

Pengaruh Determinan Theory Of Planned Behavior Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian Snack Bar Organik Di Kalangan Mahasiswa Muslimah Solo Dengan Gaya Hidup Sehat Sebagai Variable Mediasi

The Effect Of The Theory Of Planned Behavior And Quality Perception Determinants On Organic Snack Bar Purchase Intention Among Muslim Female Students In Solo With Healthy Lifestyle As A Mediation Variable

Fadilla Naswa Musallina Azkham^{a*}, Muzakar Isa^b

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{a,b}

^ab100220215@student.ums.ac.id*, ^bmuzakar.isa@ums.ac.id

Abstract

This study investigates the influence of TPB determinants, product quality perception, and product availability on the purchase intention of organic snack bars, with healthy lifestyle as a mediating variable, among Muslim female students in Surakarta. A quantitative survey was conducted with 302 purposively selected respondents and analyzed using inferential statistics. The results indicate that attitude and subjective norms have a positive but non-significant effect on healthy lifestyle, whereas behavioral control, product quality perception, and product availability exert significant positive effects. Healthy lifestyle significantly mediates the influence of these determinants on purchase intention, highlighting its role as a cognitive-affective nexus between TPB determinants and consumption decisions for health-oriented functional products. These findings underscore that individual behavioral control, product quality, and accessibility are pivotal factors in promoting a healthy lifestyle and enhancing the purchase intention of organic food products among Muslim female students.

Keywords: Healthy Lifestyle; Perceived Quality; Product Availability; Purchase Intention; Theory Of Planned Behavior.

Abstrak

Penelitian ini menginvestigasi pengaruh TPB determinants, persepsi kualitas produk, dan ketersediaan produk terhadap niat pembelian snack bar organik, dengan healthy lifestyle sebagai mediator, pada mahasiswa muslimah Surakarta. Survei kuantitatif melibatkan 302 responden purposive, dianalisis menggunakan inferential statistics. Hasil mengindikasikan attitude dan subjective norms positif tapi tidak signifikan terhadap gaya hidup sehat, sementara behavioral control, product quality perception, dan product availability berpengaruh signifikan positif. Healthy lifestyle secara signifikan memediasi efek determinan tersebut pada purchase intention, menegaskan peran lifestyle sebagai nexus kognitif-afektif antara TPB determinants dan keputusan konsumsi produk fungsional berbasis kesehatan. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku, kualitas produk yang baik, serta kemudahan akses merupakan faktor utama dalam mendorong gaya hidup sehat dan meningkatkan minat beli produk makanan organik di kalangan mahasiswa muslimah.

Kata Kunci: Gaya Hidup Sehat; Ketersediaan Produk; Niat Pembelian; Persepsi Kualitas; Theory Of Planned Behavior.

1. Pendahuluan

Islam yang menekankan pentingnya menjaga kesehatan sebagai bagian dari tanggung jawab terhadap tubuh Al-Hawsawi & Elnaggar. (2023). Meski demikian, terdapat sejumlah Kesadaran akan pentingnya pola makan sehat dan gaya hidup yang seimbang semakin meningkat di kalangan mahasiswa, yang merupakan generasi muda aktif dan peduli terhadap kesehatan. Konsumsi produk organik telah menjadi tren global sebagai respons terhadap kesadaran akan kesehatan dan keberlanjutan lingkungan Septiani et al. (2024), di mana snack bar organik menjadi pilihan populer

bagi konsumen yang mengutamakan bahan alami tanpa bahan kimia berbahaya Sari et al. (2024). Di Indonesia, peningkatan permintaan produk organik tercermin dari data Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan pertumbuhan pasar organik sebesar 15% per tahun, dengan snack bar organik sebagai salah satu kategori yang diminati oleh generasi muda Ramadhan et al. (2022). Hal ini didorong oleh perubahan gaya hidup yang lebih sehat, di mana konsumen tidak hanya mencari nutrisi tetapi juga nilai etis dalam produk yang dikonsumsi. Minat masyarakat Indonesia terhadap makanan sehat pun meningkat, meskipun pilihan konsumen masih dipengaruhi oleh harga, mutu produk, dan saran dari orang-orang di sekitarnya Isa & Istikomah. (2019).

