



***RESCUE OR REJECT?* FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI MAKANAN SURPLUS
SECARA ONLINE DI JABODETABEK**



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

2025



***RESCUE OR REJECT?* FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI MAKANAN SURPLUS
SECARA ONLINE DI JABODETABEK**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister
Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
SUSANTI
55123110017

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**

ABSTRACT

Rescue or Reject? Factors Influencing Online Purchase of Surplus Food in Jabodetabek

Food waste remains a serious challenge in Indonesia, even though surplus food that is still safe to consume could be a solution to reduce waste and promote sustainable consumption. This study analyzes the influence of Environmental Concern (EC), Food Waste Awareness (FWA), and Price Consciousness (PC) on Purchase Intention (PI) for surplus food sold online, with Attitude (AT) as a mediating variable and Food Neophobia (FN) as a moderating variable. Using SEM-PLS with 210 respondents in Jabodetabek, the results show that EC, FWA, and PC positively affect attitudes, which significantly enhance purchase intention. Attitude is proven to mediate the influence of these factors on purchase intention, while food neophobia does not moderate the relationship between attitude and purchase intention. These findings emphasize the importance of increasing environmental awareness, understanding of food waste, and price sensitivity to support sustainable consumption of surplus food online.

Keywords: *Environmental Concern, Food Waste Awareness, Price Consciousness, Attitude, Food Neophobia, Purchase Intention.*



ABSTRAK

Rescue or Reject? Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Makanan Surplus Online di Jabodetabek

Food waste masih menjadi tantangan serius di Indonesia, padahal makanan surplus yang masih layak konsumsi dapat menjadi solusi mengurangi limbah sekaligus mendukung konsumsi berkelanjutan. Penelitian ini menganalisis pengaruh Environmental Concern (EC), Food Waste Awareness (FWA), dan Price Consciousness (PC) terhadap niat beli (Purchase Intention/PI) makanan surplus secara online, dengan Attitude (AT) sebagai variabel mediasi dan Food Neophobia (FN) sebagai variabel moderasi. Menggunakan SEM-PLS pada 210 responden di Jabodetabek, hasil menunjukkan EC, FWA, dan PC berpengaruh positif terhadap sikap, yang secara signifikan meningkatkan niat beli. Sikap terbukti memediasi pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap niat beli, sedangkan food neophobia tidak memoderasi hubungan antara sikap dengan niat beli. Temuan ini menekankan pentingnya meningkatkan kesadaran lingkungan, pemahaman food waste, dan kepekaan harga untuk mendukung konsumsi makanan surplus secara online.

Kata kunci: *Environmental Concern, Food Waste Awareness, Price Consciousness, Attitude, Food Neophobia, Purchase Intention.*



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Rescue or Reject?* Faktor yang Mempengaruhi Keputusan
Konsumen Membeli Makanan Surplus Secara Online di
Jabodetabek
Bentuk Tesis : Studi Penelitian
Nama : Susanti
NIM : 55123110017
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 26 Agustus 2025

Mengesahkan
Pembimbing



UNIVERSITAS
(Dudi Permana, S.T., M.M., Ph.D)

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



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



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : *Rescue or Reject?* Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Makanan Surplus Secara Online di Jabodetabek

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah

Nama : Susanti

NIM : 55123110017

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 13 Agustus 2025

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam program studi di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS Jakarta,
MERCU BUANA Yang memberi pernyataan



Susanti

NIM. 55123110017

**PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*)
KARYA ILMIAH**
/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : SUSANTI
NIM */Student id Number* : 55123110017
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:

/The title:

“Memahami Perilaku Konsumen terhadap Makanan Surplus di Platform Online: Studi tentang Faktor Harga, Lingkungan, dan Psikologis”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:

/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

09 September 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:

and the similarity percentage obtained was:

