

# food waste intention

*by Natalie Michelle*

---

**Submission date:** 08-Dec-2021 05:14PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1724299087

**File name:** TA\_Natalia\_298\_dan\_Michelle\_319\_plagiarism.pdf (1.53M)

**Word count:** 17367

**Character count:** 106151

NO :

**Pengaruh Food Consumption Generasi Z Terhadap Food Waste Reduction  
Intention Dalam Restoran Di Surabaya Dengan Variabel Mediasi Attitude,  
Subjective Norms, dan Perceived Behavioral Control**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1  
Program *Hotel Management* Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Kristen Petra

Oleh :

Natalia Chealsea                    NRP : D11180298  
Michelle Angela                    NRP : D11180319

**PROGRAM HOTEL MANAGEMENT  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI  
UNIVERSITAS KRISTEN PETRA  
SURABAYA  
2021**

## ABSTRAK

Natalia Chealsea dan Michelle Angela

Skripsi

Pengaruh *Food Consumption* Generasi Z Terhadap *Food Waste Reduction Intention* Dalam Restoran Di Surabaya Dengan Variabel Mediasi *Attitude*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioral Control*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya dengan variabel mediasi *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 241 responden dan dianalisis menggunakan teknik analisa statistik deskriptif dengan menggunakan *software* Partial Least Square (PLS) dalam proses pengolahan datanya. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang positif tetapi tidak signifikan antara *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention*. Kemudian *attitude* serta *subjective norms* tidak terbukti sebagai variabel yang memediasi hubungan antara *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention*, sedangkan *perceived behavioral control* terbukti sebagai variabel yang memediasi hubungan antara *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention*.

Kata Kunci : *food consumption*, generasi z, *Theory of Planned Behavior*, *food waste reduction intention*

## ABSTRACT

Natalia Chealsea dan Michelle Angela

Thesis

The Influence of Generation Z Food Consumption Towards Food Waste Reduction Intention in Restaurants in Surabaya with *Attitude*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioral Control as the Mediating Variable*

The purpose of this research is to analyze the influence of generation Z food consumption towards food waste reduction intention in restaurants in Surabaya with attitude, subjective norms and perceived behavioral control as the mediating variables. This research was conducted by distributing questionnaires to 241 respondents, then analyzed using descriptive statistical analysis techniques with Partial Least Square (PLS) software. The result showed a positive, but insignificant relationship between generation Z food consumption and food waste reduction intention. Attitude and subjective norms were not proven to have mediating effect between the two variables, whereas perceived behavioral control were proven to have mediating effect.

Keywords : *food consumption*, *generation Z*, *Theory of Planned Behavior*, *food waste reduction intention*.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Suatu negara dapat dikatakan memiliki kondisi pangan yang aman apabila seluruh penduduknya memiliki kondisi fisik, sosial, dan juga ekonomi terhadap pangan yang cukup dan bergizi yang sesuai dengan pola makan dan preferensi makanan (FAO, 2006). Salah satu permasalahan yang masih dialami oleh semua negara sampai saat ini adalah banyaknya limbah atau sampah makanan yang menumpuk akibat perilaku masyarakat. Food and Agriculture Organization (FAO) mengatakan bahwa sekitar  $\frac{1}{3}$  dari semua makanan yang diproduksi secara global hilang atau terbuang secara percuma. *Food waste* mengacu pada makanan apa pun yang dibuang meskipun masih sesuai, aman dan bergizi untuk konsumsi manusia, apakah itu disimpan di luar tanggal kadaluarsa atau dibiarkan rusak (FAO, 2013). Secara global, jumlah yang terbentuk itu diperkirakan sekitar 1,3 miliar metrik ton per tahun (FAO, 2011). Bahkan, dengan mengurangi hanya seperempat dari total *food waste* yang terbentuk di seluruh dunia dapat digunakan untuk memberi makan 870 juta orang yang kelaparan (Khadka, 2017).



Gambar 1.1 Data Negara Penghasil *Food Waste* Terbesar

Sumber : Barilla Center For Food & Nutrition (2017)

Berdasarkan data Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian Republik Indonesia tahun 2020, *food waste* di Indonesia per tahunnya mencapai 1.3 juta ton atau 300 kilogram per orang (Hendayana, 2020). Bahkan dalam data FAO tahun 2011, Indonesia merupakan negara kedua dengan *food waste* terbanyak setelah negara Arab Saudi.

Jumlah Sampah Makanan per Hari			
KOTA	Percentase Sampah Makanan	Total Sampah	Jumlah Sampah Makanan
Jakarta	55 %	8.000 Ton	4.400 Ton
Surabaya	54 %	2.800 Ton	1.512 Ton
Yogyakarta	50 %	260 Ton	130 Ton
Makassar	39 %	900 Ton	351 Ton
Pontianak	83 %	400 Ton	332 Ton

Gabungan Lokadata dan berbagai sumber

Gambar 1.2 Data Sampah Makanan Per Hari Di Indonesia

Sumber : Donny (2021)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa Jakarta menjadi kota nomor 1 di Indonesia dengan jumlah sampah makanan terbanyak, diikuti oleh kota Surabaya. Dalam data tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian besar kota menghasilkan sampah makanan sebanyak lebih dari 50% (rata-rata) dari total sampah yang dihasilkan.

*Food waste* dapat memberikan dampak yang besar terhadap 3 pilar pembangunan, yaitu kondisi lingkungan, ekonomi, dan juga sosial (FAO, 2013). Pada tahun 2013, Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-Bangsa menetapkan bahwa jumlah gas metana yang merupakan salah satu gas dari rumah kaca yang dikeluarkan setiap tahun akibat limbah makanan di tempat pembuangan sampah hampir sama atau setara dengan total emisi Kuba, yaitu sekitar 3,3 miliar ton CO<sub>2</sub>e/tahun. *Food waste* yang terbentuk juga dapat berdampak langsung pada perekonomian negara. Penurunan substansial dalam *food waste* dapat menaikkan harga pangan dan untuk restoran, kerugian yang terjadi tidak hanya berasal dari kehilangan pendapatan melalui penjualan, tetapi juga kehilangan uang dan sumber daya yang dihabiskan untuk memproses, menyiapkan, dan memasak makanan.

Pemborosan makanan atau *food waste* sering terjadi pada rantai pasokan dan ritel makanan. Menurut Food Waste Reduction Alliance (FWRA) pada tahun 2014, sekitar 37% sampah makanan terjadi di toko ritel dan layanan makanan. Tempat layanan makanan seperti kafetaria, perhotelan, ataupun perusahaan swasta yang menawarkan makanan bergaya prasmanan mengakibatkan *food waste* terbanyak (Gunders, 2012). Sebuah Studi Departemen Pertanian AS (USDA) pada tahun 2014 menunjukkan bahwa 21% makanan yang tersedia di sebuah restoran tidak dimakan oleh pelanggan (Buzby et al., 2014). *Food waste* yang terbentuk di tahap konsumsi memiliki dampak yang paling besar dalam hal ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini disebabkan karena hilangnya nilai tambah

dari bahan makanan itu sendiri, biaya peluang (*opportunity cost*) untuk tidak memberi makan orang-orang yang sedang dalam kelaparan, dan hilangnya sumber daya alam, keanekaragaman hayati, tenaga kerja, dan energi secara sia-sia (Aktas et al., 2018).

Meskipun *food waste* terjadi pada setiap titik rantai pasok makanan seperti produsen, distributor, sektor jasa makanan dan konsumen, secara keseluruhan, pelaku *food waste* terbesar berada pada tahap konsumsi. Menurut Aktas et al. (2018) dan Sakaguchi et al. (2018), perilaku konsumen dianggap sebagai penyumbang terbesar dari *food waste*. Perilaku konsumen yang tidak bertanggung jawab merupakan salah satu pendorong utama sampah makanan yang ada di restoran.

Generasi yang berbeda memiliki sikap yang berbeda terhadap konsumsi makanan. Generasi Z merupakan generasi yang disebut sebagai *future consumer*, dimana akan membentuk tren belanja yang baru (Kymäläinen et al., 2021) dan yang akan mempengaruhi bagaimana cara konsumsi makan masyarakat di masa mendatang (Wajon & Ritcher, 2019). Generasi Z merupakan konsumen dengan tahun kelahiran mulai dari 1995 hingga 2010 (Bencsik et al., 2016). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), sensus penduduk Indonesia pada tahun 2020 mencapai 270,2 juta jiwa dan didominasi oleh generasi Z dengan total 27,94% dari total seluruh penduduk Indonesia. Berdasarkan penelitian Wajon & Ritcher (2019) menunjukkan bahwa adanya korelasi yang negatif ketika generasi dikaitkan dengan niat untuk mengurangi sisa makanan, dimana semakin muda generasi semakin tinggi niat untuk mengurangi sisa makanan. Penelitian ini mengatakan bahwa generasi Z terutama yang masih berada pada jenjang sekolah maupun kuliah cenderung memiliki pendapatan uang atau sumber dana yang terbatas, berbeda dengan orang yang sudah bekerja dan memiliki penghasilan sendiri sehingga konsumsi makan generasi Z ini lebih memiliki niat yang kuat untuk mengurangi sisa makanan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi merupakan aspek yang penting ketika generasi Z akan membeli suatu produk makanan. Faktor ekonomi inilah yang kemudian dikaitkan langsung dengan pengeluaran konsumen dalam mengkonsumsi makanan dimana ketika seseorang membuang sisa makanan, pengeluaran konsumen juga bertambah dan menjadikan generasi Z ini lebih memiliki niat yang kuat untuk mengurangi sisa makanan.

Sehubungan dengan penjelasan diatas, penelitian ini akan menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) untuk menguji pengaruh *food consumption* generasi Z dalam restoran di Surabaya terhadap *food waste reduction intention*. Dalam konteks *food waste*, teori TPB ini telah sering digunakan sebagai lensa teoritis untuk menjelaskan perilaku konsumen. Hal ini terlihat pada beberapa penelitian yang telah dilakukan. Pada penelitian Graham-Rowe et al. (2015), TPB digunakan untuk menganalisis pengurangan limbah makanan atau *food waste* yang terjadi pada rumah tangga dan bagaimana niat masyarakat untuk mengurangi sampah buah dan sayuran yang ada pada rumah tangga. Sebagian besar penelitian terdahulu membahas *food waste reduction intention* dalam rumah

tangga. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Russell et al. (2017) menjelaskan perilaku *food waste* menggunakan TPB dimana penelitian ini mendefinisikan konstruk niat sebagai niat untuk mengurangi sisa makanan dan konstruk perilaku sebagai perilaku membuang-buang makanan dengan hubungan negatif antara keduanya. Coskun & Ozruk (2020) menyatakan bahwa teori hubungan perilaku konsumen dengan *food waste reduction intention* dalam konteks restoran berdasarkan TPB masih kurang mendalam. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor - faktor perilaku konsumen yang terhadap niat untuk mengurangi *food waste* dalam konteks restoran dengan menggunakan TPB.

Dalam teori TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), TPB adalah teori yang mengukur minat dari individu untuk melakukan sebuah perilaku. Minat ini diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi sebuah perilaku dan dapat ditentukan oleh beberapa faktor yaitu *attitude*, *subjectives norms*, dan *perceived behavioral control*. *Attitude* mewakili evaluasi positif atau negatif dari kinerja diri seseorang, dimana sikap atau *attitude* yang positif dapat membawa atau memicu pada *food waste reduction intention*. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa konsumsi makan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *food waste reduction intention* dengan *attitude* sebagai variabel mediasi. Selain itu *subjectives norms* mewakili persepsi tekanan sosial dan relevan dengan keyakinan orang lain bahwa seseorang harus atau tidak harus berperilaku dengan cara tertentu, dimana perilaku konsumen dalam membentuk *food waste reduction intention* dipengaruhi oleh keluarga, teman, dan kelompok sosialnya. Konsumsi makan memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap *food waste reduction intention* dengan *subjectives norms* sebagai variabel mediasi. Sedangkan *perceived behavioral control* menunjukkan kemudahan dan kesulitan yang dirasakan untuk berperilaku dengan cara tertentu, dan niat mewakili kesediaan untuk berperilaku baik dengan cara tertentu, dimana pada penelitian sebelumnya juga dinyatakan bahwa konsumsi makan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *food waste reduction intention* dengan *perceived behavioral control* sebagai variabel mediasi (Coskun & Ozruk, 2020). Sehingga perilaku konsumen adalah tindakan yang dapat diamati dan yang dapat diambil mulai dari pilihan strategi sederhana dalam permainan hingga tindakan signifikansi pribadi atau sosial yang cukup besar. Teori atau studi mengenai *customer behavior* ini sangat penting ketika dikaitkan dengan bagaimana suatu restoran akan memasarkan produknya sehingga dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan.

Dengan tingginya angka *food waste* di Indonesia saat ini dan belum banyak penelitian mengenai hal ini, maka peneliti menyadari bahwa pengetahuan masyarakat mengenai *food waste*, terutama bahayanya dampak yang ditimbulkan, masih sangat minim. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak membahas perilaku rumah tangga sebagai kontributor *food waste*,

sedangkan perilaku makan konsumen sebagai kontributor *food waste* di sektor restoran masih minim. Penelitian ini ditujukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya dengan variabel mediasi *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*.<sup>2</sup>

## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti menyimpulkan ada beberapa rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu :

1. Apakah *food consumption* generasi Z memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya?
2. Apakah variabel *attitude* menjadi variabel mediasi antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya?
3. Apakah variabel *subjective norms* menjadi variabel mediasi antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya?
4. Apakah variabel *perceived behavioral control* menjadi variabel mediasi antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah *food consumption* generasi Z memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah variabel *attitude* menjadi variabel mediasi antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya.
3. Untuk mengetahui apakah variabel *subjective norms* menjadi variabel mediasi antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya.
4. Untuk mengetahui apakah variabel *perceived behavioral control* menjadi variabel mediasi antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi industri Perhotelan, khususnya dalam bidang *Food and Beverage*, untuk dapat lebih memperhatikan masalah *food waste* yang sedang terjadi dan dapat memberi wawasan mengenai perspektif dari konsumen terhadap

konsumsi makanan dalam restoran, sehingga dalam praktiknya di industri *Food and Beverage* , restoran dapat mengatasi dan mengurangi *food waste*.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih bagi masyarakat atau konsumen terutama bagi generasi Z mengenai masalah *food waste* dalam restoran dan meningkatkan kesadaran konsumen untuk mau mengatasi dan mengurangi *food waste*.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

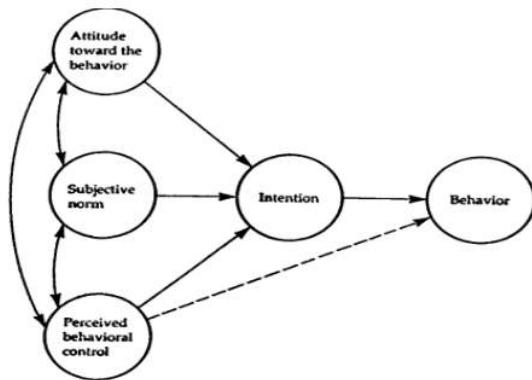
### 2.1 Perilaku Konsumen (*Customer Behaviour*)

#### 2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen (*Customer Behaviour*)

Menurut Danang (2012), *customer behaviour* atau perilaku konsumen adalah kegiatan - kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang - barang ataupun jasa - jasa yang termasuk didalamnya ada proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan - kegiatan tersebut. Sedangkan menurut Kotler et al (2018), perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas seseorang yang berhubungan dengan pemilihan, pembelian, dan penggunaan produk dan jasa demi memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan. Teori atau studi mengenai *customer behaviour* ini sangat penting ketika dikaitkan dengan bagaimana suatu restoran akan memasarkan produknya sehingga dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan yang diharapkan oleh pelanggan.

### 2.2 Theory Of Planned Behaviour (TPB)

Ajzen (1991) mendefinisikan Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai sebuah teori yang didesain untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks yang spesifik. Teori ini didasari atas asumsi bahwa manusia biasanya berlaku dalam cara yang masuk akal/logika. Informasi-informasi yang didapat, dipertimbangkan terlebih dahulu dan secara langsung/tidak langsung, orang tersebut mempertimbangkan dampak atau konsekuensi dari aksi yang akan mereka lakukan. Teori ini menjelaskan bahwa niat (*intention*) seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku merupakan penentu terpenting dari aksi itu sendiri. Niat didasari oleh 3 penentu dasar, yaitu *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. TPB digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 *Theory of Planned Behavior*

Sumber : Ajzen (1991)

### 2.2.1 Attitude

*Attitude/sikap* adalah evaluasi positif atau negatif seseorang dari melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Sedangkan menurut Jogiyanto (2008), *attitude* adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif dan negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Ajzen (1991) mengatakan bahwa ada dua macam sikap, yaitu sikap terhadap objek (*attitude toward object*) dan sikap terhadap perilaku (*attitude concerning behavior*). Sikap terhadap objek (*attitude toward object*) merupakan perasaan seseorang terhadap benda - benda tertentu, sedangkan sikap terhadap perilaku (*attitude concerning behavior*) merupakan sikap yang lebih mengarah pada perlakunya bukan objeknya.