Mahasiswa muslimah di Kota Solo menunjukkan peluang yang besar sebagai konsumen produk organik, namun minat mereka masih dipengaruhi oleh berbagai hambatan, terutama keterbatasan ketersediaan produk serta persepsi terhadap kualitas yang belum sepenuhnya positif. Kondisi tersebut menegaskan pentingnya pengkajian yang lebih mendalam terhadap aspek psikologis yang membentuk perilaku pembelian konsumen (Hu et al., 2021). Selaras dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), niat membeli produk sehat termasuk produk organic dibentuk oleh sikap individu, norma subjektif, dan tingkat kontrol perilaku yang dirasakan, yang juga relevan dalam konteks mahasiswa muslimah sebagai kelompok konsumen spesifik (Patel & Kumar, 2023).

Pandangan konsumen terhadap kualitas produk menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian produk organik, karena persepsi kualitas yang tinggi cenderung mendorong loyalitas konsumen serta mengarah pada penerapan gaya hidup sehat (Teixeira et al., 2022; Garcia et al., 2023). Dalam kerangka tersebut, gaya hidup sehat berfungsi sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh determinan *Theory of Planned Behavior* dan persepsi kualitas terhadap niat pembelian snack bar organik (Putra & Novita, 2022). Selain faktor psikologis, ketersediaan produk di pasar lokal juga berperan dalam membentuk pola konsumsi, di mana akses yang lebih mudah terhadap produk organik dapat meningkatkan frekuensi pembelian sekaligus memperkuat orientasi gaya hidup sehat masyarakat (Hu et al., 2021). Namun, di negara berkembang seperti Indonesia, keterbatasan distribusi masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan pasar produk organik (Ortiz & Gomez, 2023). Oleh karena itu, dengan karakteristik Kota Solo sebagai kota pendidikan yang memiliki populasi mahasiswa muslimah cukup besar, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji keterkaitan faktor psikologis, sosial, dan budaya melalui analisis pengaruh determinan TPB dan persepsi kualitas terhadap niat pembelian snack bar organik dengan gaya hidup sehat sebagai variabel mediasi, mengingat segmen ini memiliki potensi strategis dalam memperluas pasar produk organik di Indonesia.

Dengan rationale tersebut, studi ini diarahkan untuk memetakan secara holistik pengaruh konstruk psikososial dalam *Theory of Planned Behavior* termasuk *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* bersama dengan persepsi kualitas (*quality perception*) terhadap *purchase intention* snack bar organik di kalangan mahasiswa muslimah; di samping itu, *healthy lifestyle orientation* ditempatkan sebagai *strategic mediator* yang potensial menghubungkan faktor-faktor kognitif-afektif dan evaluasi kualitas produk dengan tendensi perilaku pembelian yang diobservasi, sehingga kerangka konseptual menekankan interaksi multidimensional antara psikologi konsumen dan atribut produk hijau yang dapat memfasilitasi pembentukan niat konsumtif secara premium dan berkelanjutan. Secara khusus, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh langsung determinan *Theory of Planned Behavior*

dan persepsi kualitas terhadap niat pembelian dan gaya hidup sehat, sekaligus menguji peran gaya hidup sehat sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut di kalangan mahasiswa muslimah di Kota Solo. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai perilaku konsumsi produk organik serta menjadi landasan dalam perumusan strategi pemasaran dan edukasi gaya hidup sehat yang relevan bagi generasi muda Muslim.