22 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 09 September 2025

Kepala Administrasi/ Tata Usaha

FEB Universitas Mercu Buana

/Head of FEB Administrator



scan or [click here](#) for verify

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan “*Rescue or Reject?* Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli makanan surplus secara online di Jabodetabek”. 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. Dudi Permana, Ph.D selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Dr. Nurul Hidayah, M.Si,Ak, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
2. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M., selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana Ph.D, Dosen Pembimbing Tesis, yang telah memberikan Arahan dan Bimbingan yang sangat berarti untuk pembuatan Tesis ini.
4. , selaku Ketua Ujian Sidang akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
5. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari adanya kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki. 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, 2024

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Kontribusi Penelitian	20
BAB II	21
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	21
2.1 Kajian Teori	21
2.1.1 Konsep Triple Bottom Line & Sustainable Development Goals	21
2.1.2 Konsep <i>Theory of Planned Behavior</i>	26
2.1.3 Konsep Ekonomi Sirkular	29
2.1.4 <i>Food Waste Hierarchy</i>	33
2.1.5 Konsep Dilema Omnivora	35
2.1.6 <i>Purchase Intention</i>	36
2.1.7 <i>Attitude</i>	37
2.1.8 <i>Environmental Concern</i>	38
2.1.9 <i>Food Waste Awareness</i>	38
2.1.10 <i>Price Consciousness</i>	39
2.1.11 <i>Food Neophobia</i>	39
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Pengembangan Hipotesis	48
2.3.1 Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Attitude</i>	49
2.3.2 Pengaruh <i>Food Waste Awareness</i> terhadap <i>Attitude</i>	49

2.3.3	Pengaruh <i>Price Consciousness</i> terhadap <i>Attitude</i>	50
2.3.4	Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	50
2.3.5	Pengaruh <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	51
2.3.6	Pengaruh <i>Food Waste Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	52
2.3.7	Pengaruh <i>Price Consciousness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	53
2.3.8	Pengaruh Mediasi <i>Attitude</i> pada <i>Environmental Concern</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	54
2.3.9	Pengaruh Mediasi <i>Attitude</i> pada <i>Food Waste Awareness</i> terhadap <i>purchase Intention</i>	55
2.3.10	Pengaruh Mediasi <i>Attitude</i> pada <i>Price Consciousness</i> terhadap <i>purchase Intention</i>	55
2.3.11	Pengaruh Mediasi <i>Attitude</i> pada <i>Price Consciousness</i> terhadap <i>purchase Intention</i>	56
2.4	Kerangka Konseptual	57
BAB III		59
METODE PENELITIAN		59
3.1	Desain Penelitian	59
3.2	Definisi dan Operasional Variabel.....	60
3.2.1	Definisi Variabel	60
3.2.1.1	Variabel Independen (X).....	61
3.2.1.2	Variabel Dependen (Y)	62
3.2.1.3	Variabel Mediasi (M).....	62
3.2.1.4	Variabel Moderasi (Z).....	62
3.3	Operasional Variabel	63
3.4	Pengukuran Variabel	64
3.5	Populasi dan Sampel	65
3.5.1	Populasi	65
3.5.2	Sampel	65
3.6	Metode Pengumpulan Data	67
3.7	Metode Analisa Data	68
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	68
3.7.2	Partial Least Square	68
3.7.2.1	Evaluasi Measurement Model (Outer Model)	69
3.7.2.2	Collinearity.....	72
3.7.2.3	Pengujuan Model Struktural /Uji Hipotesis (Inner Model).....	73
3.7.3	Uji Hipotesis Langsung dan Mediasi	76
3.7.4	Uji Hipotesis Tidak Langsung Mediasi dan Moderasi	77