Ajzen (1991) mengatakan bahwa sikap terbentuk berdasarkan informasi tentang objek sikap dan pengalaman langsung yang terjadi. Hal ini membuat sikap tidak dapat diamati secara langsung melainkan berdasarkan tanggapan yang diberikan. Contohnya dalam bentuk keyakinan yang dianggap sebagai tanggapan yang kognitif. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *attitude/sikap* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap niat seseorang (Wajon & Richter, 2019). Akan tetapi sebuah sikap dapat berubah dari waktu ke waktu. Faktor sosial dapat menjadi salah satu dampak dalam perubahan dan perkembangan suatu sikap, faktor situasional dan faktor pribadi juga dapat menjadi salah satu pengaruh sejauh mana sikap dapat mempengaruhi suatu niat.

Ketika dikaitkan dengan *food waste*, *attitude* mengacu pada evaluasi yang positif atau negatif terhadap perilaku *food waste*. Saat seseorang menilai bahwa perilaku *food waste* adalah hal yang buruk, maka niat untuk mengurangi *food waste* semakin meningkat (Coskun and Ozruk, 2020). Menurut Elshaer et al. (2021), *attitude* terhadap *food waste* dapat dinilai dengan empat item, yaitu :

1. Saya merasa bersalah ketika ada makanan yang dibuang.

2. Saya dibesarkan untuk tidak menyisakan makanan.
3. Saya berpendapat bahwa makanan tidak boleh disia-siakan.
4. Saya merasa tidak nyaman apabila menyisakan makanan.

### **2.2.2 Subjective Norms**

*Subjective norms* atau norma subjektif adalah persepsi seseorang terhadap tekanan sosial dalam melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan, sehingga orang tersebut mempertimbangkan pendapat kerabat, teman terdekat, dan orang-orang yang penting dalam hidup orang tersebut ketika mengambil keputusan (Ajzen, 1991). Sedangkan menurut Jogyianto (2008), *subjective norms* diasumsikan sebagai suatu fungsi kepercayaan yaitu kepercayaan bahwa individu-individu tertentu atau kelompok-kelompok menyetujui atau tidak menyetujui untuk melakukan perilaku tertentu.

Signifikansi seseorang dapat berbeda pada situasi yang berbeda (Wajon & Richter, 2019). Pengaruh norma subjektif dapat berbeda terhadap seseorang dengan sifat individualistik dan seseorang dengan sifat kolektivistik. Seseorang dengan sifat individualistik merupakan seseorang yang memandang dirinya berbeda dengan orang lain dan cenderung memiliki nilai pribadi sendiri. Sedangkan seseorang dengan sifat kolektivistik merupakan seseorang yang memandang dirinya terhubung dengan orang lain, sehingga memiliki kesamaan norma dan tujuan.

Ketika dikaitkan dengan *food waste*, *subjective norms* mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan ketika membuang-buang makanan. Saat seseorang merasakan tekanan selagi membuang-buang makanan, maka niat untuk mengurangi *food waste* semakin tinggi. *Subjective norms* terhadap *food waste* dapat dinilai menggunakan empat item (Elshaer et al., 2021), yaitu :

1. Teman-teman saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi *food waste* diperlukan.
2. Keluarga saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi *food waste* diperlukan.
3. Teman-teman saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa diperlukan.
4. Keluarga saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa diperlukan.

### **2.2.3 Perceived Behavioral Control**

*Perceived behavioral control* adalah rasa kemudahan atau kesulitan seseorang untuk melakukan persepsi suatu perilaku (Ajzen, 1991). *Perceived behavioral control* ini mencerminkan pengalaman masa lalu dan mengantisipasi halangan-halangan yang ada, sehingga semakin besar *perceived behavioral control*, semakin besar pula niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Russell et al. (2017) mengatakan bahwa *perceived behavioral control* menggambarkan sejauh mana

seseorang percaya bahwa perilaku tertentu yang mungkin dilakukan dan hal ini tergantung pada pandangan seseorang terhadap kemampuan, sarana, dan kesempatan yang dibutuhkan untuk perilaku tersebut. *Perceived behavioral control* dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal dapat berupa efikasi diri seseorang dan faktor eksternal dapat berupa hambatan dalam melakukan suatu perilaku (Wajon & Richter, 2019).

Dalam kaitannya dengan *food waste*, *perceived behavioral control* mengacu pada perasaan seseorang akan mudah atau tidaknya melakukan kontrol untuk menghindari perilaku *food waste*. Ketika seseorang merasa bahwa faktor yang menyebabkan terbentuknya *food waste* disebabkan atau berada dalam kontrolnya, maka niat untuk mengurangi *food waste* meningkat. Elshaer et al. (2021) memaparkan bahwa *perceived behavioral control* terhadap *food waste* dapat dinilai dengan empat item, yaitu :

1. Saya tidak mengalami kesulitan untuk menyimpan makanan pada suhu yang sesuai.
2. Saya tidak mengalami kesulitan untuk menyimpan makanan pada kondisi yang ditentukan.
3. Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan beberapa tipe produk makanan.
4. Saya tidak merasa kesulitan untuk membeli porsi produk makanan yang dikemas hanya untuk 1 orang.

### **2.3 Food Consumption**

#### **2.3.1 Definisi Food Consumption**

Menurut Khomsan (2010), *food consumption* atau konsumsi makanan adalah jenis dan jumlah makanan yang dikonsumsi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu. Sedangkan menurut Malik (2006), konsumsi makanan adalah rata-rata asupan zat makanan yang dikonsumsi setiap harinya yang dikelompokkan menjadi zat karbohidrat, protein dan lemak. Konsumsi makanan konsumen dalam restoran dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran dan strategi penetapan harga makanan. Kelompok masyarakat dengan berpenghasilan rendah akan lebih mudah dipengaruhi dengan strategi pemotongan harga dan diskon yang ada pada restoran.

#### **2.3.2 Food Consumption Generasi Z**

Aktivitas makan dan minum bagi generasi Z yang tidak hanya sekedar sebagai pemenuhan kebutuhan biologis, tetapi aspek konsep seperti menu, interior, pelayanan, harga, serta promosi juga menjadi kebutuhan sosial dalam sehari - harinya (Irwanto dan Hariatiningsih, 2019). Selain hal tersebut, pada penelitian Radzymińska et al. (2016) juga menunjukkan bahwa generasi Z lebih sering untuk menghabiskan waktu di luar rumah, sehingga memiliki kebiasaan untuk membeli makanan dari luar dan mereka cenderung memiliki cara mengkonsumsi makanan dengan membeli produk

makanan dalam bentuk kemasan makanan yang besar dan lebih rentan terhadap adanya promosi dan faktor diskon.

## 2.4 Food Waste

### 2.4.1 Definisi Food Waste

Menurut FAO, *food waste* adalah isu global yang diakibatkan karena 33% hingga 50% makanan yang telah diproduksi tidak dikonsumsi sebagaimana mestinya. *Food waste* mengacu pada makanan apa pun yang dibuang meskipun masih sesuai, aman dan bergizi untuk konsumsi manusia, apakah itu disimpan di luar tanggal kadaluarsa atau dibiarkan rusak (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2013). Berdasarkan WRAP (2009), *Food waste* berhubungan dengan kebiasaan dan perilaku pelanggan dalam menilai dan menghargai pangan, dan *food waste* mempengaruhi lingkungan dengan memperburuk konsumsi energi, penggunaan sumber daya, dan peningkatan kuantitas limbah yang dihasilkan sehingga menjadi masalah sosial, lingkungan yang penting, serta mempengaruhi biaya dalam rantai pasokan makanan.

### 2.4.2 Macam-Macam Food Waste

*Food waste* dapat diklasifikasikan menjadi 2 macam yaitu bisa berdasarkan waktu dan juga berdasarkan tingkat kemungkinannya. Berdasarkan waktunya, *food waste* dapat dikategorikan menjadi 3 macam (Legrand et al., 2017), yaitu

- a. *Pre-consumer Waste* : didefinisikan sebagai semua produk atau bahan makanan yang dibuang sebelum selesai diolah menjadi suatu item makanan yang dapat dikonsumsi.
- b. *Post-consumer Waste* : didefinisikan sebagai semua makanan yang tersisa saat pelanggan mengkonsumsi makanan.
- c. *Packaging Waste and Operational Supplies* : *packaging waste* merupakan semua bahan yang digunakan sebagai tempat penyimpanan makanan seperti dalam bentuk plastik yang tidak dapat terdekomposisi secara alami. Sedangkan *operating supplies* merupakan semua bahan yang digunakan dan menjadi *waste* dalam proses *operasional food service* seperti minyak goreng.

Sedangkan menurut Waste and Resources Action Programme (WRAP) (2009), *food waste* dapat dibagi menjadi 3 kategori yang didasarkan pada tingkat kemungkinannya, yaitu

- a. *Avoidable* : makanan dan minuman yang dibuang masih dapat dimakan.

Contoh: daging, apel, roti.

Kategori ini dikembangkan lagi menjadi :

- *Cooked, prepared, served too much* : makanan dan minuman yang dibuat dan dimasak melebihi jumlah yang dibutuhkan.
- *Not used in time* : makanan dan minuman yang sudah melewati tanggal kadaluarsa atau busuk.
- *others*

b. *Probably avoidable* : makanan dan minuman yang dibuang sebenarnya masih bisa dimakan oleh sebagian orang dan jika makanan dan minuman tersebut diproses dengan benar.  
Contoh : kulit kentang, pinggiran roti.

c. *Unavoidable* : Bagian dari makanan atau minuman yang sudah tidak bisa dimakan.  
Contoh : cangkang telur, tulang daging, kantong teh.

## 2.5 **Food Waste** dalam Restoran

### 2.5.1 Macam-Macam **Food Waste** Dalam Restoran

McAdams et al. (2019) mengelompokkan *food waste* dalam restoran menjadi beberapa kategori, yaitu :

1. *Spoilage* : makanan yang berada di dalam area penyimpanan restoran yang dibeli dengan tujuan untuk dihidangkan kepada konsumen, tetapi dengan alasan tertentu, dibuang dan tidak dihidangkan kepada konsumen.
2. *Preparation Waste* : semua makanan yang dibuang ketika makanan sedang dimasak atau sebelum disajikan di piring konsumen.
3. *Production Waste* : semua makanan yang dibuang selama makanan sudah dimasak, tetapi belum sampai di meja konsumen. Makanan dibuang karena terlalu matang, jatuh, menempel di alat masak, dan lain sebagainya.
4. *Plate Waste* : makanan yang dihidangkan kepada konsumen, tetapi dengan alasan tertentu, tidak dimakan dan kembali ke area pencucian piring restoran.
5. *Unidentifiable* : makanan yang dibuang pada saat-saat yang tidak diketahui penyebabnya.

### 2.5.2 Penyebab **Food Waste** dalam Restoran

Menurut WRAP (2009), *food waste* dapat terbentuk dari 3 sumber utama, yaitu ketika makanan disiapkan (45%), *customer plates* atau makanan yang tidak dihabiskan pelanggan (34%), dan makanan yang sudah tidak layak dikonsumsi (21%) (dalam Filimonau et al., 2020).

Tabel 2.1  
Penyebab *Food Waste* Dalam Restoran

<i>Map Key</i>	<i>Food Waste</i>		
Elemen Siklus Bisnis	Macam-Macam, seperti penyimpanan, supplier, pengiriman	Produksi	Konsumsi
Area Operasional	<i>Back of the House</i>		<i>Front of the House</i>
Tipe Sampah Makanan	Makanan berkualitas rendah	Makanan yang tidak terjual	Plate Waste
Penyebab Utama	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerusakan dalam pengiriman</li> <li>- Busuk dalam penyimpanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produksi berlebihan</li> <li>- Bahan makanan yang berlebih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sisa makanan tidak habis</li> </ul>
Penyebab yang Tidak Direncanakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hubungan yang lemah dengan supplier</li> <li>- Kesalahan teknis, seperti kurangnya kemampuan untuk memonitor tanggal kadaluarsa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurang kemampuan untuk memprediksi permintaan konsumen</li> <li>- Menu makanan yang ditawarkan terlalu banyak</li> <li>- Kurangnya kemampuan untuk membuat porsi yang sesuai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Porsi makanan yang berlebihan</li> <li>- Kesalahan dalam memasak</li> <li>- Suasana hati konsumen</li> </ul>

Sumber : Filimonau et al. (2020)

Menurut Filimonau et al.(2020), *food waste* dapat terbentuk karena kesalahan 2 pihak, yaitu kesalahan dari internal restoran maupun dari eksternal restoran, yaitu pelanggan. Christ & Buititti (2017) mengatakan bahwa Ketidakmampuan internal restoran dalam mengukur dan memprediksi permintaan pelanggan menyebabkan pihak restoran menyimpan bahan makanan terlalu banyak, sehingga banyak dari bahan makanan tersebut menjadi rusak atau busuk karena tidak segera digunakan (dalam Filimonau et al.,2020). Kesalahan dari eksternal restoran berasal dari pelanggan, dimana pelanggan meninggalkan *food waste* pada piringnya (*plate waste*). Hal ini bisa dikarenakan makanan yang disajikan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau karena porsi yang diberikan terlalu besar (Filimonau et al., 2020).

## 2.6 *Food Waste Reduction Intention*

*Intention* atau niat didefinisikan sebagai suatu faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku. *Intention* menandakan seberapa keras seseorang akan coba melakukan perilaku atau seberapa besar upaya seseorang untuk menunjukkan sebuah perilaku. Semakin kuat niat atau *intention* seseorang untuk berperilaku, semakin besar kemungkinan seseorang melakukan perilaku

tersebut (Ajzen, 1991). Ketika dikaitkan dengan *food waste*, niat yang positif memiliki arti kemungkinan seseorang yang lebih besar terhadap membuang sisa makanan dengan bentuk lebih sedikit (Wajon & Ritcher, 2019).

Literatur *food waste* telah menunjukkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi niat dan motivasi seseorang untuk mengurangi *food waste*. Salah satunya terdapat pada penelitian Ramadhita et al. (2021), yaitu faktor ekonomi, dimana pendekatan ekonomi ini dikaitkan langsung dengan pengeluaran konsumen dalam mengkonsumsi makanan, sehingga membuat konsumen lebih memilih untuk tidak membuang-buang makanan. Hal ini juga ada pada penelitian yang dilakukan Wajon & Ritcher (2019) yang dilakukan pada mahasiswa di Eropa dimana alasan ekonomi menjadi faktor utama dibandingkan dengan faktor sosial dan lingkungan dalam mengurangi *food waste*.

## 2.7 Generasi

### 2.7.1 Definisi Generasi

Menurut Kupperschmidt (2000), generasi adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan tahun lahir, umur, lokasi dan juga pengalaman historis atau kejadian-kejadian dalam individu tersebut yang sama yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan yang dialami (dalam Putra, 2016). Dengan kata lain, generasi merupakan sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama. Menurut Manheim (1952), individu yang menjadi bagian dari satu generasi adalah individu yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama (dalam Putra, 2016).

### 2.7.2 Pengelompokan Generasi

Bencsik et al. (2016) mengelompokkan generasi, sebagai berikut :

Tabel 2.2

Pengelompokan Generasi

Generation	Year
<i>Veteran Generation</i>	1925-1946
<i>Baby Boom Generation</i>	1946-1960
<i>X Generation</i>	1960-1980
<i>Y Generation</i>	1980-1995
<i>Z Generation</i>	1995-2010

Tabel 2.2

Pengelompokan Generasi (Lanjutan)

Alfa Generation	2010-now
-----------------	----------

Sumber : Bencsik et al. (2016).

### 2.7.3 Karakteristik Generasi Z 4

Generasi Z merupakan generasi yang paling muda yang baru memasuki angkatan kerja. Biasanya, generasi ini disebut dengan generasi internet atau *IGeneration*. Generasi Z lebih banyak berhubungan melalui dunia maya. Sejak kecil, generasi ini sudah dikenalkan dengan teknologi dan sangat akrab dengan smartphone dan dikategorikan sebagai generasi yang kreatif (Putra, 2016).

