* (PBC), *health consciousness*, dan *electronic word of mouth* (eWOM) terhadap niat pembelian (*purchase intention*) makanan organik serta menguji peran gender sebagai variabel moderasi. Sampel ditentukan dengan *non-probability purposive sampling* pada konsumen dewasa (≥ 18 tahun) berdomisili Jabodetabek yang berencana membeli makanan organik dalam 1–3 bulan; dari 340 respons kuesioner daring skala Likert 1–7 diperoleh 243 data valid (122 laki-laki; 121 perempuan) setelah *screening* dan *data cleaning*. Data dianalisis menggunakan SEM-PLS (SmartPLS) dan *Multi-Group Analysis* (MGA). Hasil menunjukkan *attitude* ($\beta=0,166$; $p=0,015$), *subjective norm* ($\beta=0,166$; $p=0,014$), PBC ($\beta=0,145$; $p=0,012$), *health consciousness* ($\beta=0,223$; $p=0,001$), dan eWOM ($\beta=0,193$; $p=0,010$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian. Model menjelaskan variasi niat pembelian secara moderat ($R^2=0,422$) dan memiliki relevansi prediktif ($Q^2_{\text{predict}}=0,373$). Uji moderasi menunjukkan gender memoderasi pengaruh PBC dan *health consciousness* terhadap niat pembelian, sedangkan moderasi pada *attitude*, *subjective norm*, dan eWOM tidak signifikan.

Kata kunci: *Theory of Planned Behavior*, *Health Consciousness*, *Electronic Word of Mouth*, *Purchase Intention*, Makanan organik, Gender.

**THE INFLUENCE OF THE THEORY OF PLANNED
BEHAVIOR, HEALTH CONSCIOUSNESS, ELECTRONIC
WORD OF MOUTH ON ORGANIC FOOD PURCHASE
INTENTION WITH GENDER AS MODERATING VARIABLE**

ELSA SHAFIRA

ABSTRACT

This study examined the effects of attitude, subjective norm, perceived behavioral control (PBC), health consciousness, and electronic word of mouth (eWOM) on purchase intention toward organic food and tested gender as a moderating variable. The sample was obtained using non-probability purposive sampling from adult consumers (≥ 18 years) living in Jabodetabek who planned to buy organic food within the next 1–3 months. From 340 online questionnaire responses using a 1–7 Likert scale, 243 valid cases (122 men; 121 women) were retained after screening and data cleaning. Data were analyzed using PLS-SEM (SmartPLS) and Multi-Group Analysis (MGA). The results showed that attitude ($\beta=0.166$; $p=0.015$), subjective norm ($\beta=0.166$; $p=0.014$), PBC ($\beta=0.145$; $p=0.012$), health consciousness ($\beta=0.223$; $p=0.001$), and eWOM ($\beta=0.193$; $p=0.010$) positively and significantly affected purchase intention. The model explained purchase intention at a moderate level ($R^2=0.422$) and showed predictive relevance ($Q^2_{\text{predict}}=0.373$). Gender significantly moderated the effects of PBC and health consciousness, while the moderating effects on attitude, subjective norm, and eWOM were not significant.

Keywords: Theory of Planned Behavior, health consciousness, electronic word of mouth, purchase intention, organic food, gender.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	15
1.3. Rumusan Masalah	16
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Kontribusi Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	21
2.1. Kajian Teori.....	21
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Pengembangan Hipotesis dan Hubungan antar Variabel	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
3.1 Desain Penelitian.....	58
3.2 Definisi dan Operasional Variabel	58
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	61
3.4 Metode Pengumpulan Data	64
3.5 Metode Analisis Data	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Umum Penelitian	74
4.2 Pembersihan Data (<i>Cleaning Data</i>)	75
4.3 Statistik Deskriptif.....	76
4.4 Metode Analisis Data: PLS-SEM	89
4.5 Pembahasan.....	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	122
5.1 Kesimpulan.....	122

5.2	Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....		129
DAFTAR LAMPIRAN		135



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prasurvey.....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	60
Tabel 3.2 Pengukuran Validitas Konvergen	68
Tabel 3.3 Pengukuran Discriminant Validity.....	68
Tabel 3.4 Pengukuran Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	69
Tabel 3.5 Interpretasi Nilai R-Square	70
Tabel 3.6 Interpretasi Nilai F-Square.....	70
Tabel 3.7 Interpretasi Nilai Q-Square	71
Tabel 3.8 Path Coefficient Significance	72
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	77
Tabel 4.2 Usia Responden.....	77
Tabel 4.3 Domisili Responden.....	78
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	79
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	80
Tabel 4.6 Pendapatan per Bulan Responden.....	81
Tabel 4.7 Pendapatan per Bulan Responden.....	82
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Purchase Intention.....	83
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Attitude	84
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Subjective Norm	85
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel <i>Perceived Behavioral Control</i>	86
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Health Consciousness	87
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel eWOM.....	88
Tabel 4.14 Hasil Outer Loading	90
Tabel 4.15 Hasil construct reliability dan convergence validity.....	93
Tabel 4.16 Hasil Fornell-Larcker Criterion	94
Tabel 4.17 Hasil Heterotrait-monotrait ratio (HTMT).....	96
Tabel 4.18 Hasil VIF.....	97
Tabel 4.19 Hasil Uji Model Fit	98
Tabel 4.20 Hasil Uji R-Square (R^2)	99
Tabel 4.21 Hasil Uji Effect Size (f^2)	100
Tabel 4.22 Hasil uji predictive relevance (Q^2).....	102
Tabel 4.23 Hasil uji hipotesis langsung	103
Tabel 4.24 Hasil Uji MICOM tahap dua.....	105
Tabel 4.25 Hasil uji MICOM tahap means and variance.....	105
Tabel 4.26 Hasil uji efek moderasi	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Status Konsumsi Makanan Organik di Indonesia	3
Gambar 1.2 Pilihan Konsumen pada Pangan Segar Organik.....	5
Gambar 2.1 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.....	21
Gambar 2.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	24
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	49
Gambar 3.1 Hasil penentuan sampel berdasarkan G-Power	63
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS Complete.....	91
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS Laki-laki	92
Gambar 4.3 Hasil Algoritma PLS Perempuan	92
Gambar 4.4 Hasil Bootstrapping MGA Laki-laki	109
Gambar 4.5 Hasil Bootstrapping MGA Perempuan.....	110