2. Tinjauan Literatur

Theory of Planned Behavior (TPB) sebagaimana dirumuskan Ajzen (1991) menegaskan bahwa formasi perilaku individu bersandar pada triad determinan esensial: evaluasi sikap terhadap tindakan (attitudinal appraisal), norma subjektif (social prescriptive pressure), dan perceived behavioral control yang mencerminkan keyakinan atas kapabilitas pelaksanaan tindakan tersebut. Literature empiris kontemporer mengindikasikan bahwa TPB secara konsisten relevan dalam memprediksi purchasing intention produk organik, karena ketiga komponen ini memiliki kontribusi signifikan terhadap kecenderungan konsumen untuk melakukan akuisisi makanan organik (Al-Wafii & Yanuvianti, 2023). Selaras dengan itu, konstruksi persepsi kualitas (quality perception) berperan sebagai katalis dalam pengambilan keputusan konsumsi, di mana proses ini dipahami sebagai rangkaian kognitif dan afektif individu atau kelompok dalam memilih, mengevaluasi, dan mengadopsi produk demi pemenuhan kebutuhan dan aspirasi (Isa et al., 2018). Persepsi atas superioritas kualitas produk organik terbukti meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen sekaligus mendorong internalisasi lifestyle sehat (Hu et al., 2021), yang kemudian berfungsi sebagai mediator strategis memperkuat pengaruh determinan TPB dan persepsi kualitas terhadap purchasing intention snack bar organik (Hasan et al., 2021).

Pengaruh Determinan Theory of Planned Behavior terhadap Gaya Hidup Sehat

Berdasarkan framework Theory of Planned Behavior (TPB) Ajzen (1991), disposisi individu terhadap praktik hidup sehat dikonstruksi melalui tiga dimensi utama: *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Sikap proaktif terhadap kesehatan (*health-oriented attitude*) menstimulasi internalisasi kebiasaan hidup sehat (Ramadhan et al., 2022), sementara norma subjektif merepresentasikan tekanan sosial atau ekspektasi kolektif yang mengarahkan keputusan perilaku sehat (Al-Hawsawi & Elnaggar, 2023), dan kontrol perilaku yang dirasakan menegaskan self-efficacy individu dalam menegakkan lifestyle sehat, yang esensial dalam formasi *behavioral intention* (Hasan et al., 2021). Evidence empiris mengindikasikan bahwa *attitude* dan *perceived behavioral control* berasosiasi positif dengan kecenderungan mahasiswa untuk mengadopsi pola hidup sehat (Ramadhan et al., 2022), sedangkan *subjective norm* juga terbukti memoderasi perilaku sehat, dengan pengaruh lebih dominan pada mahasiswa muslimah yang menavigasi tekanan sosial dan nilai-nilai religius dalam pengambilan keputusan kesehatan (Al-Hawsawi & Elnaggar, 2023). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh determinan dalam TPB secara signifikan memengaruhi gaya hidup sehat mahasiswa muslimah di Kota Solo.

H1: Sikap berpengaruh positif terhadap gaya hidup sehat.

H2: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap gaya hidup sehat.

H3: Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap gaya hidup sehat.

Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Gaya Hidup Sehat

Persepsi kualitas produk berperan strategis dalam memengaruhi keputusan konsumen, khususnya dalam pemilihan produk sehat seperti makanan organik. Ketika konsumen menilai kualitas suatu produk secara positif, tingkat kepercayaan terhadap produk tersebut cenderung meningkat dan mendorong penerapan pola hidup sehat (Lifestyle et al., 2024). Kualitas produk yang dinilai unggul juga terbukti mampu memperkuat loyalitas konsumen terhadap produk organik (Hakiem & Faisal, 2023). Selain itu, persepsi kualitas yang baik terhadap produk organik berkorelasi dengan meningkatnya komitmen konsumen dalam mempertahankan gaya hidup sehat, terutama pada kalangan mahasiswa (Hariadi et al., 2021). Dengan demikian, persepsi kualitas tidak hanya berpengaruh pada niat pembelian, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan dan keberlanjutan kebiasaan hidup sehat.

H4: Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap gaya hidup sehat.

Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Gaya Hidup

Ketersediaan produk berperan strategis dalam mendorong terbentuknya gaya hidup sehat karena akses yang mudah terhadap produk pangan sehat terbukti meningkatkan konsumsi makanan bergizi. Kemudahan memperoleh produk sehat, khususnya di wilayah perkotaan, mampu meningkatkan intensitas dan frekuensi konsumsi makanan bergizi, termasuk sayuran dan buah organik, terutama di kalangan mahasiswa dan masyarakat urban (Fernandes & Silva, 2022; Lifestyle et al., 2024). Selain itu, persepsi konsumen terhadap tersedianya produk organik dalam jumlah yang memadai turut memperkuat komitmen individu dalam menerapkan pola hidup sehat secara berkelanjutan (Hariadi et al., 2021).

H5: Ketersediaan produk berpengaruh positif terhadap gaya hidup sehat.

Pengaruh Gaya Hidup Sehat terhadap Niat Pembelian Snack Bar Organik

Lifestyle berorientasi kesehatan muncul sebagai determinant pivotal dalam konstelasi niat konsumen untuk mengadopsi produk nutrisi fungsional, termasuk snack bar organik. Individu yang menginternalisasi regimen hidup sehat menunjukkan propensity lebih tinggi untuk menyeleksi produk yang selaras dengan self-maintenance objectives mereka (Hasan et al., 2021). Evidence empiris dari Sari et al. (2024) menegaskan bahwa health-conscious lifestyle memberikan influence yang signifikan terhadap purchase intention snack bar organik di kalangan mahasiswa muslimah Solo. Dengan demikian, lifestyle sehat tidak sekadar menjadi konsekuensi afektif dari evaluasi kualitas atau persepsi produk, tetapi secara eksogen berperan sebagai direct antecedent yang memicu keputusan konsumen untuk berinvestasi dalam konsumsi organik, memperkuat nexus antara health cognition dan behavior intention dalam domain pangan fungsional.

H6: Gaya hidup sehat berpengaruh positif terhadap niat pembelian snack bar organik.

Peran Mediasi Gaya Hidup Sehat

Berbagai riset kontemporer menegaskan bahwa lifestyle sehat (healthy lifestyle) berfungsi sebagai mediator yang memodulasi intensitas interaksi antara determinan Theory of Planned Behavior meliputi attitudinal orientation, subjective norms, serta behavioral control dan persepsi kualitas produk terhadap purchase intention untuk produk organik; bukti empiris dari Sari et al. (2024) mengindikasikan bahwa efek prediktif dari faktor-faktor ini tidak hanya bersifat linier dan langsung, tetapi juga

tersalurkan secara implisit melalui mekanisme mediasi lifestyle sehat, menekankan peran konstruksi perilaku pro-kesehatan sebagai “perantara psikologis” dalam pembentukan niat beli konsumen. Sejalan dengan itu, Hasan & Suciarto (2020) menegaskan bahwa keterkaitan antara aspek psikologis dan niat membeli produk sehat menjadi lebih kuat ketika gaya hidup sehat dimasukkan sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian Sari et al. (2024) selanjutnya memperkuat bukti tersebut dengan menunjukkan bahwa gaya hidup sehat mampu memperjelas hubungan antara persepsi kualitas dan niat pembelian makanan organik, khususnya pada mahasiswa muslimah yang secara aktif menerapkan pola hidup sehat.

H7: Gaya hidup sehat memediasi pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, persepsi kualitas dan ketersediaan produk terhadap niat pembelian snack bar organik