Menurut Putra (2016), karakteristik generasi Z adalah :

- Lebih menyukai kegiatan sosial dibandingkan generasi sebelumnya.
- Lebih suka bekerja dalam perusahaan *start-up*.
- Pandai dalam *multi-tasking*.
- Sangat menyukai teknologi dan ahli mengoperasikan teknologi.
- Peduli terhadap lingkungan.
- Mudah terpengaruh terhadap lingkungan mengenai produk atau merek.
- Pintar dan mudah menangkap informasi dengan cepat.

Menurut Tulgan (2013), terdapat 5 kunci utama dalam karakteristik generasi Z :

1. *Social media is the future*.

Sementara generasi Y (generasi sebelumnya) berada dalam masa transisi, generasi Z merupakan generasi yang sudah terpusat pada media sosial. Generasi ini sudah tidak mengenal dunia, dimana seseorang tidak dapat berkomunikasi dengan orang lain dimanapun dan kapanpun. Media sosial adalah kunci untuk bisa mengontrol generasi Z.

2. *Human connections are more important than ever*.

Jika dibandingkan dengan generasi Y, generasi Z akan lebih tunduk pada otoritas.

3. *Skill gaps*.

Dalam generasi Z, perbedaan skill yang dimiliki seseorang, baik yang berketerampilan tinggi dengan yang berketerampilan rendah, akan sangat terlihat. Di satu sisi, mengelola generasi Z, terutama dalam perusahaan, akan membutuhkan investasi yang besar untuk pelatihan. Namun, di sisi lain, dalam generasi Z akan muncul orang-orang yang cerdas di antara angkatan-angkatan tenaga kerja.

4. *Global mindset, local reality.*

Akibat majunya teknologi dan media sosial, generasi Z memiliki pemikiran yang global. Tetapi, karena generasi ini melakukan semuanya secara *online*, seperti berkomunikasi, mencari informasi, bersosialisasi, dan lain sebagainya, generasi ini menjadi bergantung dengan dunia online dan kurang berpetualangan secara fisik di realita.

5. *Infinite diversity.*

Generasi Z lebih banyak menjumpai perbedaan. Generasi ini lebih cenderung banyak mencampur dan menggabungkan banyak sudut pandang dan identitas yang mencolok bagi diri mereka, sehingga mereka lebih terbuka terhadap semua perbedaan yang ada.

## 2.8 Penelitian terdahulu

No	Judul Jurnal - Penulis / Tahun	Konteks	Variabel yang Diukur	Pendekatan dan Metode	Hasil
1.	The Impact of Religiosity and Food Consumption Culture on Food Waste Intention in Saudi Arabia - Elshaer, I., Sobaih, A.E.E., Alyahya, M., Elnasr, A.A. (2021)	Menganalisis dampak langsung dari religiusitas dan konsumsi makanan budaya terhadap niat membuang makanan serta dampak tidak langsungnya melalui konstruksi teori perilaku yang direncanakan.	1135 Pelanggan restoran di KSA (Kingdom Saudi Arabia).	Kuantitatif, Survei	Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behaviour (TPB) dalam melakukan penelitiannya. Religiusitas memiliki hubungan negatif dengan niat untuk membuang <i>food waste</i> , sedangkan budaya konsumsi masyarakat di Arab Saudi memiliki hubungan yang positif terhadap niat untuk membuang <i>food waste</i> . Hal ini terlihat pada perilaku dan budaya masyarakat yang memiliki tradisi untuk menyajikan makanan yang berlebihan terhadap tamu dan hal ini semakin terlihat saat ada acara yang spesial.
2.	A Consumer Behavioural Approach To Food Waste - Aktas, E., Sahin, H., Topaloglu, Z., Oledinma, A., Huda, A.K.S., Irani, Z., Sharif, A.M., Wout, T.V., Kamvara, M. (2018)	Menganalisis adanya hubungan yang signifikan antara proses memilih makanan, keuangan, hubungan sosial, budaya, rutinitas dengan <i>food waste</i> yang terbentuk.	Sebanyak 305 responden yang berada di negara Qatar.	Kuantitatif, Survei	Penelitian ini menghasilkan hubungan antara proses memilih makanan dan juga keuangan seseorang memiliki hubungan yang negatif terhadap meningkatnya <i>food waste</i> jika masyarakat cenderung melakukan perencanaan pembelanjaan terlebih dahulu, sedangkan untuk hubungan sosial, rutinitas seseorang, dan budaya seseorang memiliki hubungan positif dengan meningkatnya <i>food waste</i> .
3.	Penggunaan Theory of Planned Behavior Dalam Menganalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Food Waste Behavior Pada Dosen - Prasetyo, D.T., Djuwita, R. (2020)	Meneliti tentang alasan dosen XYZ membuang atau tidak membuang makanan.	99 orang dosen Perguruan tinggi XYZ berumur 21-85 tahun yang mengikuti kegiatan pelatihan dosen.	Kuantitatif, survei dan kualitatif, <i>in-depth interview</i>	Penelitian ini menggali 3 <i>belief</i> , yaitu <i>behavioral belief</i> , <i>normative belief</i> , dan <i>control belief</i> . 2 dari 4 partisipan mengatakan bahwa makanan dibuang kemungkinan karena faktor gizi, seperti makanan yang mengandung kadar kolesterol tinggi, dan lingkungan. Rekan atau orangtua merupakan individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi mereka untuk tidak membuang makanan, tetapi diatasnya terdapat aturan kampus yang dinilai lebih mampu dalam membatasi pembuangan makanan. Kondisi diet dan keyakinan agama juga merupakan faktor seseorang membuang / tidak membuang makanan. Ketika seseorang sedang diet, lebih tinggi kemungkinannya untuk membuang-buang makanan. Namun, seseorang juga terbatas untuk tidak membuang-buang makanan karena keyakinan agamanya.

## 2.8 Penelitian terdahulu (Lanjutan)

4.	Understanding The Effect Of Dining and Motivational Factors on Out-Of-Home Consumer Food Waste - Goodman-Smith, F., Mirosa, R., Mirosa, M. (2020)	Meneliti alasan konsumen di restoran membuang makanan berdasarkan sosio demografis dan motivasinya.	1001 responden dengan kewarganegaraan New Zealand yang berumur minimal 18 tahun dan mengunjungi restoran atau kafe di bulan sebelumnya.	Kuantitatif, survei	Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen yang makan di restoran mahal dan pendapatan yang tinggi akan lebih tinggi kemungkinannya untuk membuang makanan karena nilai uang yang mereka lihat dalam makanan tidak setinggi orang-orang yang berpendapatan rendah atau sedang. Konsumen yang makan di restoran mahal akan cenderung lebih mementingkan porsi makanan dan kandungan gizi dibandingkan nilai uang dari makanan tersebut. Jika dilihat dari faktor motivasi dalam mengurangi <i>food waste</i> , sebagian besar orang mengatakan bahwa menghemat uang merupakan alasan terbesar, diikuti dengan menjaga kondisi lingkungan, pertimbangan akan banyak orang yang kelaparan, dan rasa bersalah karena membuang makanan.
5.	Generation Z Food Waste, Diet And Consumption Habits: A Finnish Social Design Study With Future Consumers - Tiina Kymäläinen , Anu Seisto, Roosa Malila / 2021	Mendapatkan pemahaman tentang sikap, rutinitas atau gaya hidup, dan keterampilan yang berkaitan dengan konsumsi makanan, diet dan <i>food waste</i> dalam rumah tangga generasi Z.	Generasi Z yang berumur 17 - 25 tahun sebanyak 59 orang di Finlandia.	Kualitatif, <i>Focus Group Discussion</i>	Peserta generasi Z menyatakan bahwa mereka memiliki motivasi yang kuat terhadap mengurangi <i>food waste</i> tetapi berbagai macam faktor sosial pada perilaku konsumen seperti keluarga memiliki pengaruh terhadap banyaknya <i>food waste</i> yang terbentuk, usia yang dimiliki oleh generasi Z juga memiliki sifat yang cenderung spontan sehingga kurangnya memiliki kontrol terhadap <i>food waste</i> . Situasi ekonomi suatu keluarga juga mempengaruhi dimana harga menjadi aspek yang lebih penting dibandingkan dengan lingkungan sehingga <i>food waste</i> tidak terlalu diperlukan oleh masyarakat.
6.	What Influences Consumer Food Waste Behavior in Restaurants? An Application Of The Extended Theory Of Planned Behavior - Coskun, A., Ozbuk, R.M.Y. (2020)	Menganalisa 3 variabel TPB, yaitu <i>attitude</i> , <i>subjective norms</i> , dan <i>perceived behavioral control</i> terhadap niat konsumen untuk mengurangi <i>food waste</i> dalam restoran.	329 responden yang makan di restoran di Turkey	Kuantitatif, Survei	Dari ketiga variabel TPB, hasil penelitian menunjukkan <i>perceived behavioral control</i> merupakan variabel penentu yang paling penting dan paling besar pengaruhnya terhadap niat konsumen untuk mengurangi <i>food waste</i> , sedangkan <i>subjective norms</i> menunjukkan hasil yang tidak signifikan pengaruhnya terhadap niat untuk mengurangi <i>food waste</i> .

## 2.8 Penelitian terdahulu (Lanjutan)

7.	Students' Intention to Reduce Food Waste An approach with an extended version of the Theory of Planned Behavior - Wajon, E., Richter, J. (2019)	Menganalisa variabel TPB, yaitu <i>attitude</i> , <i>subjective norms</i> , dan <i>perceived behavioral control</i> dengan tambahan <i>anticipated norms</i> terhadap niat mahasiswa sebagai konsumen untuk mengurangi <i>food waste</i> dalam restoran.	209 mahasiswa di Upssala University, Campus Gotland	Kuantitatif, Survei	Dari keempat variabel, hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>attitude</i> dan <i>perceived behavioral control</i> merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap niat konsumen untuk mengurangi <i>food waste</i> , sedangkan <i>subjective norms</i> dan <i>anticipated norms</i> memiliki hasil yang tidak signifikan terhadap niat untuk mengurangi <i>food waste</i> .
8.	Consumer Attitude and Behaviour Towards Food Waste - Monika Radzynińska, Dominika Jakubowska, Katarzyna Staniewska/ 2016	Meneliti tentang bagaimana sikap dan perilaku masyarakat muda terhadap <i>food waste</i> .	37 mahasiswa fakultas <i>food sciences</i> di University of Warmia and Mazury di Olsztyn, Polandia.	Kualitatif, <i>Focus Group Discussion</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat muda mengetahui tentang isu <i>food waste</i> tetapi tidak berusaha untuk mengurangi <i>food waste</i> . Walaupun ada tradisi di polandia untuk harus menghormati makanan dikarenakan suatu saat dapat hilang. Hal ini disebabkan karena cenderung adanya gaya hidup masyarakat muda untuk melakukan pembelian yang tidak disengaja atau berlebihan, kemudian cenderung untuk membeli makanan dengan <i>packaging</i> yang lebih besar dikarenakan memiliki harga yang lebih terjangkau walaupun mengetahui bahwa tidak dapat mengkonsumsinya hingga habis.

Penelitian ini mengacu pada beberapa jurnal penelitian terdahulu yang dilakukan di berbagai negara dan daerah. Jurnal-jurnal tersebut sebagian besar meneliti perilaku konsumen secara umum tanpa adanya klasifikasi generasi ataupun perilaku konsumen dalam lingkup restoran. Sebagian besar penelitian yang dilakukan mengambil lingkup konsumen dalam rumah tangga. Karena itu, peneliti mengadopsi penelitian-penelitian diatas, kemudian peneliti secara khusus mengambil generasi Z sebagai objek penelitian, dimana generasi Z merupakan generasi yang saat ini sedang mendominasi negara Indonesia, dan melakukan penelitian di kota Surabaya, Indonesia.

## 2.9 Hubungan Antar Konsep dan Hipotesis Penelitian

### 2.9.1 Hubungan *Food Consumption* Generasi Z Terhadap *Food Waste Reduction Intention*

Generasi yang berbeda memiliki sikap yang berbeda terhadap konsumsi makanan. Penelitian Wajon & Ritcher (2019) menyatakan bahwa adanya korelasi yang negatif ketika generasi dikaitkan dengan niat untuk mengurangi sisa makanan, dimana semakin muda generasi semakin tinggi niat untuk mengurangi sisa makanan. Penelitian ini mengatakan bahwa generasi Z terutama yang masih berada pada jenjang sekolah maupun kuliah cenderung memiliki pendapatan uang atau sumber dana

yang terbatas, berbeda dengan orang yang sudah bekerja dan memiliki penghasilan sendiri sehingga konsumsi makan generasi Z ini lebih memiliki niat yang kuat untuk mengurangi sisa makanan.

Berdasarkan hasil penelitian Radzimińska et al. (2016) yang respondennya merupakan mahasiswa di Polandia dan penelitian Kymäläinen et al. (2021) yang ditujukan untuk generasi Z di Finlandia menunjukkan bahwa generasi muda lebih sering berada di luar rumah sehingga memiliki kebiasaan untuk membeli makanan dari luar dan generasi Z cenderung menjadikan harga sebagai aspek yang lebih penting sehingga ketika membeli produk makanan ataupun mengkonsumsi makanan. Hal ini sesuai dengan penelitian Wajon & Ricther (2019) dimana faktor ekonomi inilah yang dikaitkan langsung dengan pengeluaran konsumen dalam mengkonsumsi makanan dimana ketika seseorang membuang sisa makanan, pengeluaran konsumen juga bertambah dan menjadikan generasi Z ini lebih memiliki niat yang kuat untuk mengurangi sisa makanan.

H1 : *Food consumption* generasi Z memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya.

#### **2.9.2 Hubungan *Food Consumption* Terhadap *Food Waste Reduction Intention* Dengan Mediasi *Attitude***

Dalam hal memprediksi *food waste reduction intention* konsumen, *attitude* mengacu pada evaluasi yang dimiliki seseorang terhadap baik atau tidak baiknya *food waste*. Ketika seseorang memiliki evaluasi atau pandangan yang kurang baik mengenai *food waste*, maka niat seseorang untuk membuang *food waste* akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, ketika seseorang memandang *food waste* sebagai sesuatu yang baik atau dapat diterima, maka niat seseorang untuk membuang *food waste* menurun.

Pada penelitian Coskun & Ozbu (2020), *attitude* memberikan efek yang positif terhadap niat seseorang untuk tidak membuang-buang makanan. Aktas et al. (2018) mengatakan bahwa ketika seseorang merasa tidak nyaman saat melihat makanan sisa dibuang, maka niat untuk mengurangi *food waste* semakin tinggi. Penelitian Elshaer et al. (2021) juga menemukan adanya hubungan yang positif antara *attitude* dengan *food waste reduction intention*. Hal ini disebabkan karena adanya keuntungan yang dirasakan oleh seseorang dalam praktiknya mengurangi *food waste*, seperti menghemat uang.

H2 : Variabel *attitude* berperan sebagai variabel penghubung antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya.

### **2.9.3 Hubungan *Food Consumption* Terhadap *Food Waste Reduction Intention* Dengan Mediasi *Subjective Norms***

*Subjective norms* mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan seseorang saat membuang makanan. Ketika seseorang merasakan tekanan sosial, maka orang tersebut akan memiliki niat yang lebih besar untuk mengurangi *food waste*. Menurut Aktas et al. (2018), jika keluarga atau teman terdekat merasa bahwa *food waste* perlu untuk dikurangi, maka orang tersebut akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk mengurangi *food waste*. Hal ini didukung dengan penelitian Prasetyo & Djuwita (2020), dimana keluarga dan teman kerja memiliki pengaruh yang cukup besar dalam mempengaruhi seseorang untuk tidak membuang-buang makanan.

Coskun & Ozruk (2020) menyatakan bahwa *subjective norms* merupakan penentu yang paling lemah diantara 3 variabel TPB. Hasil penelitian menyatakan bahwa *subjective norms* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *food waste reduction intention*. Peneliti tersebut menjelaskan ada 3 alasan mengapa *subjective norms* tidak berpengaruh secara signifikan. Pertama, tekanan sosial yang dirasakan seseorang tidak secara langsung mempengaruhi perilaku konsumen dan susah untuk melihat dampak dari tekanan tersebut terhadap niat yang dimiliki seseorang. Kedua, kemungkinan adanya paradoks yang dirasakan antara norma pribadi dengan norma subjektif. Sebagai contoh, menyisakan makanan di piring bertentangan dengan norma pribadi, tetapi norma subjektif yang dirasakan justru membuat seseorang mengurungkan niat untuk meminta *doggy bag* atau wadah untuk membawa pulang sisa makanan karena rasa malu.

H3 : Variabel *subjective norms* tidak berperan sebagai variabel penghubung antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya.