3.7.4.1	Tidak Langsung.....	77
3.7.4.2	Mediasi.....	77
3.7.4.3	Moderasi.....	78
BAB IV		79
HASIL DAN PEMBAHASAN		79
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	79
4.2	Analisis data	80
4.2.1	Populasi dan Sampel	80
4.2.2	Deskripsi Profil Responden.....	81
4.2.3	Analisis Data Dengan Partial Least Squares Structural Equation Modeling	82
4.2.3.1	Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)	84
4.2.3.2	Convergent Validity	85
4.2.3.3	Discriminant Validity.....	89
4.2.3.4	Collinearity.....	90
4.2.3.5	Uji Model Fit.....	92
4.2.4	Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)	93
4.2.4.1	Koefisien Determinasi R-Square.....	93
4.2.4.2	Uji Predictive Relevance Q-Square	94
4.2.4.3	Uji f-square.....	95
4.2.4.4	Pengujian Hipotesis.....	96
4.3	Pembahasan	100
4.3.1	Analisis Variabel Environmental Concern Terhadap Attitude.....	101
4.3.2	Analisis Variabel <i>Food Waste Awareness</i> Terhadap Attitude.....	102
4.3.3	Analisis Variabel <i>Price Conciousness</i> Terhadap Attitude.....	103
4.3.4	Analisis Variabel Attitude Terhadap Purchase Intention.....	105
4.3.5	Analisis Variabel <i>Environmental Concern</i> Terhadap Purchase Intention	107
4.3.6	Analisis Variabel <i>Food Waste Awareness</i> Terhadap Purchase Intention	109
4.3.7	Analisis Variabel <i>Price Conciousness</i> Terhadap Purchase Intention...	110
4.3.8	Analisis Variabel Attitude Memediasi Environmental Concern Terhadap Purchase Intention	111
4.3.9	Analisis Variabel Attitude Memediasi Food Waste Awareness Terhadap Purchase Intention	113
4.3.10	Analisis Variabel Attitude Memediasi Price Conciousness Terhadap Purchase Intention	114

4.3.11 Analisis Variabel <i>Food Neophobia</i> Memoderasi <i>Attitude</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	115
BAB V	117
KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	135



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1:Ilustrasi food loss & food waste (Bappenas, 2021).....	3
Gambar 2: Total timbulan sampah per tahun, sumber SIPSN	3
Gambar 3: Timbulan sampah per kategori 2023, sumber SIPSN	4
Gambar 4: Daftar kota penyumbang sampah makanan terbesar di Indonesia	5
Gambar 5: Perbandingan timbulan food loss dan food waste di Indonesia	6
Gambar 6: Penjualan makanan surplus melalui online	10
Gambar 7: kampanye dari too good to go #wastewarrior	13
Gambar 8: Sustainable Development Goals	24
Gambar 9: Theory of Planned Behavior	27
Gambar 10: Mind map food waste & circular economy	30
Gambar 11: Model Ekonomi Linear	31
Gambar 12: Butterfly Diagram Ekonomi Sirkular sumber: Ellen MacArthur Foundation	32
Gambar 13: The Food Waste Hierarchy (Papargyropoulou et al., 2014)	33
Gambar 14: Food Surplus & Food Waste Framework (Teigiserova et al., 2020).	34
Gambar 15: Kerangka Pemikiran Penelitian.....	57
Gambar 16: Hasil Gpower 3.1	66
Gambar 17: Measurement Model.....	84
Gambar 18: Outer Loading	86
Gambar 19: Hasil Uji Bootstraping direct effect	97
Gambar 20: Hasil uji moderasi dan mediasi	98
Gambar 21: Simple Slop Analysis	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Hasil Pra Survey	17
Tabel 2: Artikel penelitian terdahulu	48
Tabel 3: Indikator	64
Tabel 4: Rule of Thumb konvergen dan diskriminan	71
Tabel 5: Rule of thumb reliabilitas	72
Tabel 6: Signifikansi	77
Tabel 7: Total Data Responden.....	80
Tabel 8: Deskripsi Profil Responden	82
Tabel 9: Factor Loadings, CR dan AVE	88
Tabel 10: Validitas Diskriminan HTMT.....	90
Tabel 11: VIF (Variance Inflation Factor).....	91
Tabel 12: Model Fit.....	92
Tabel 13: R-Square	94
Tabel 14: Q-Square	95
Tabel 15: f-Square.....	96
Tabel 16: Direct Effect Path Coefficient.....	97
Tabel 17: Uji Moderasi	98
Tabel 18: The Mediation test of Attitude.....	100

UNIVERSITAS
MERCU BUANA