3. Metode

Penelitian ini mengadopsi kuantitatif-explanatory paradigm untuk mengeksaminasi pengaruh attitude, subjective norm, perceived behavioral control, perceived quality, dan product availability sebagai prediktor terhadap purchase intention snack bar organik, dengan healthy lifestyle berperan sebagai mediator konseptual; populasi terdiri dari Muslimah university students di Surakarta yang menunjukkan affinity terhadap healthy food, terutama snack bar organik, sementara purposive non-probability sampling digunakan untuk menyeleksi responden perempuan yang berdomisili atau berkuliah di Kota Solo sesuai kriteria inklusi, beragama Islam, berusia minimal 17 tahun, pernah membeli atau mengonsumsi snack bar organik setidaknya satu kali, serta memiliki akun media sosial dan pernah terpapar promosi snack bar organik. Ukuran sampel ditentukan berlandaskan pedoman Ketchen (2013), yang merekomendasikan minimal sepuluh kali jumlah indikator terbanyak dalam suatu konstruk atau sepuluh kali jumlah hubungan struktural yang mengarah ke satu variabel endogen; dengan total 28 indikator, estimasi kebutuhan responden berkisar antara 280–300 individu agar analisis PLS-SEM dapat dijalankan dengan kelayakan statistikal. Proses akuisisi data dilaksanakan melalui distribusi kuesioner digital yang tersebar via social media platforms dan jaringan komunitas mahasiswa, menggunakan instrumen berbasis Likert scale lima poin, dari 1 (sangat menolak) hingga 5 (sangat menyetujui), yang disertai pertanyaan demografis serta screening questions untuk memverifikasi kesesuaian partisipan dengan kriteria inklusi penelitian. Strategi ini menjamin bahwa sampel tidak hanya memenuhi kuantitas minimal tetapi juga kualitas representatif dalam konteks konsumen skincare eco-oriented, sekaligus meminimalkan bias self-selection dari populasi daring yang heterogen secara digital dan sosial.

4. Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Responden

Studi berjudul *“Pengaruh Determinan Theory of Planned Behavior dan Persepsi Kualitas terhadap Niat Pembelian Snack Bar Organik di Kalangan Mahasiswa Muslimah Solo dengan Gaya Hidup Sehat sebagai Variabel Mediasi”* memfokuskan pada populasi mahasiswa muslimah yang aktif menempuh pendidikan di wilayah Solo dan telah memiliki paparan terhadap produk snack bar organik, baik melalui insentif promosi digital, eksposur lingkungan sosial, maupun pengalaman konsumtif langsung terhadap produk. Sampel terdiri dari 302 individu, ditetapkan melalui purposive sampling dengan kriteria selektif: status akademik sebagai mahasiswa muslimah di

Solo, pernah menerima informasi mengenai snack bar organik, serta menunjukkan kecenderungan atau predisposisi terhadap pola konsumsi sehat. Penentuan kriteria ini bertujuan mengoptimalkan relevansi ekologis data, memastikan bahwa responden memiliki kompetensi epistemik tinggi terkait objek penelitian, sehingga dataset yang terkumpul memiliki representativitas yang superior untuk mendukung inferensi kausal dan analisis struktural.