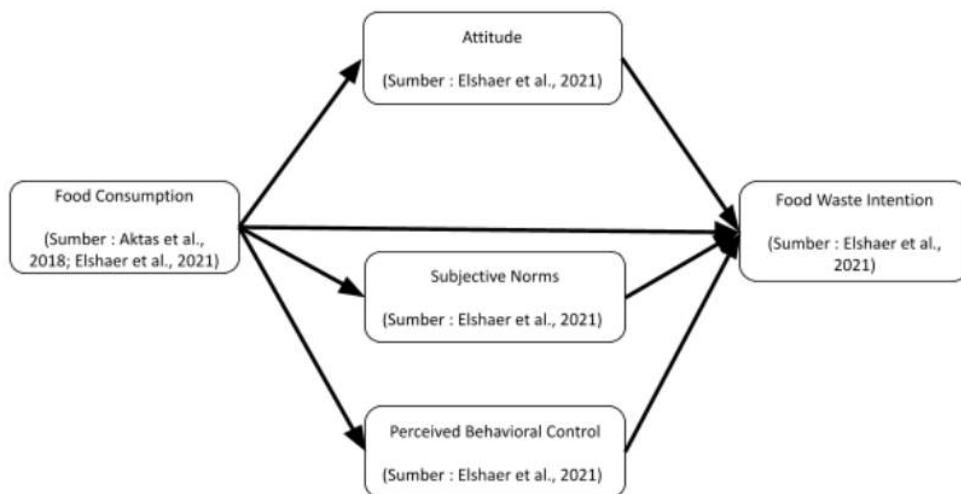
### **2.9.4 Hubungan *Food Consumption* Terhadap *Food Waste Reduction Intention* Dengan Mediasi *Perceived Behavioral Control***

*Perceived behavioral control* dinilai sebagai variabel yang paling penting dalam mempengaruhi *food waste reduction intention*. Ketika seseorang percaya bahwa orang tersebut memiliki kontrol atau kendali dalam terbentuknya *food waste*, maka niat untuk mengurangi *food waste* lebih tinggi. Elshaer et al. (2021) mengatakan bahwa *food waste* dapat dikurangi apabila seseorang menaruh perhatian yang cukup terhadap *food waste*. Tidak hanya itu, seseorang perlu memiliki kontrol dalam dirinya untuk mengendalikan pengaruh-pengaruh negatif dari keluarga atau teman terdekat dalam hal *food waste*. Jika konsumen merasa tidak kesulitan untuk menyimpan makanan yang berlebih, maka *food waste reduction intention* akan semakin tinggi.

Penelitian Coskun & Ozruk (2020) mengatakan bahwa *perceived behavioral control* merupakan variabel prediktor yang paling penting dalam menilai *food waste reduction intention*, dimana jika pelanggan merasa percaya bahwa dirinya dapat mengontrol jumlah terbentuknya *food waste* yang dikeluarkan ketika berada dalam restoran, maka niat untuk mengurangi *food waste* akan meningkat.

H4 : Variabel *perceived behavioral control* berperan sebagai variabel penghubung antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya.

## 2.10 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

Sumber : Ajzen (1991)

Penelitian ini memiliki dua konstruk utama, yaitu *food consumption* dan *food waste reduction intention*. Untuk mengukur hubungan antara keduanya, peneliti menerapkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang sudah menjadi tolak ukur dalam meneliti perilaku konsumen pada umumnya. *Attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* merupakan 3 variabel dalam TPB yang menjadi variabel mediasi dalam penelitian ini.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif - asosiatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dalam penelitian ini, penelitian asosiatif digunakan untuk menunjukkan adanya pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya dengan variabel mediasi *attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk mengacu hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Gambaran Populasi**

Menurut Sugiyono (2018:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Ukuran populasi dapat terhingga (*countable*) dan tak terhingga (*uncountable*) (Nugroho, 2008). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan oleh peneliti adalah populasi tak terhingga, yaitu konsumen yang merupakan generasi Z (tahun kelahiran 1995-2010) yang pernah makan dalam restoran di Surabaya.

##### **3.2.2 Gambaran Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Teknik *non-probability sampling* yang dipilih adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah

konsumen generasi Z dengan umur mulai dari 17 tahun hingga 26 tahun yang bertempat tinggal di Surabaya dan sering makan di restoran.

Berdasarkan Ferdinand (2013), pedoman pengukuran sampel :

1. 100 - 200 sampel untuk teknik *Maximum Likelihood Estimation*.
2. Tergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 - 10 kali jumlah parameter yang diestimasi.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini akan menggunakan 19 indikator atau parameter pengukuran sehingga akan diperoleh sampel sebanyak 95 - 190 orang. Untuk menghindari data yang tidak valid, ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimal sebanyak 250 konsumen generasi Z dalam restoran di Surabaya. Pada penelitian ini, penyebaran kuesioner telah disebarluaskan kepada 257 responden generasi Z yang mengunjungi restoran di Surabaya, akan tetapi hanya sebesar 241 respon penelitian yang akan digunakan untuk penelitian lebih lanjut. Hal ini dikarenakan data sebanyak 16 respon tidak lolos *screening question* yang mewakili kriteria responden penelitian.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2018). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

#### **3.3.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari 241 jawaban kuesioner konsumen generasi Z yang pernah makan dalam restoran yang telah disebarluaskan melalui *link* Google Form.

#### **3.3.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang secara tidak langsung memberikan data kepada penulis melalui perantara, misalnya dalam bentuk dokumen atau orang lain (Sugiyono, 2018). Sumber data sekunder didapatkan melalui jurnal, internet, penelitian terdahulu, dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan sehingga dapat dijadikan sebagai landasan teori pada penelitian ini.

### **3.4 Metode dan Prosedur Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Metode dan Prosedur Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner. Survei adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan cara menggunakan angket sebagai alat penelitian kepada populasi secara langsung (Sugiyono, 2018). Sedangkan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2018). Metode survei ini dilaksanakan dengan cara membagikan kuesioner secara *online* dengan ketentuan :

1. Peneliti menyiapkan kuesioner yang akan disebarluaskan.
2. Peneliti mulai menyebarkan kuesioner mulai tanggal 1 November 2021 hingga 15 November 2021 dalam bentuk link Google Form.
3. Penyebaran kuesioner melalui media sosial seperti Instagram, Line, dan Whatsapp.
4. Responden yang sesuai telah dihubungi untuk mengisi kuesioner yang berisi pertanyaan - pertanyaan mengenai “Pengaruh *Food Consumption* Generasi Z Terhadap *Food Waste Reduction Intention* Dalam Restoran Di Surabaya Dengan Variabel Mediasi *Attitude*, *Subjective Norms*, dan *Perceived Behavioral Control*”.

Menurut Arikunto (2010), dilihat dari cara menjawabnya, kuesioner dapat dibagi menjadi dua yaitu, kuesioner terbuka (*open-ended question*) dan kuesioner tertutup (*close-ended question*). Pada penelitian ini, kuesioner yang dibagikan menggunakan bentuk kuesioner tertutup atau *closed-ended question*. Kuesioner tertutup yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk skala Likert. Skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator, dimana indikator ini digunakan sebagai alat ukur dalam penyusunan instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini kuesioner dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Kuesioner dengan pertanyaan mengenai gambaran karakteristik demografi, segmentasi, dan psikografis dari responden (nama, usia, jenis kelamin, domisili, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan per bulan).
2. Kuesioner dengan pertanyaan mengenai karakteristik responden selama mengunjungi restoran (berapa kali seminggu makan di restoran, berapa yang dikeluarkan untuk sekali makan di restoran) dan pengetahuan responden mengenai *food waste* (apakah mengetahui arti *food waste*, apakah mengetahui bahayanya *food waste*).

3. Kuesioner dengan pertanyaan mengenai variabel penelitian yang akan mengukur faktor-faktor perilaku konsumen terhadap *food waste* dengan menggunakan 5 poin skala Likert, antara lain :

- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Netral (N) = 3
- Setuju (S) = 4
- Sangat Setuju (SS) = 5

Setelah semua data dari jawaban kuesioner telah terkumpul dan sesuai, peneliti melakukan proses pengolahan data dengan menggunakan bantuan *software PLS (Partial Least Square)* versi 3.0.

### **3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.5.1 Variabel**

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang diteliti yaitu variabel bebas atau variabel independen, variabel terikat atau variabel dependen, dan variabel mediasi. Menurut Sugiyono (2018), variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat. Sedangkan variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas atau variabel independen. Variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati maupun diukur (Sugiyono, 2018) Dalam penelitian ini, *food consumption* generasi Z sebagai variabel bebas atau variabel independen, kemudian *attitude*, *subjectives norms*, *perceived behavioral control* sebagai variabel mediasi, dan *food waste reduction intention* sebagai variabel terikat atau variabel dependen.

#### **3.5.2 Definisi Operasional Variabel**

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan dimensi, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Menurut Nazir (2005), definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti, atau mengklasifikasikan keterangan maupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut.

### 3.5.2.1 Variabel Independen

#### a.) Konsep : *Food consumption* generasi Z (X1)

Definisi Operasional : jenis dan jumlah makanan yang dikonsumsi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu (Khomsan, 2010)

Indikator empirik (Aktas et al., 2018; Elshaer et al., 2021) :

- X1.1 : Saya cenderung membeli makanan dengan jumlah yang lebih banyak dari yang saya butuhkan di restoran.
- X1.2 : Saya suka mengkonsumsi jenis makanan yang bervariasi.
- X1.3 : Saya memiliki rasa penasaran dengan rasa-rasa atau makan - makanan baru.
- X1.4 : Saya suka mengkonsumsi makanan yang baru saja dimasak.

### 3.5.2.2 Variabel Mediasi

#### a.) Konsep : *Attitude* (Z1)

Definisi Operasional : evaluasi positif atau negatif seseorang dari melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991).

Indikator empirik (Elshaer et al., 2021) :

- Z1.1 : Saya merasa bersalah ketika ada makanan yang dibuang.
- Z1.2 : Saya dibesarkan untuk tidak menyisakan makanan.
- Z1.3 : Saya berpendapat bahwa makanan tidak boleh disia - siakan.
- Z1.4 : Saya merasa tidak nyaman apabila menyisakan makanan.

#### b.) Konsep : *Subjective norms* (Z2)

2

Definisi Operasional : persepsi seseorang terhadap tekanan sosial dalam melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan di bawah pertimbangan (Ajzen, 1991).

Indikator empirik (Elshaer et al., 2021) :

- Z2.1 : Teman-teman saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi *food waste* diperlukan.
- Z2.2 : Keluarga saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi *food waste* diperlukan.
- Z2.3 : Teman-teman saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa diperlukan.
- Z2.4 : Keluarga saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa diperlukan.

c.) Konsep : *Perceived behavioral control* (Z3)

Definisi Operasional : rasa kemudahan atau kesulitan diri seseorang untuk melakukan perspektif suatu perilaku (Ajzen, 1991).

Indikator empirik (Elshaer et al., 2021) :

Z3.1 : Saya tidak mengalami kesulitan untuk menyimpan makanan pada suhu sesuai.

Z3.2 : Saya tidak mengalami kesulitan untuk menyimpan makanan pada kondisi yang ditentukan.

Z3.3 : Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan beberapa tipe produk makanan.

Z3.4 : Saya tidak merasa kesulitan untuk membeli porsi produk makanan yang dikemas hanya untuk 1 orang.

### 3.5.2.3 Variabel Dependend (Y)

a.) Konsep : *Food waste reduction intention* (Y1)

Definisi Operasional : suatu faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku (Ajzen, 1991)

Indikator empirik (Elshaer et al., 2021):

Y1.1 : Saya mempunyai niat untuk memakan sisa makanan.

Y1.2 : Saya mempunyai niat untuk tidak membuang makanan.

Y1.3 : Saya mempunyai niat untuk menghasilkan sisa makanan yang sedikit.

## 3.6 Teknik dan Analisa Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2018). Data yang dianalisis adalah data yang merupakan hasil dari pendekatan survei penelitian dari penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, kemudian dilakukan analisa untuk menarik kesimpulan.

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah data yang akan digunakan itu valid atau tidak. Menurut Sugiyono (2018), validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah *item*,

kita mengorelasikan skor *item* dengan total *item - item* tersebut. Peneliti lain mengatakan bahwa uji validitas menguji apakah suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan inferensi yang dihasilkan mendekati kebenaran (Sarwono, 2012). Jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner, maka kuesioner dikatakan valid (Sugiyono, 2018). Penulis menghitung menggunakan bantuan aplikasi SPSS dan korelasi *Bivariate Moment Pearson*. Suatu pernyataan akan dikatakan valid jika nilai *r* hitung lebih besar dari taraf signifikansi 5% (Dewi, 2018).

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas

Indikator	Pernyataan	Pearson	R Tabel	Sig.	Keterangan
X1.1	Saya cenderung membeli makanan dengan jumlah yang lebih banyak dari yang saya butuhkan di restoran	0.653	0.2039	0.000	Valid
X1.2	Saya suka mengkonsumsi jenis makanan yang bervariasi	0.824	0.2039	0.000	Valid
X1.3	Saya memiliki rasa penasaran dengan rasa-rasa atau makanan-makanan baru	0.711	0.2039	0.000	Valid
X1.4	Saya suka mengkonsumsi makanan yang baru dimasak	0.687	0.2039	0.000	Valid
Z1.1	Saya merasa bersalah ketika ada makanan yang dibuang	0.777	0.2039	0.000	Valid
Z1.2	Saya dibesarkan untuk tidak menyisakan makanan	0.761	0.2039	0.000	Valid
Z1.3	Saya berpendapat bahwa makanan tidak boleh disia-siakan	0.760	0.2039	0.000	Valid
Z1.4	Saya merasa tidak nyaman apabila menyisakan makanan	0.827	0.2039	0.000	Valid
Z2.1	Teman-teman saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi food waste diperlukan	0.772	0.2039	0.000	Valid
Z2.2	Keluarga saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi food waste diperlukan	0.611	0.2039	0.000	Valid

Tabel 3.1

Hasil Uji Validitas (Lanjutan)

Z2.3	Teman-teman saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa adalah tindakan yang diperlukan	0.468	0.2039	0.000	Valid
Z2.4	Keluarga saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa adalah tindakan yang diperlukan	0.561	0.2039	0.000	Valid
Z3.1	Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan makanan pada suhu yang sesuai	0.811	0.2039	0.000	Valid
Z3.2	Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan makanan pada kondisi yang ditentukan	0.861	0.2039	0.000	Valid
Z3.3	Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan beberapa tipe produk makanan	0.738	0.2039	0.000	Valid
Z3.4	Saya tidak merasa kesulitan untuk membeli porsi produk makanan yang hanya dikemas untuk 1 orang	0.788	0.2039	0.000	Valid
Y1.1	Saya mempunyai niat untuk memakan sisa makanan	0.716	0.2039	0.000	Valid
Y1.2	Saya mempunyai niat untuk tidak membuang makanan	0.707	0.2039	0.000	Valid
Y1.3	Saya mempunyai niat untuk menghasilkan sisa makanan yang sedikit	0.324	0.2039	0.000	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator, baik indikator variabel dependen, variabel independen, dan variabel mediasi dinyatakan valid karena telah memenuhi syarat uji validitas instrumen. Karena itu, tidak ada indikator yang dihilangkan dalam kuesioner penelitian ini.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur tersebut dilakukan secara berulang (Sugiyono, 2018). Peneliti lain mengatakan bahwa uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi dari instrumen yang digunakan dalam penelitian. Instrumen dikatakan reliabel

saat dapat mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan menghasilkan hasil yang sama ketika dicoba berulang - ulang pada kelompok yang sama (Arikunto, 2010). Dalam menguji reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengujian reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* yang akan dibantu dengan *software* SPSS. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghazali dalam Sugiyono (2018),

1. Apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0.6$  maka butir atau variabel tersebut reliabel.
2. Apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0.6$  maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 3.2

Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	<i>Food Consumption</i> (X1)	0.741	Reliabel
2	<i>Attitude</i> (Z1)	0.749	Reliabel
3	<i>Subjective Norms</i> (Z2)	0.754	Reliabel
4	<i>Perceived Behavioral Control</i> (Z3)	0.747	Reliabel
5	<i>Food Waste Reduction Intention</i> (Y1)	0.765	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kelima variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena telah memenuhi syarat uji reliabilitas.

### 3.6.3 Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa analisa statistik deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bertujuan untuk mengambil kesimpulan yang berlaku untuk umum maupun generalisasi. Penelitian ini mengolah data - data kuesioner menggunakan rumus - rumus dalam statistik deskriptif menurut Sugiyono (2018), antara lain :

#### 3.6.3.1 Rata - rata (*Mean*)

Rata - rata (*mean*) adalah teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata - rata dari suatu kelompok. Mean dapat diperoleh dengan dengan menjumlahkan seluruh nilai / skor data mentah kemudian dibagi sesuai dengan total data yang ada.

### 3.6.3.2 Standar deviasi

Standar deviasi dilakukan untuk mengetahui menyimpang atau tidaknya indikator dari suatu data. Semakin besar nilai standar deviasi, maka semakin besar kemungkinan menyimpangnya suatu indikator dan sebaliknya. Jika besar nilai standar deviasi melebihi nilai rata - rata maka nilai rata - rata merupakan representasi yang buruk dari keseluruhan data.

### 3.6.3.3 Interval kelas

Interval kelas dilakukan untuk menentukan klasifikasi nilai terhadap variabel-variabel penelitian, baik melalui indikator pengukuran maupun sampel penelitian. Interval kelas diukur menggunakan rumus :

$$\text{interval kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

Dalam penelitian ini, nilai tertinggi ada di angka 5 dan nilai terendah ada di angka 1, sedangkan untuk jumlah kelas ada di angka 5, sehingga didapat interval untuk skala Likert adalah 0.8 dan klasifikasi internal kelas analisa statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3

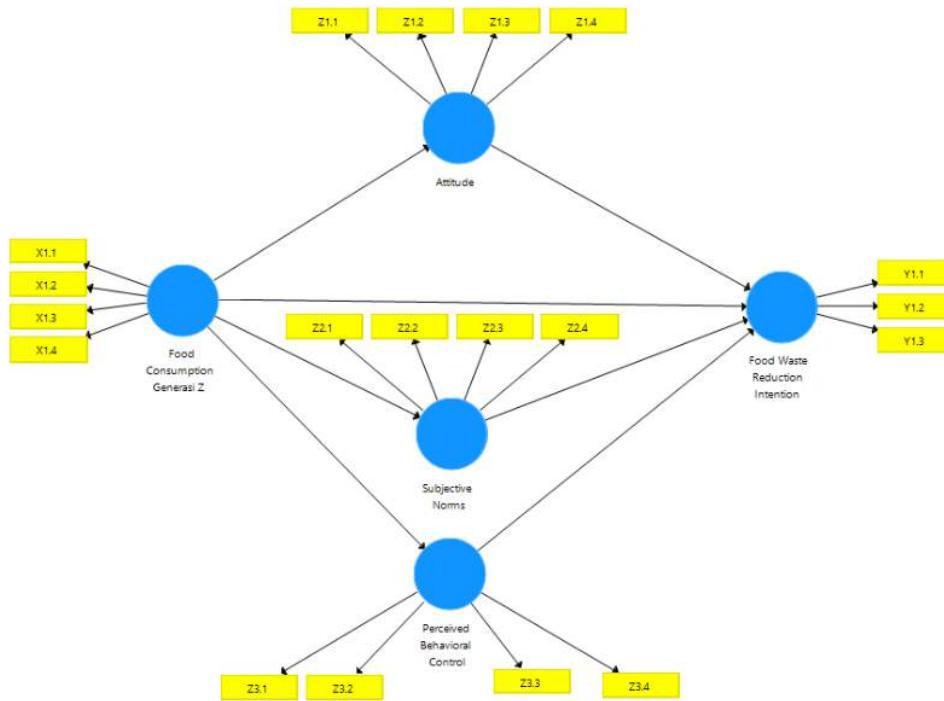
Klasifikasi Interval Kelas

Batasan	Kategori
1.00 ≤ - ≤ 1.80	Sangat Tidak Setuju
1.81 ≤ - ≤ 2.60	Tidak Setuju
2.61 ≤ - ≤ 3.40	Netral
3.41 ≤ - ≤ 4.20	Setuju
4.21 ≤ - ≤ 5.00	Sangat Setuju

### 3.6.4 Partial Least Square (PLS)

Partial least square (PLS) merupakan metode analisis alternatif dari *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dapat digunakan untuk membuat perbandingan antara variabel independen berganda ataupun variabel dependen berganda (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Pada penelitian ini, proses analisis **Partial Least square (PLS)** dibantu oleh **software SmartPLS versi 3.0**. Analisis PLS terdiri dari dua sub model yaitu, *outer model* atau model pengukuran (*measurement model*) yang akan

digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas dan *inner model* atau model struktural (*structural model*) yang dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel.



Gambar 3.1 Diagram Path

#### 3.6.4.1 Outer Model

*Outer model* menunjukkan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Outer model* digunakan untuk mengukur reliabilitas dan validitas variabel konstruk yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Menurut Ghozali (2014) pengukuran yang digunakan dalam *outer model* yaitu:

1. Uji Validitas

- a. *Convergent Validity*

*Convergent validity* adalah pengukuran korelasi antara variabel indikator dengan variabel konstruk atau variabel dependen dan variabel independen. *Convergent validity* dinyatakan valid apabila nilainya lebih besar dari 0.5 yang dilihat dari nilai *loading factor*-nya, jika kurang dari 0.5 maka indikator yang dinyatakan tidak memenuhi syarat untuk menjadi alat ukur.

b. *Discriminant validity*

*Discriminant validity* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur indikator *empirik* dengan variabel konstruk. Hal ini dapat diukur menggunakan *cross loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. *Discriminant validity* dinyatakan valid apabila nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yang dihasilkan diatas 0.7 dan nilai *cross loading* lebih dari 0.7 dalam satu variabel.

2. Uji Reliabilitas

a. *Composite reliability*

*Composite reliability* digunakan untuk mengukur konsistensi indikatornya terhadap variabel konstruk atau variabel independen dan variabel dependen. Pengukuran ini menunjukkan bahwa responden telah menjawab pertanyaan dengan stabil dan konsisten terhadap faktor - faktor yang ada dalam penelitian. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa data yang diperoleh akan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60.

**3.6.4.2 Inner Model**

*Inner model* adalah model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Model ini dievaluasi dengan melihat *R-Square*, *Q-Square*, koefisien *path*, dan *T-statistics*. *R-Square* bertujuan untuk mengukur berapa persentase variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Semakin tinggi nilai *R-Square*, maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. *Q-Square* ditujukan untuk mengukur seberapa baik nilai yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Nilai *Q-Square* dihitung menggunakan hasil dari perhitungan *R-Square*. Jika *Q-Square* < 0, maka model kurang mempunyai relevansi prediksi. Jika *Q-Square* > 0, maka model mempunyai nilai relevansi yang baik (Ghozali, 2014).

**3.6.5 Uji Hipotesis**

**3.6.5.1 Uji t**

Peneliti menggunakan uji t untuk menguji hipotesis. Jika diperoleh *p-value* ≤ 0,05 atau jika nilai *alpha* mencapai 5% dan nilai t statistik diatas 1,96, maka hasil hipotesis dapat dikatakan sebagai signifikan, begitu pula sebaliknya. Jika hasil yang dikatakan signifikan maka artinya ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Objek Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah generasi Z, dimana generasi Z merupakan generasi dengan tahun kelahiran mulai dari 1995 hingga 2010 dan generasi ini merupakan generasi yang mendominasi seluruh penduduk di negara Indonesia dengan total sebesar 27,94% dari 70,2 juta jiwa. Generasi Z merupakan generasi yang disebut sebagai *future consumer*, dimana generasi ini akan membentuk tren belanja yang baru dan yang akan mempengaruhi bagaimana cara konsumsi makan masyarakat di masa mendatang. Generasi ini juga cenderung memiliki gaya hidup yang spontan dan mudah terpengaruh dengan promosi dan harga yang murah serta cenderung memiliki kebiasaan akan keinginan makan yang impulsif dan harus selalu makan makanan yang berbeda setiap waktunya.

Pada penelitian ini, penyebaran kuesioner telah disebarluaskan kepada 257 responden generasi Z yang mengunjungi restoran di Surabaya, akan tetapi hanya sebesar 241 respon penelitian yang akan digunakan untuk penelitian lebih lanjut. Hal ini dikarenakan data sebanyak 16 respon tidak lolos *screening question* yang mewakili kriteria responden penelitian. Kuesioner ini dilakukan secara *online* menggunakan Google Form dan disebarluaskan melalui media sosial, yaitu WhatsApp, Line, dan Instagram yang dilakukan mulai tanggal 1 November hingga 15 November 2021.

### 4.2 Analisis Deskriptif

#### 4.2.1 Profil Responden

##### A. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	Pria	104	43.15%
2.	Wanita	137	56.85%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berjenis kelamin wanita dengan total 137 responden dan memiliki persentase sebesar 56.85%. Sedangkan responden dengan jenis kelamin pria berjumlah 104 responden dan memiliki persentase sebesar 43.15%.

#### B. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	< 17 Tahun	0	0%
2.	17- 26 Tahun	241	100%
3.	> 26 Tahun	0	0%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa seluruh responden memiliki usia yang berada di antara 17 - 26 tahun dengan frekuensi sebesar 241 responden dan memiliki persentase sebesar 100% yang sesuai dengan objek penelitian ini yaitu generasi Z.

#### C. Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4.3

Responden berdasarkan Domisili

No	Domisili	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	Surabaya	212	87.97%
2.	Luar Surabaya	29	12.03%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

D. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	SMP	0	0%
2.	SMA	144	59.75%
3.	SMK	1	0.42%
4.	Diploma	5	2.07%
5.	S1	89	36.93%
6.	S2	2	0.83%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden ada pada jenjang SMA dengan jumlah sebanyak 144 responden dan memiliki persentase sebesar 59.75% dan mayoritas kedua responden ada pada jenjang S1 dengan jumlah sebanyak 89 responden dengan persentase sebesar 36.93%.

E. Responden Berdasarkan Profesi

Tabel 4.5

Responden berdasarkan Profesi

No	Profesi	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	Pelajar / Mahasiswa	195	80.91%
2.	Wiraswasta	26	10.79%
3.	Karyawan Swasta	18	7.47%
4.	Profesional (Pengacara, Guru, Dokter)	2	0.83%

2  
Tabel 4.5

Responden berdasarkan Profesi (Lanjutan)

	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>
--	--------------	------------	-------------

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas profesi responden adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 195 responden dan memiliki persentase sebesar 80.91%.

F. Responden Berdasarkan Rata - Rata Uang Saku atau Penghasilan per Bulan

Tabel 4.6

Responden berdasarkan Rata - Rata Uang Saku atau Penghasilan per Bulan

No	<b>Rata - Rata Uang Saku atau Penghasilan per Bulan</b>	<b>Frekuensi (n)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	< Rp 1.500.000	68	28.22%
2.	Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000	76	31.54%
3.	Rp 3.000.000 - Rp 4.500.000	34	14.11%
4.	Rp 4.500.000 - Rp 6.000.000	29	12.02%
5.	> Rp 6.000.000	34	14.11%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas rata - rata uang saku atau penghasilan responden per bulan adalah Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000 dengan jumlah sebanyak 76 responden dan memiliki persentase sebesar 31.54% dan mayoritas kedua responden adalah <Rp 1.500.000 dengan jumlah sebanyak 68 responden dan memiliki persentase sebesar 28.22%

#### 4.2.2 Karakteristik Responden

##### A. Frekuensi Responden dalam Mengunjungi Restoran di Surabaya

Tabel 4.7

Frekuensi Responden dalam Mengunjungi Restoran di Surabaya

No	Frekuensi Responden dalam Mengunjungi Restoran di Surabaya	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	1 - 2 kali	157	65.15%
2.	3 - 4 kali	63	26.14%
3.	5 - 7 kali	21	8.71%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas frekuensi responden dalam mengunjungi restoran di Surabaya adalah sebanyak 1- 2 kali dalam seminggu dengan jumlah sebanyak 157 responden dan memiliki persentase sebesar 65.15%.

##### B. Rekan Responden Ketika Mengunjungi Restoran di Surabaya

Tabel 4.8

Rekan Responden Ketika Mengunjungi Restoran di Surabaya (Responden boleh memilih lebih dari 1)

No	Partner Responden dalam Mengunjungi Restoran di Surabaya	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	Teman / Pasangan	205	85.06%
2.	Keluarga	177	73.44%
3.	Rekan Kerja / Klien	23	9.54%

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas partner responden dalam mengunjungi restoran di Surabaya adalah teman / pasangan dengan jumlah responden sebanyak 205

responden dan memiliki persentase sebesar 85.06% dan juga keluarga dengan jumlah responden sebanyak 177 responden dan memiliki persentase sebesar 73.44%.

#### C. Rata - Rata Pengeluaran Responden dalam Mengunjungi Restoran di Surabaya

Tabel 4.9

Rata - Rata Pengeluaran Responden dalam Mengunjungi Restoran di Surabaya

No	Rata - Rata Pengeluaran Responden dalam Mengunjungi Restoran di Surabaya	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	< Rp 100.000	67	27.81%
2.	Rp 100.000 - Rp 200.000	118	48.96%
3.	Rp 200.000 - Rp 300.000	37	15.35%
4.	> Rp 300.000	19	7.88%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas rata - rata pengeluaran responden dalam mengunjungi restoran di Surabaya adalah sebesar Rp 100.000 - Rp 200.000 dengan jumlah sebanyak 118 responden dan memiliki persentase sebesar 48.96%.

#### D. Pengetahuan Responden Mengenai Isu *Food Waste*

Tabel 4.10

Pengetahuan Responden Mengenai Isu *Food Waste*

No	Pengetahuan Responden Mengenai Isu <i>Food Waste</i>	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	Ya	223	92.53%
2.	Tidak	18	7.47%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden memilih jawaban ya dengan jumlah sebanyak 223 responden dan memiliki persentase sebesar 92.53%. Sedangkan responden yang menjawab tidak sebanyak 18 responden dan memiliki persentase sebesar 7.47% yang menandakan bahwa mayoritas responden mengetahui tentang isu *food waste*.

#### E. Pengetahuan Responden Mengenai Arti *Food Waste*

Tabel 4.11

Pengetahuan Responden Mengenai Arti *Food Waste*

No	Pengetahuan Responden Mengenai Arti <i>Food Waste</i>	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	Ya	228	94.6%
2.	Tidak	13	5.4%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden memilih jawaban ya dengan jumlah sebanyak 228 responden dan memiliki persentase sebesar 94.6%. Sedangkan responden yang menjawab tidak sebanyak 13 responden dan memiliki persentase sebesar 5.4% yang menandakan bahwa mayoritas responden mengetahui tentang arti dari *food waste*.

#### F. Pengetahuan Responden Mengenai Dampak yang Dihasilkan Dari *Food Waste*

Tabel 4.12

Pengetahuan Responden Mengenai Dampak yang Dihasilkan dari *Food Waste*

No	Pengetahuan Responden Mengenai Dampak yang Dihasilkan dari <i>Food Waste</i>	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	Ya	199	82.57%
2.	Tidak	42	17.43%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden memilih jawaban ya dengan jumlah sebanyak 199 responden dan memiliki persentase sebesar 82.57%. Sedangkan responden yang menjawab tidak sebanyak 42 responden dan memiliki persentase sebesar 17.43% yang menandakan bahwa mayoritas responden mengetahui tentang dampak yang dihasilkan dari *food waste*.

G. Pengetahuan Responden Mengenai Tahun 2011 - 2017 Indonesia Merupakan Penyumbang *Food Waste* Terbesar Kedua di Seluruh Dunia

Tabel 4.13

Pengetahuan Responden Mengenai Tahun 2011 - 2017 Indonesia Merupakan Penyumbang *Food Waste* Terbesar Kedua di Seluruh Dunia

No	Pengetahuan Responden Mengenai Tahun 2011 - 2017 Indonesia Merupakan Penyumbang <i>Food Waste</i> Terbesar Kedua di Seluruh Dunia	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1.	Ya	84	34.85%
2.	Tidak	157	65.15%
	<b>Total</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden memilih jawaban tidak, yaitu sebanyak 157 responden dan memiliki persentase sebesar 65.15%. Sedangkan responden yang menjawab ya sebanyak 84 responden dan memiliki persentase sebesar 34.85% yang menandakan bahwa mayoritas responden tidak mengetahui bahwa pada tahun 2011 - 2017 Indonesia merupakan penyumbang *food waste* terbesar kedua di seluruh dunia.

#### 4.2.3 Mean dan Standar Deviasi

Hasil tanggapan responden atas pertanyaan - pertanyaan kuesioner penulis paparkan dengan masing - masing variabelnya. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel, yaitu *food consumption* generasi Z sebagai variabel bebas atau variabel independen kemudian *attitude*, *subjectives norms*, *perceived behavioral control* sebagai variabel mediasi, dan *food waste reduction intention* sebagai variabel terikat atau variabel dependen. Setiap variabel dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk

*mean* dan standar deviasi yang akan digunakan untuk mengukur semua jawaban responden. Seluruh kuesioner yang telah disebarluaskan kepada responden memiliki pertanyaan yang dijawab dengan menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5 dan dengan interval sebesar 0,8. Kriteria jawaban responden dapat dikategorikan sebagai berikut :

1.00 ≤ - ≤ 1.80 : Sangat Tidak Setuju

1.81 ≤ - ≤ 2.60 : Tidak Setuju

2.61 ≤ - ≤ 3.40 : Netral

3.41 ≤ - ≤ 4.20 : Setuju

3.41 ≤ - ≤ 4.20 : Sangat Setuju

Berikut merupakan tanggapan responden yang diperoleh dari hasil kuesioner dalam variabel penelitian :

A. *Food Consumption* Generasi Z (X1)

Tabel 4.14

Hasil *Mean*, Standar Deviasi, dan Kategori *Food Consumption* Generasi Z

Indikator	Pernyataan	Mean	Std. Deviasi	Kategori
X1.1	Saya cenderung membeli makanan dengan jumlah yang lebih banyak dari yang saya butuhkan di restoran	2.834	1.133	Netral
X1.2	Saya suka mengkonsumsi jenis makanan yang bervariasi	3.971	1.032	Setuju
X1.3	Saya memiliki rasa penasaran dengan rasa-rasa atau makan - makanan baru	4.050	0.963	Setuju
X1.4	Saya suka mengkonsumsi makanan yang baru saja dimasak	4.456	0.669	Sangat Setuju
<b>Mean</b>		<b>3.8278</b>		<b>Setuju</b>

Berdasarkan tabel diatas, semua indikator dari X1.1, X1.2, X1.3, dan X1.4 memiliki nilai *mean* keseluruhan sebesar 3.8278. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa X1.4 memiliki nilai *mean*

yang paling dominan, yaitu sebesar 4.456 dengan standar deviasi sebesar 0.669. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden generasi Z sangat setuju terhadap pernyataan "Saya suka mengkonsumsi makanan yang baru saja dimasak".

#### B. *Attitude* (Z1)

Tabel 4.15

Hasil *Mean*, Standar Deviasi, dan Kategori *Attitude*

Indikator	Pernyataan	Mean	Std. Deviasi	Kategori
Z1.1	Saya merasa bersalah ketika ada makanan yang dibuang	4.469	0.768	Sangat Setuju
Z1.2	Saya dibesarkan untuk tidak menyisakan makanan	4.560	0.787	Sangat Setuju
Z1.3	Saya berpendapat bahwa makanan tidak boleh disia - siakan	4.718	0.586	Sangat Setuju
Z1.4	Saya merasa tidak nyaman apabila menyisakan makanan	4.407	0.815	Sangat Setuju
<b>Mean</b>		<b>4.5385</b>		<b>Sangat Setuju</b>

Berdasarkan tabel diatas, semua indikator dari Z1.1, Z1.2, Z1.3, dan Z1.4 memiliki nilai *mean* keseluruhan sebesar 4.5385. Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa Z1.3 memiliki nilai *mean* yang paling dominan, yaitu sebesar 4.718 dan standar deviasi sebesar 0.586. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden generasi Z sangat setuju terhadap pernyataan "Saya berpendapat bahwa makanan tidak boleh disia - siakan".

C. *Subjective Norms* (Z2)

Tabel 4.16

Hasil *Mean*, Standar Deviasi, dan Kategori *Subjective Norms*

Indikator	Pernyataan	Mean	Std. Deviasi	Kategori
Z2.1	Teman-teman saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi <i>food waste</i> diperlukan	3.552	1.058	Setuju
Z2.2	Keluarga saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi <i>food waste</i> diperlukan	3.855	1.104	Setuju
Z2.3	Teman-teman saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa diperlukan	3.905	0.931	Setuju
Z2.4	Keluarga saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa diperlukan	4.344	0.811	Sangat Setuju
<b>Mean</b>		<b>3.914</b>		<b>Setuju</b>

Berdasarkan tabel diatas, semua indikator dari Z2.1, Z2.2, Z2.3, dan Z2.4 memiliki nilai *mean* keseluruhan sebesar 3.914. Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa Z2.4 memiliki nilai *mean* yang paling dominan, yaitu sebesar 4.344 dan standar deviasi sebesar 0.811. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden generasi Z sangat setuju terhadap pernyataan "Keluarga saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa diperlukan".

D. *Perceived Behavioral Control* (Z3)

Tabel 4.17

Hasil *Mean*, Standar Deviasi, dan Kategori *Perceived Behavioral Control*

Indikator	Pernyataan	Mean	Std. Deviasi	Kategori
Z3.1	Saya tidak mengalami kesulitan untuk menyimpan makanan pada suhu tinggi	3.527	1.314	Setuju
Z3.2	Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan makanan pada kondisi yang ditentukan	3.490	1.272	Setuju
Z3.3	Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan beberapa tipe produk makanan	3.689	1.144	Setuju
Z3.4	Saya tidak merasa kesulitan untuk membeli porsi produk makanan yang dikemas hanya untuk 1 orang	3.651	1.334	Setuju
<b>Mean</b>		<b>3.5893</b>		<b>Setuju</b>

Berdasarkan tabel diatas, semua indikator dari Z3.1, Z3.2, Z3.3, dan Z3.4 memiliki nilai *mean* keseluruhan sebesar 3.5893. Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa Z3.3 memiliki nilai *mean* yang paling dominan, yaitu sebesar 3.689 dan standar deviasi sebesar 1.144. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden generasi Z setuju terhadap pernyataan "Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan beberapa tipe produk makanan".

*E. Food Waste Reduction Intention (Y)*

Tabel 4.18

Hasil *Mean*, Standar Deviasi, dan Kategori *Food Waste Reduction Intention*

Indikator	Pernyataan	Mean	Std. Deviasi	Kategori
Y1.1	Saya mempunyai niat untuk memakan sisa makanan	3.402	1.372	Setuju
Y1.2	Saya mempunyai niat untuk tidak membuang makanan	3.925	1.243	Setuju
Y1.3	Saya mempunyai niat untuk menghasilkan sisa makanan yang sedikit	3.693	1.231	Setuju
<b>Mean</b>		<b>3.6733</b>		<b>Setuju</b>

Berdasarkan tabel diatas, semua indikator dari Y1.1, Y1.2, dan Y1.3 memiliki nilai *mean* keseluruhan sebesar 3.6733. Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa Y1.2 memiliki nilai *mean* yang paling dominan, yaitu sebesar 3.925 dengan standar deviasi sebesar 1.243. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden generasi Z setuju terhadap pernyataan “Saya mempunyai niat untuk tidak membuang makanan”.

#### **4.3 Analisa Partial Least Square (PLS)**

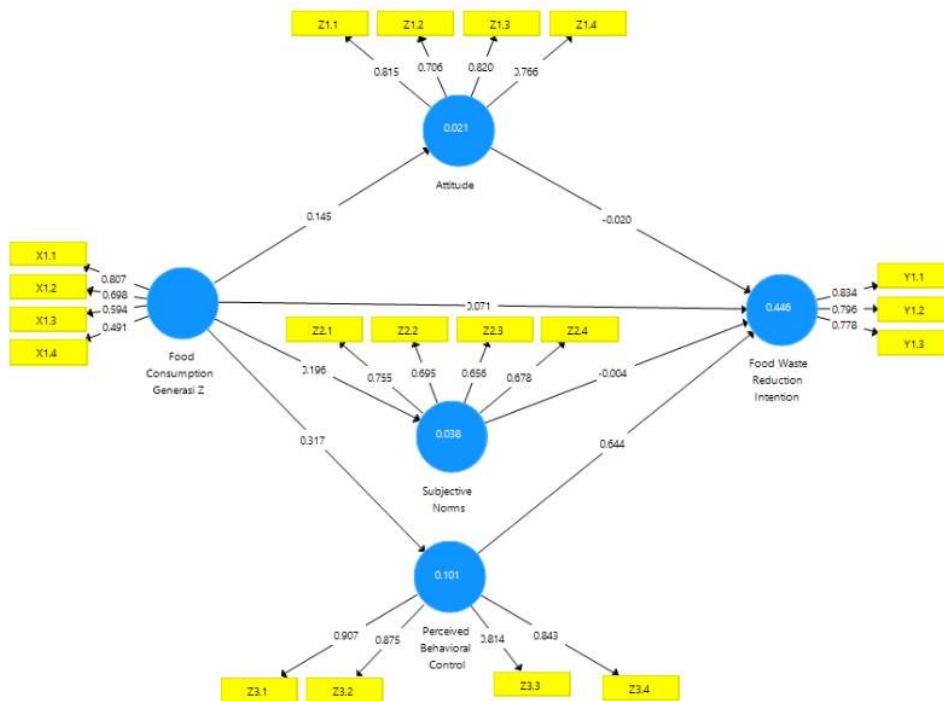
Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisa Partial Least Square (PLS). *Software* yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS 3.0. Pengujian yang dilakukan dengan menggunakan PLS ini meliputi uji *inner model* dan *outer model*.

##### **4.3.1 Evaluasi Outer Model**

Pengujian evaluasi *outer model* merupakan pengukuran yang digunakan untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas. *Outer model* menunjukkan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Outer model* digunakan untuk mengukur reliabilitas dan validitas variabel konstruk yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

#### A. Uji Validitas Konvergen atau *Convergent Validity*

Uji validitas konvergen atau *convergent validity* dinyatakan valid dan cukup dapat menjelaskan konstruk laten apabila nilainya lebih besar dari 0.5 yang dilihat dari nilai *loading factor* / *outer loading* (Ghozali, 2014). Pada penelitian ini, peneliti tidak akan menggunakan indikator dengan nilai outer loading yang kurang dari 0.5.



Gambar 4.1 Uji Validitas Konvergen 1

Pada gambar diatas, menunjukkan bahwa adanya indikator reflektif yang terlihat pada arah panah variabel laten terhadap indikator - indikatornya masing - masing. Sedangkan angka - angka yang terletak ditengah - tengah arah garis panah menunjukkan nilai *outer loading* setiap indikator yang menunjukkan seberapa kuat hubungan alternatif setiap variabel terhadap indikatornya.

Tabel 4.19

*Outer Loading* Indikator *Food Consumption* Generasi Z

Kode Indikator	Pernyataan	Outer loading	Keterangan
X1.1	Saya cenderung membeli makanan dengan jumlah yang lebih banyak dari yang saya butuhkan di restoran	0.807	Valid
X1.2	Saya suka mengkonsumsi jenis makanan yang bervariasi	0.698	Valid
X1.3	Saya memiliki rasa penasaran dengan rasa-rasa atau makan - makanan baru	0.594	Valid
X1.4	Saya suka mengkonsumsi makanan yang baru saja dimasak	0.491	Tidak Valid

Tabel 4.20

*Outer Loading* Indikator *Attitude*

Kode Indikator	Pernyataan	Outer loading	Keterangan
Z1.1	Saya merasa bersalah ketika ada makanan yang dibuang	0.815	Valid
Z1.2	Saya dibesarkan untuk tidak menyisakan makanan	0.706	Valid
Z1.3	Saya berpendapat bahwa makanan tidak boleh disia - siakan	0.820	Valid
Z1.4	Saya merasa tidak nyaman apabila menyisakan makanan	0.766	Valid

Tabel 4.21

*Outer Loading* Indikator *Subjective Norms*

Kode Indikator	Pernyataan	Outer loading	Keterangan
Z2.1	Teman-teman saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi <i>food waste</i> diperlukan	0.755	Valid
Z2.2	Keluarga saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi <i>food waste</i> diperlukan	0.695	Valid
Z2.3	Teman-teman saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa adalah tindakan yang diperlukan	0.656	Valid
Z2.4	Keluarga saya berpendapat bahwa menyiapkan makanan dari makanan sisa adalah tindakan yang diperlukan	0.678	Valid

Tabel 4.22

*Outer Loading Indikator Perceived Behavioral Control*

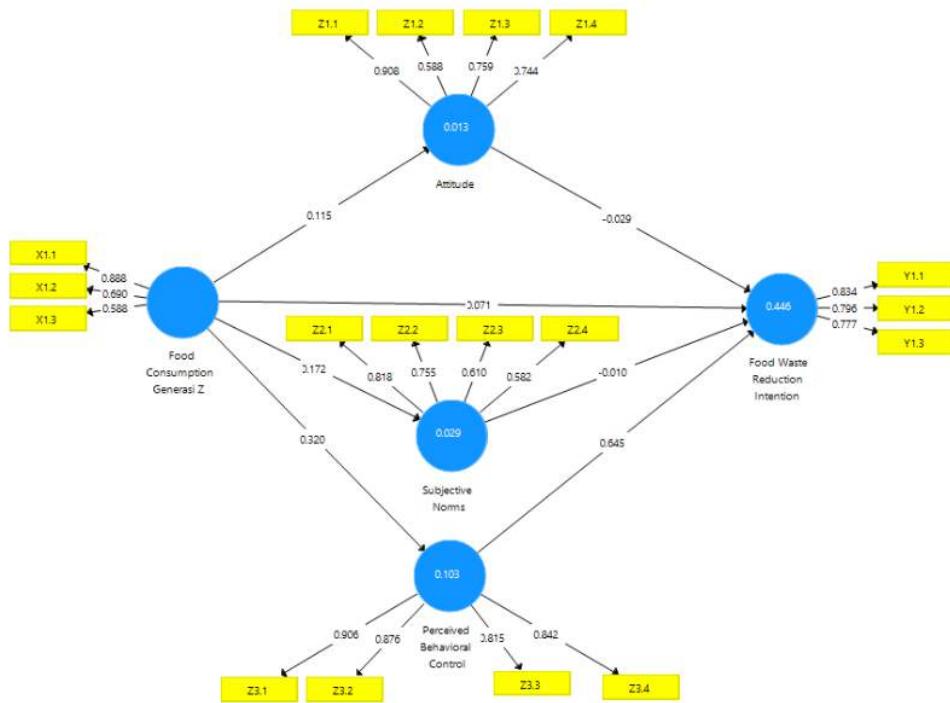
Kode Indikator	Pernyataan	Outer loading	Keterangan
Z3.1	Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan makanan pada suhu yang sesuai	0.907	Valid
Z3.2	Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan makanan pada kondisi yang ditentukan	0.875	Valid
Z3.3	Saya tidak merasa kesulitan untuk menyimpan beberapa tipe produk makanan	0.814	Valid
Z3.4	Saya tidak merasa kesulitan untuk membeli porsi produk makanan yang dikemas hanya untuk 1 orang	0.843	Valid

Tabel 4.23

*Outer Loading Indikator Food Waste Reduction Intention*

Kode Indikator	Pernyataan	Outer loading	Keterangan
Y1.1	Saya mempunyai niat untuk memakan sisa makanan	0.834	Valid
Y1.2	Saya mempunyai niat untuk tidak membuang makanan	0.796	Valid
Y1.3	Saya mempunyai niat menghasilkan sisa makanan yang sedikit	0.778	Valid

Dari tabel diatas, terdapat 1 indikator dari variabel *food consumption* generasi Z yang tidak memenuhi persyaratan validitas konvergen, yaitu X1.4, dimana indikator tersebut memiliki nilai *outer loading* sebesar 0.491 atau berada di bawah 0.5 yang menjadi syarat seperti yang telah disebutkan oleh Ghazali (2014). Oleh sebab itu, dalam hal ini peneliti menghapus indikator tersebut.



Gambar 4.2 Uji Validitas Konvergen 2

B. Uji Validitas Diskriminan atau *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan atau *discriminant validity* dinyatakan layak dan valid apabila nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yang dihasilkan diatas 0.5 atau nilai *cross loading* lebih dari 0.5 dalam satu variabel (Ghozali, 2014).

Tabel 4.24

Nilai Uji *Cross Loading*

	X1	Z1	Z2	Z3	Y1
X1.1	<b>0.888</b>	0.011	0.148	0.366	0.321
X1.2	<b>0.690</b>	0.177	0.090	0.087	0.120
X1.3	<b>0.588</b>	0.188	0.139	0.127	0.038
Z1.1	0.138	<b>0.908</b>	0.178	0.063	0.004
Z1.2	0.019	<b>0.588</b>	0.194	0.022	0.041

Tabel 4.24

Nilai Uji *Cross Loading* (Lanjutan)

Z1.3	0.067	<b>0.759</b>	0.187	0.050	0.034
Z1.4	0.040	<b>0.744</b>	0.224	0.023	0.017
Z2.1	0.152	0.146	<b>0.818</b>	0.159	0.079
Z2.2	0.158	0.264	<b>0.755</b>	0.147	0.057
Z2.3	0.092	0.037	<b>0.610</b>	0.077	0.020
Z2.4	0.060	0.149	<b>0.582</b>	0.126	0.156
Z3.1	0.304	0.044	0.155	<b>0.906</b>	0.630
Z3.2	0.249	0.046	0.188	<b>0.876</b>	0.609
Z3.3	0.246	0.078	0.169	<b>0.815</b>	0.466
Z3.4	0.299	0.048	0.136	<b>0.842</b>	0.562
Y1.1	0.266	0.046	0.115	0.587	<b>0.834</b>
Y1.2	0.223	0.035	0.025	0.475	<b>0.796</b>
Y1.3	0.162	0.061	0.086	0.528	<b>0.777</b>

Dari tabel atas, terlihat bahwa hubungan setiap indikator menunjukkan nilai yang kuat terhadap indikatornya. Sehingga berdasarkan tabel tersebut, dapat dinyatakan bahwa nilai *cross loading* tersebut valid dan telah memenuhi persyaratan uji validitas diskriminan.

3

Tabel 4.25

Nilai AVE

<b>Variabel</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<i>Food Consumption Generasi Z</i>	0.771	0.537
<i>Attitude</i>	0.841	0.575
<i>Subjective Norms</i>	0.789	0.488
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0.991	0.740
<i>Food Waste Reduction Intention</i>	0.845	0.645

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel *food consumption* generasi Z, *attitude*, *perceived behavioral control*, dan *food waste reduction intention* memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) lebih dari 0.5. Sedangkan untuk variabel *subjective norms* memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) kurang dari 0.5, yaitu 0.488, tetapi <sup>3</sup> masih dapat diterima karena menurut Fornell dan Larcker (1981), jika variabel tersebut masih memiliki nilai *composite reliability* diatas 0.6 maka variabel tersebut masih bisa dinyatakan telah memenuhi persyaratan uji validitas diskriminan, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memenuhi persyaratan uji validitas diskriminan.

### C. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *composite reliability* yang digunakan untuk mengukur konsistensi indikatornya terhadap variabel konstruk atau variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2014). Uji reliabilitas akan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0.60$  (Sugiyono, 2018).

Tabel 4.26

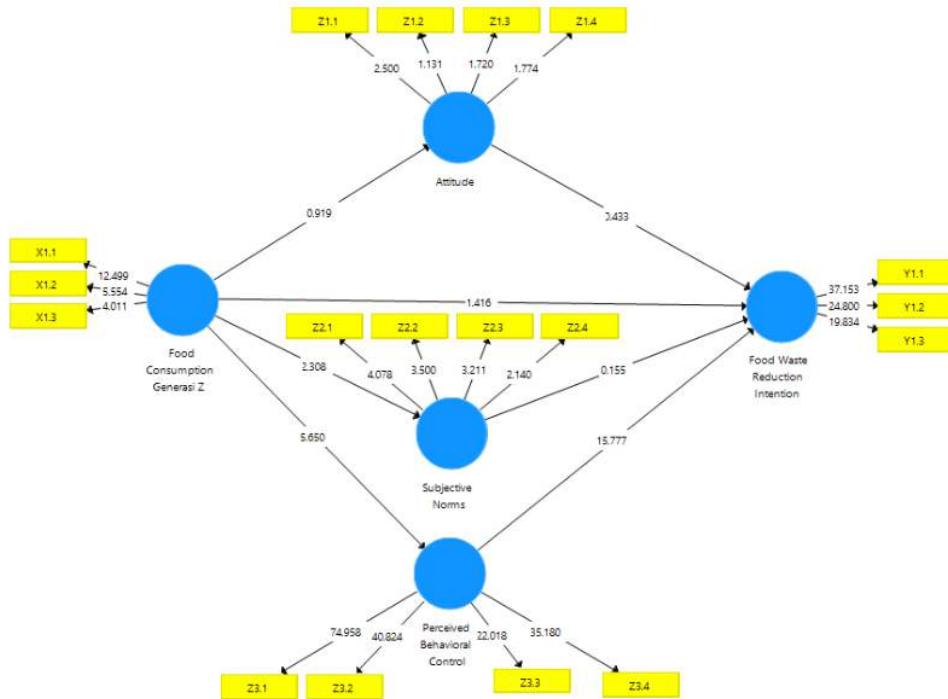
Nilai Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Food Consumption</i> Generasi Z	0.619	0.771
<i>Attitude</i>	0.789	0.841
<i>Subjective Norms</i>	0.653	0.789
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0.883	0.991
<i>Food Waste Reduction Intention</i>	0.725	0.845

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa variabel *food consumption* generasi Z, *attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, dan *food waste reduction intention* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.6 dan nilai *composite reliability* lebih dari 0.7, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memenuhi persyaratan uji reliabilitas dan dapat digunakan untuk analisa lebih lanjut.

#### 4.3.2 Evaluasi Inner Model

3 *Inner model* adalah model struktural untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Evaluasi *inner model* digunakan untuk menentukan spesifikasi hubungan antar satu konstruk dengan konstruk lainnya. Model ini dievaluasi dengan melihat *R-Square*, *Q-Square*, koefisien *path*, dan *T-statistics*.



Gambar 4.3 *Inner Model*

##### A. Uji *R-Square*

Uji *R-Square* digunakan untuk mengukur berapa persentase variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Semakin besar nilai *R-square* maka semakin baik dan kuat hubungan variabel independen dan variabel dependen. Nilai *R-Square* digolongkan menjadi beberapa bagian yaitu jika  $R^2$  yang berada di antara 0.34 - 0.69 akan diidentifikasi sebagai "baik", jika diantara 0.20 - 0.33 dianggap "moderat" dan jika berada diantara 0 - 0.19 dianggap "lemah".

Tabel 4.27

Nilai *R-Square*

Variabel	R-Square	Keterangan
Attitude	0.159	Lemah
Subjective Norms	0.428	Baik
Perceived Behavioral Control	0.207	Moderat
Food Waste Reduction Intention	0.514	Baik

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa *attitude* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.159 dan hal ini menunjukkan bahwa variabel *attitude* berpengaruh sebesar 15.9% terhadap variabel *food consumption* generasi Z, sedangkan sisanya sebesar 84.1% dijelaskan oleh faktor - faktor lainnya. *Subjective norms* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.428 dan hal ini menunjukkan bahwa variabel *subjective norms* berpengaruh sebesar 42.8% terhadap variabel *food consumption* generasi Z, sedangkan sisanya sebesar 57.2% dijelaskan oleh faktor - faktor lainnya.

Variabel *perceived behavioral control* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.207 dan hal ini menunjukkan bahwa variabel *perceived behavioral control* berpengaruh sebesar 20.7% terhadap variabel *food consumption* generasi Z, sedangkan sisanya sebesar 79.3% dijelaskan oleh faktor - faktor lainnya. Kemudian *food waste reduction intention* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.514. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *food waste reduction intention* berpengaruh sebesar 51.4% terhadap variabel *food consumption* generasi Z, sedangkan sisanya sebesar 48.6% dijelaskan oleh faktor - faktor lainnya.

#### B. Uji *Q-Square*

*Q-Square* ditujukan untuk mengukur seberapa baik nilai yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Nilai *Q-Square* dihitung menggunakan hasil dari perhitungan *R-Square*. Jika *Q-Square* < 0, maka model kurang mempunyai relevansi prediksi. Jika *Q-Square* > 0, maka model mempunyai nilai relevansi yang baik (Ghozali, 2014).

$$\begin{aligned}
 Q\text{-}Square &= 1 - (1 - R^2 A)(1 - R^2 SN)(1 - R^2 PBC)(1 - R^2 FWI) \\
 &= 1 - (1 - 0.159)(1 - 0.428)(1 - 0.207)(1 - 0.514) \\
 &= 1 - (0.841)(0.572)(0.793)(0.486) \\
 &= 1 - 0.1854 \\
 &= 0.8146
 \end{aligned}$$

3

Berdasarkan perhitungan diatas, *Q-square* memiliki nilai sebesar 0.8146, dimana nilai tersebut berada diatas angka 0. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki *predictive relevance* yang artinya model penelitian ini layak untuk digunakan.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Uji T

Peneliti menggunakan uji t untuk menguji hipotesis. Jika diperoleh *p-value*  $\leq 0,05$  dan nilai t-statistik diatas 1,96, maka hasil hipotesis dapat dikatakan sebagai signifikan. Jika hasil dikatakan signifikan, maka artinya ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil ini diperoleh dari melakukan proses *calculate* yang ada pada program *bootstrapping* di smartPLS.

Tabel 4.28

Nilai Uji T Pengaruh Langsung

<i>Direct Effect</i>	3 <i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
<b>H1: Food Consumption Generasi Z → Food Waste Reduction Intention</b>	0.071	0.075	0.051	1.384	0.167	Positif & tidak signifikan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *T-statistic* dari pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* memiliki nilai sebesar 1.384, dimana tidak memenuhi syarat *T-statistic* yang berada di atas 1.96, sehingga bisa dikatakan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Selain itu, jalur koefisien pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* memiliki nilai sebesar 0.071, yang artinya menunjukkan adanya korelasi yang positif. Karena itu, dapat dikatakan bahwa *food consumption* generasi Z memiliki hubungan yang positif dan tidak signifikan terhadap *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya, sehingga hipotesis H1 ditolak.

Tabel 4.29

Nilai Uji T Pengaruh Tidak Langsung

Indirect Effect	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T-Statistic	P-Values	Keterangan
<b>H2 : Food Consumption Generasi Z → Attitude → Food Waste Reduction Intention</b>	-0.003	-0.006	0.010	0.320	0.749	Negatif & tidak signifikan
<b>H3 : Food Consumption Generasi Z → Subjective Norms → Food Waste Reduction Intention</b>	-0.002	-0.001	0.012	0.148	0.882	Negatif & tidak signifikan
<b>H4 : Food Consumption Generasi Z → Perceived Behavioral Control → Food Waste Reduction Intention</b>	0.207	0.211	0.038	5.423	0.000	Positif dan signifikan

Berdasarkan tabel diatas, nilai *T-statistic* dari pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dengan variabel mediasi *attitude* memiliki nilai sebesar 0.320, dimana tidak memenuhi syarat *T-statistic* yang berada di atas 1.96, sehingga bisa dikatakan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Selain itu, jalur koefisien pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dengan variabel mediasi *attitude* memiliki nilai sebesar -0.003 yang menunjukkan adanya korelasi yang negatif. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *attitude* tidak berperan sebagai variabel penghubung antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya, sehingga hipotesis H2 ditolak.

Nilai *T-statistic* dari pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dengan variabel mediasi *subjective norms* memiliki nilai sebesar 0.148, dimana tidak memenuhi syarat *T-statistic* yang berada di atas 1.96, sehingga bisa dikatakan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Selain itu, jalur koefisien pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dengan variabel mediasi *subjective norms* memiliki nilai sebesar -0.002 yang artinya menunjukkan korelasi yang negatif. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *subjective norms* tidak berperan sebagai variabel penghubung antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya., sehingga hipotesis H3 diterima.

Nilai *T-statistic* dari pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dengan variabel mediasi *perceived behavioral control* memiliki nilai sebesar 5.423, dimana memenuhi syarat *T-statistic* yang berada di atas 1.96, sehingga bisa dikatakan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Selain itu, jalur koefisien pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food*

*waste reduction intention* dengan variabel mediasi *perceived behavioral control* memiliki nilai sebesar 0.207 yang artinya menunjukkan korelasi yang positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *perceived behavioral control* berperan sebagai variabel penghubung antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya, sehingga hipotesis H4 diterima.

#### 4.5 Pembahasan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dalam penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini telah menunjukkan adanya kesimpulan hipotesis yang dapat dirangkum antara lain :

##### 4.5.1 Pengaruh *Food Consumption* Generasi Z Terhadap *Food Waste Reduction Intention*

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang positif, tetapi tidak signifikan antara *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention*. Indikator variabel *food consumption* generasi Z yang paling besar pengaruhnya terdapat pada pernyataan "Saya cenderung membeli makanan dengan jumlah yang lebih banyak dari yang saya butuhkan di restoran" dan untuk variabel *food waste reduction intention* pengaruh paling besar ada pada indikator pernyataan "Saya mempunyai niat untuk memakan sisa makanan". Hal ini menunjukkan bahwa ketika seseorang membeli makanan dengan jumlah banyak tidak memiliki pengaruh yang besar ketika dikaitkan dengan bagaimana niat seseorang untuk memakan sisa makanan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti kesadaran seseorang bahwa membuang-buang makanan adalah hal yang buruk, pengaruh dari orang sekitar, dan mau untuk menyimpan sisa makanan.

Tabel 4.30

Uji T pengaruh tidak langsung

<i>Indirect Effect</i>	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
<b>H2 : <i>Food Consumption</i> Generasi Z → <i>Food Waste Reduction Intention</i></b>	0.202	0.204	0.041	4.931	0.000	Positif & signifikan

Pada tabel 4.30 menunjukkan bahwa ketika *food consumption* tidak memiliki hubungan secara langsung terhadap *food waste reduction intention*, terbukti bahwa memiliki pengaruh yang dominan menjadi tinggi atau dengan kata lain dengan adanya variabel mediasi, hubungan antara *food consumption* terhadap *food waste reduction intention* menjadi positif dan signifikan. Sehingga

menunjukkan bahwa hubungan ini memerlukan adanya variabel mediasi yang menghubungkan keduanya.

Niat untuk mengurangi *food waste* (*food waste reduction intention*) tidak dapat timbul hanya karena pola konsumsi makanan (*food consumption*) yang baik. Seperti yang didefinisikan oleh Ajzen (1991), niat menunjukkan seberapa keras atau seberapa besar upaya seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Irwanto dan Hariatiningsih (2019) mengatakan bahwa aktivitas konsumsi generasi Z bukan lagi sekedar untuk memenuhi biologis, tetapi sudah menjadi kebutuhan sosial. Karena itu, niat seseorang untuk mengurangi *food waste* baru dapat timbul ketika seseorang memiliki kesadaran bahwa *food waste* merupakan hal yang buruk. Pola konsumsi makan yang baik tidak tentu disertai dengan motivasi untuk mengurangi *food waste*. Terutama ketika motivasi orang tersebut adalah untuk mengurangi berat badan atau diet, terkadang hal itu membawa dampak baik, yaitu porsi yang dimakan tidak banyak atau hanya porsi kecil saja. Di sisi lain, hal itu juga membawa dampak buruk, yaitu ketika restoran menyajikan porsi yang cukup besar, *food waste* yang terbentuk justru semakin banyak. Maka dari itu, *food waste reduction intention* perlu adanya faktor lain yang mempengaruhi, tidak hanya *food consumption*.

#### **4.5.2 Pengaruh *Food Consumption* Generasi Z Terhadap *Food Waste Reduction Intention* dengan *Attitude* sebagai Variabel Mediasi**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *attitude* sebagai variabel mediasi memiliki peran “*no mediation*” atau tidak berperan dalam memediasi hubungan *food consumption* terhadap *food waste reduction intention*. Hal ini bertentangan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu Coskun & Ozbuk (2020) dan Elshaer et al. (2021), yang menunjukkan adanya *medium-sized positive effect*.

Indikator variabel *food consumption* generasi Z yang paling besar pengaruhnya terdapat pada pernyataan “Saya cenderung membeli makanan dengan jumlah yang lebih banyak dari yang saya butuhkan di restoran” dan untuk variabel *food waste reduction intention* pengaruh paling besar ada pada indikator pernyataan “Saya mempunyai niat untuk memakan sisa makanan”. Sedangkan untuk variabel *attitude* indikator yang memiliki pengaruh paling besar ada pada pernyataan “Saya berpendapat bahwa makanan tidak boleh disia - siakan”.

Berdasarkan hasil wawancara tambahan yang digunakan untuk mengkonfirmasi jawaban responden, ditemukan bahwa terdapat alasan terkait tidak adanya peran *attitude* sebagai variabel mediasi. Responden mengatakan adanya faktor eksternal yang menyebabkan responden tetap membuang-buang makanan meskipun mengetahui bahwa *food waste* adalah hal yang buruk dan memiliki perasaan bersalah ketika membuang-buang makanan. Faktor eksternal tersebut, antara lain

rasa makanan yang tidak sesuai dengan selera responden atau bahan makanan yang tidak *fresh*. Faktor inilah yang kemudian membuat respon seseorang terhadap makanan tersebut menjadi negatif sehingga seseorang tersebut akan tetap membuang-buang makanan.

Selain itu, Wajon & Richter (2019) memaparkan bahwa *attitude* seseorang dapat berubah-ubah seiring dengan berjalaninya waktu. Perubahan *attitude* dapat dipicu oleh faktor sosial atau lingkungan sekitar dimana seseorang hidup dan bergaul, serta situasi dan kondisi yang sedang dialami. Karena itu, perubahan *attitude* yang sedang dialami juga akan merubah seberapa besar pengaruhnya terhadap niat untuk mengurangi *food waste*.

Hal ini juga terlihat pada penelitian Radzymińska et al. (2016), dimana generasi Z menjadikan faktor ekonomi sebagai faktor utama dalam kehidupan sehari - hari. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Wajon & Richter, 2019; Coskun & Ozbuk, 2020; Elshaer et al., 2021), tetapi memiliki perbedaan pada bagaimana cara memandang dan menggunakan uang. Pada penelitian sebelumnya, generasi Z cenderung untuk menggunakan uang dengan hati - hati dengan membeli makanan sesuai dengan porsinya masing-masing tanpa memperhatikan adanya diskon atau potongan harga, sedangkan pada penelitian ini, masyarakat Indonesia lebih memperhatikan diskon, dimana masyarakat dapat membeli makanan dengan harga yang lebih murah. Tetapi, diskon ini sebagian besar terdapat pada makanan dengan porsi yang lebih besar, sehingga banyak dari makanan tersebut akhirnya tidak habis dan terbuang. Hal ini menunjukkan bahwa aspek harga dalam faktor ekonomi lebih besar pengaruhnya dibandingkan rasa bersalah ketika harus membuang-buang makanan.

#### **4.5.3 Pengaruh *Food Consumption* Generasi Z Terhadap *Food Waste Reduction Intention* dengan *Subjective Norms* sebagai Variabel Mediasi**

Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel *subjective norms* tidak berperan sebagai variabel penghubung atau sebagai variabel mediasi antara *food consumption* generasi Z dengan *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Coskun & Ozbuk (2020) yang mengatakan bahwa *subjective norms* memiliki hasil yang tidak signifikan ketika dikaitkan dengan *food waste reduction intention*. Hal ini juga terjadi pada penelitian - penelitian sebelumnya (Modejar-Jimenez., 2016; Visschers et al., 2016; Werf et al., 2019 dalam Coskun & Ozbuk, 2020) yang menunjukkan secara konsisten bahwa *subjective norms* tidak signifikan terhadap *food waste reduction intention*.

Pada penelitian ini, indikator variabel *food consumption* generasi Z yang paling besar pengaruhnya terdapat pada pernyataan "Saya cenderung membeli makanan dengan jumlah yang lebih banyak dari yang saya butuhkan di restoran" dan untuk variabel *food waste reduction intention* pengaruh paling besar ada pada indikator pernyataan "Saya mempunyai niat untuk memakan sisa

makanan". Sedangkan untuk variabel *subjective norms*, indikator pernyataan yang memiliki pengaruh paling besar ada pada "Teman-teman saya berpendapat bahwa usaha saya untuk mengurangi *food waste* diperlukan".

Dapat dilihat dari hasil kuesioner dalam penelitian ini, rata-rata jawaban responden untuk *subjective norms* berada pada angka 3.914, yang berarti netral mendekati setuju. Kemudian untuk Z2.1 memiliki jawaban dengan mean yang paling rendah, yaitu 3.552. Hal ini menunjukkan bahwa teman-teman dari responden tidak memiliki pengaruh yang cukup besar atau bahkan sebagian responden tidak merasakan adanya tekanan sama sekali untuk mengurangi *food waste*. Coskun & Ozbuluk (2020) mengatakan bahwa tekanan sosial yang dirasakan tidak berpengaruh secara langsung terhadap *food waste reduction intention*. Ketika tekanan sosial tersebut berulang-ulang dirasakan, barulah niat untuk mengurangi *food waste* perlahan-lahan timbul. Selain itu, Coskun & Ozbuluk (2020) juga mengatakan bahwa tekanan sosial justru bisa membuat seseorang semakin menimbulkan *food waste*. Contohnya, malu untuk meminta bungkus agar sisa makanan dapat dibawa pulang.

#### **4.5.4 Pengaruh *Food Consumption* Generasi Z Terhadap *Food Waste Reduction Intention* dengan *Perceived Behavioral Control* sebagai Variabel Mediasi**

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa *perceived behavioral control* terbukti sebagai variabel mediasi yang memediasi *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dalam restoran di Surabaya. Pada penelitian ini, indikator variabel *food consumption* generasi Z yang paling besar pengaruhnya terdapat pada pernyataan "Saya cenderung membeli makanan dengan jumlah yang lebih banyak dari yang saya butuhkan di restoran" dan untuk variabel *food waste reduction intention* pengaruh paling besar ada pada indikator pernyataan "Saya mempunyai niat untuk memakan sisa makanan". Sedangkan untuk variabel *perceived behavioral control*, indikator yang memiliki pengaruh paling besar ada pada pernyataan "Saya tidak mengalami kesulitan untuk menyimpan makanan pada suhu yang sesuai".

Hubungan yang tidak signifikan antara *food consumption* terhadap *food waste reduction intention* membuat *perceived behavioral control* memiliki peran "*full mediation*" dalam hubungan ini. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Coskun & Ozbuluk (2020), yang mengatakan bahwa *perceived behavioral control* merupakan variabel prediktor yang paling penting dalam menilai *food waste reduction intention*. Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Z merasa tidak kesulitan dalam mengontrol perilakunya untuk tidak membuang-buang makanan. Generasi ini tidak merasa kesulitan untuk menyimpan makanan sisa yang tidak habis dimakan pada suhu yang sesuai, seperti pada suhu ruang, suhu *chiller*, dan suhu *freezer*. Selain itu, generasi ini juga tidak merasa kesulitan

untuk menyimpan makanan sisa pada kondisi yang seharusnya, seperti harus dalam keadaan tertutup atau terbuka.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *food consumption* generasi Z terhadap *food waste reduction intention* dengan mediasi *attitude, subjective norms, dan perceived behavioral control*, dapat disimpulkan bahwa :

1. Dalam penelitian ini, *food consumption* berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap *food waste reduction intention*. Hasil dari analisa data menggunakan software PLS menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel memerlukan adanya variabel mediasi, sehingga *food consumption* saja dinilai belum mampu untuk mengukur *food waste reduction intention*.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa *attitude* tidak berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *food consumption* dengan *food waste reduction intention* atau disebut *no mediation*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan di berbagai negara lainnya. Hal ini disebabkan karena adanya faktor internal, seperti perasaan kenyang, dan faktor eksternal lainnya, seperti rasa makanan yang tidak enak, yang membuat generasi Z tetap membuang-buang makanan, sekalipun mengetahui bahwa *food waste* adalah hal yang buruk.
3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *subjective norms* tidak berperan sebagai variabel mediasi atau *no mediation* dalam hubungan antara *food consumption* dengan *food waste reduction intention*, yang sesuai dengan beberapa hasil dari penelitian terdahulu. Hal ini disebabkan karena tidak berpengaruhnya tekanan sosial secara langsung terhadap niat untuk mengurangi membuang-buang makanan, serta keberadaan teman-teman disekitar pribadi generasi Z tersebut juga tidak mendorong untuk tidak membuang-buang makanan.
4. Dalam penelitian ini, *perceived behavioral control* terbukti berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *food consumption* dengan *food waste reduction intention*. Dalam hal ini, *perceived behavioral control* berperan secara penuh (*full mediation*). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin seorang menyadari bahwa jumlah *food waste* yang dihasilkan berada dalam kontrol pribadinya, maka semakin besar niat seseorang untuk mengurangi *food waste*.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil keseluruhan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka diberikan saran-saran berikut :

1. Untuk konsumen generasi Z

- a. Dilihat dari hasil penelitian ini, terutama pada indikator X1.1, yang berisi "saya membeli makanan dalam jumlah yang lebih banyak dari yang saya butuhkan", peneliti menyarankan agar konsumen generasi Z dapat berusaha untuk memesan makanan yang secukupnya ketika berada dalam restoran. Konsumen dapat terlebih dahulu menanyakan porsi yang disediakan oleh restoran dan mempertimbangkan kapasitas individu yang ada, sehingga tidak memesan makanan berlebih yang dapat mengakibatkan banyaknya *food waste* yang terbentuk.
- b. Peneliti menyarankan agar konsumen generasi Z dapat menerapkan praktik menggunakan "*doggy bag*", dimana makanan sisa yang tidak habis di restoran, dibungkus dan dibawa pulang.
- c. Peneliti menyarankan agar generasi Z memiliki perhatian yang lebih terhadap permasalahan *food waste* yang ada di Indonesia dan menciptakan lingkungan yang peduli *food waste*, terutama dalam rangka menurunkan posisi Indonesia sebagai penghasil *food waste* terbanyak ke - 2 di dunia.

2. Untuk penelitian selanjutnya

- a. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya jangkauan penelitian dapat diperluas dengan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dan berasal dari demografis yang berbeda - beda. Terutama jika penelitian ini dilaksanakan dengan responden yang berasal dari kota - kota besar yang ada di Indonesia, seperti Jakarta, Yogyakarta, dan Medan. Hal tersebut bertujuan agar hasil yang diperoleh dari responden menjadi lebih akurat sehingga dapat diperoleh perspektif responden yang lebih bervariasi.
- b. Penelitian selanjutnya juga diharapkan melakukan penelitian dengan target responden yang berbeda seperti generasi millenial dan generasi X kemudian membandingkan dengan cara konsumsi makanan generasi Z, sehingga dapat mengetahui perbedaan cara konsumsi setiap generasi dan tindakan yang dilakukan terhadap *food waste*.

## DAFTAR REFERENSI

Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*.

Ajzen, I., (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Ajzen, I. (2015), Consumer attitudes and behavior: The Theory of Planned Behavior applied to food consumption decisions. *Rivista Di Economia Agraria*, Anno LXX, 2,50(2).

Aktas, E., Sahin, H., Topaloglu, Z., Oledinma, A., Huda, A. K., Irani, Z., Kamrava, M. (2018). A consumer behavioural approach to food waste. *Journal of Enterprise Information Management*, 31(5), 658-673.

Antara. (2021). *Sensus penduduk 2020, BPS: Generasi Z Dan Milenial dominasi jumlah penduduk RI*. Tempo. [https://bisnis.tempo.co/read/1425919/sensus-penduduk-2020-bps-generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-ri?page\\_num=1](https://bisnis.tempo.co/read/1425919/sensus-penduduk-2020-bps-generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-ri?page_num=1).

Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta : Rineka Cipta

Bencsik, A., Juhász, T., & Horváth-Csikós, G. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), 90-106.

Buzby, J. C., & ea, H. F. (2014). *The estimated amount, value, and calories of postharvest food losses at the retail and consumer levels in the United States*. USDA ERS. <https://www.ers.usda.gov/publications/pub-details/?pubid=43836>.

Coşkun, A., & Yetkin Özbük, R. M. (2020). What influences consumer food waste behavior in restaurants? an application of the extended theory of planned behavior. *Waste Management*, 117, 170–178.

Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Cetakan pertama. Yogyakarta : CAPS.

Dewi,D. A. (2018). *Model uji validitas dan reliabilitas*. Unpublished Research Paper : Universitas Diponegoro.

Donny. (2021). *Jumlah sampah makanan harian di beberapa kota di Indonesia*. <https://travelingperse.com/2021/05/25/9-gagasan-mengurangi-sampah-makanan-kota/>

Elshaer, I., Sobaih, A. E., Alyahya, M., & Abu Elnasr, A. (2021). The impact of religiosity and food consumption culture on food waste intention in Saudi Arabia. *Sustainability*, 13(11), 6473.

FAO. (2011). *Food loss and food waste*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/flw-data>

Ferdinand, A. (2013). *Metode penelitian manajemen*, Edisi Empat, BP UNDIP, Semarang.

Filimonau, V., Todorova, E., Mzembe, A., Sauer, L., & Yankholmes, A. (2020). A comparative study of food waste management in full service restaurants of the United Kingdom and the Netherlands. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120775.

Filimonau, V., Zhang, H., & Wang, L. (2020). Food waste management in Shanghai full-service restaurants: A senior managers' perspective. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120975.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Ghozali. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*.

Goodman-Smith, F., Mirosa, R., & Mirosa, M. (2020). Understanding the effect of dining and motivational factors on out-of-home consumer food waste. *Sustainability*, 12(16), 6507.

Gunders, D. (2012). *Wasted: How America is losing up to 40 percent of its food from farm to fork to landfill*. <https://www.nrdc.org/sites/default/files/wasted-food-IP.pdf>.

Graham-Rowe, E., Jessop, D. C., & Sparks, P. (2015). Predicting household food waste reduction using an extended theory of planned behaviour. *Resources, Conservation and Recycling*, 101, 194–202.

Hendayana, Y. (2020). *Grobak, kreativitas mahasiswa ITS dalam tuntaskan food waste di Indonesia*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. <https://dikti.kemdikbud.go.id/kabar-dikti/kampus-kita/grobak-kreativitas-mahasiswa-its-dalam-tuntaskan-food-waste-di-indonesia/>.

Irwanto, I., & Hariatiningsih, L. R. (2019). Aktivitas santap dan minum generasi Z pada media sosial instagram. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2). <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.5048>

Jogiyanto. (2008). *Teori portofolio dan analisis investasi*. Edisi Kelima, BPFE. Yogyakarta.

Khadka, shyam. (2017). *Reducing food waste vital for India's food security*. Down to earth. <https://www.downtoearth.org.in/blog/food/reducing-food-waste-vital-for-india-s-food-security-57345>.

Khomsan, A. (2010). *Pangan dan gizi untuk kesehatan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kotler, P., Amstrong, G & Opresnik, M. O. (2018). Consumer markets and buyer behaviour. In *Principle of marketing: An asain perspective (17th ed)*. Harlow, United kingdom: Pearson Education Limited.

Kymäläinen, T., Seisto, A., & Malila, R. (2021). Generation Z food waste, diet and consumption habits: A finish social design study with future consumers. *Sustainability*, 13(4), 2124.

Lee, J., Cerreto, F., dan Lee, J. (2010). Theory of planned behavior and teachers' decisions regarding use of educational technology. *Educational Tecnology & Society*, 1, 3, 152-164

Legrand, W., Sloan, P., & Chen, J. S. (2017). *Sustainability in the hospitality industry: Principles of sustainable operations*. New York: Routledge.

Malik, V. S., Schulze, M. B., & Hu, F. B. (2006). Intake of sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 84(2), 274–288.

McAdams, B., von Massow, M., Gallant, M., & Hayhoe, M.-A. (2019). A cross industry evaluation of food waste in restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(5), 449–466.

Nazir, Moh. (2005). *Metode penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia

Nugroho, S. (2008). *Metode statistika nonparametrik*. Bengkulu: UNIB Press.

Prasetyo, D., & Djuwita, R. (2020). Penggunaan theory of planned behavior dalam menganalisis faktor - faktor yang mempengaruhi food waste behaviour pada dosen. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 13(3), 277-288.

Putra, Y. S. (2016). *Teori perbedaan generasi*. (dissertation, STIE AMA salatiga). <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/142/133>

Radzymińska, M., Jakubowska, D., & Staniewska, K. (2016). Consumer attitude and behaviour towards food waste. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 10(1).

Ramadhita, A., Ekayani, M., & Suharti, S. (2021). Apakah konsumen resto hotel mengetahui isu food waste? *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 14(1), 88-100.

Russell, S. V., Young, C. W., Unsworth, K. L., & Robinson, C. (2017). Bringing habits and emotions into food waste behaviour. *Resources, Conservation and Recycling*, 125, 107–114.

Sakaguchi, L., Pak, N., & Potts, M. D. (2018). Tackling the issue of food waste in restaurants: Options for measurement method, reduction and behavioral change. *Journal of Cleaner Production*, 180, 430–436.

Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode riset skripsi pendekatan kuantitatif menggunakan prosedur SPSS. Edisi Pertama*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung : Alfabeta.

Tulgan, B. (2013). Meet generation Z: The second generation within the giant "Millennial" cohort. <https://grupespichoterapija.lt/wp-content/uploads/2017/09/Gen-Z-White%20paper.pdf>

Wajon, E., & Richter, J. (2019). *Students' intention to reduce food waste an approach with an extended version of the theory of planned behavior*. (Thesis, Uppsala University).

Wrap. (2009). *Household food and drink waste in the UK 2009*. <https://wrap.org.uk/resources/report/household-food-and-drink-waste-uk-200>

# food waste intention

## ORIGINALITY REPORT



## PRIMARY SOURCES

1	repository.wima.ac.id	1 %
2	repository.ub.ac.id	1 %
3	publication.petra.ac.id	1 %
4	digilib.uinsby.ac.id	1 %

Exclude quotes      On

Exclude bibliography      On

Exclude matches      < 1%