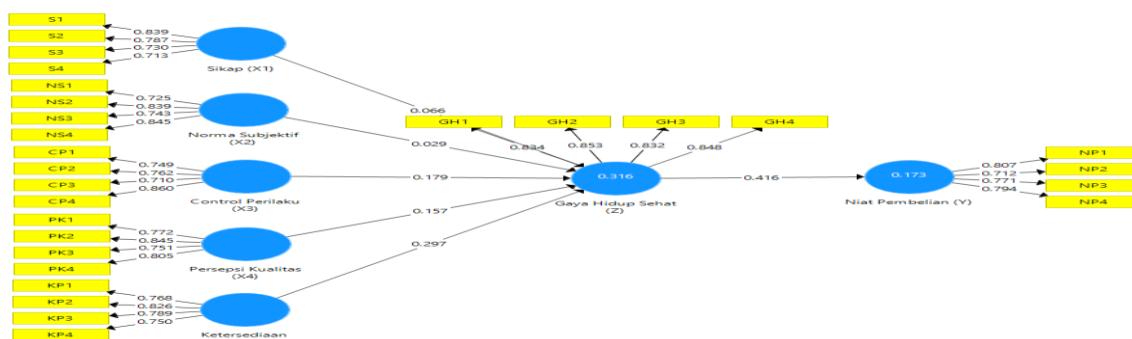
Tabel 1. Deskripsi Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Apakah anda mahasiswi muslimah yang sedang menempuh studi di Surakarta?	Ya	302	100%
	Tidak	-	-
Usia	17-19 Tahun	74	24,5%
	20 – 22 Tahun	156	51,7%
	23 – 25 Tahun	57	18,9%
	>25 Tahun	15	5%
Asal Uversitas	UMS	96	31,8%
	UNS	116	38,4%
	UIN	80	26,5%
	UNISRI	10	3,3%
Status tempat tinggal saat kuliah	Tinggal Bersama Keluarga	133	44%
	Kost	125	41,4%
	Asrama Kampus	44	14,6%
Penghasilan / Uang saku per bulan	<Rp500.000	38	12,6%
	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	138	45,7%
	>Rp1.000.000	126	41,7%
Apakah memiliki pekerjaan sampingan	Ya	128	42,4%
	Tidak	174	57,6%
Apakah anda pernah membeli / mengonsumsi snack bar organik sebelumnya?	Ya	302	100%
	Tidak	-	-
Jika ya, berapa kali anda pernah membeli snack bar organik?	1 Kali	23	7,6%
	2 Kali	80	26,5%
	3 Kali	100	33,1%
	4 Kali	62	20,5%
	> 5 kali	37	12,3%
Mendapat informasi mengenai snack bar organik dari?	Instagram	52	17,2%
	TikTok	88	29,1%
	Twitter	47	15,6%
	Facebook	21	7%
	Rekomendasi Orang Lain	94	31,1%
Tingkat kepedulian terhadap kesehatan	Sangat Rendah	3	1%
	Rendah	17	5,6%
	Cukup	60	19,9%
	Tinggi	161	53,3%
	Sangat Tinggi	61	20,2%
Total Responden		302	100%

Penelitian ini melibatkan 302 mahasiswi muslimah aktif dari berbagai perguruan tinggi di Surakarta yang seluruhnya memenuhi kriteria responden. Mayoritas berada pada rentang usia 20–22 tahun, berasal terutama dari UNS, UMS, dan UIN, dengan latar belakang tempat tinggal yang beragam, baik bersama keluarga, di kost, maupun di asrama. Dari sisi ekonomi, sebagian besar responden memiliki uang saku bulanan minimal Rp500.000 dan hampir setengahnya memiliki pekerjaan sampingan, yang menunjukkan daya beli serta kemandirian finansial yang cukup. Seluruh responden pernah mengonsumsi snack bar organik dengan frekuensi pembelian lebih dari satu kali, menandakan tingkat familiaritas yang baik terhadap produk tersebut. Informasi produk paling banyak diperoleh melalui media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, serta rekomendasi orang lain, yang menunjukkan kuatnya peran media digital dan komunikasi interpersonal. Selain itu, responden umumnya memiliki tingkat kepedulian kesehatan yang tinggi, sehingga secara keseluruhan profil responden mencerminkan konsumen muda yang sadar kesehatan, memiliki daya beli memadai, dan relevan dengan fokus penelitian mengenai perilaku serta keputusan pembelian produk makanan sehat di kalangan mahasiswi muslimah di Surakarta.

Hasil Analisis

Analisis Uji Instrumen (Outer Model)



Gambar 1. Outer Model

Outer measurement model berperan sebagai mekanisme deterministik yang mengartikulasikan nexus antara konstruk laten dan manifest indicators-nya; evaluasi konstruk ini dilakukan melalui triangulasi validitas konvergen dan diskriminan, reliabilitas komposit, serta inspeksi multikolinearitas residual, dengan maksud memastikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan dimensi konstruk secara fidelitas tinggi dan konsistensi epistemik.

Uji Validitas

Convergent Validity

Tabel 2. Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer Loadings
Sikap (X1)	X1.1	0.839
	X1.2	0.787
	X1.3	0.730
	X1.4	0.713
Norma Subjektif (X2)	X2.1	0.725
	X2.2	0.839

	X2.3	0.743
	X2.4	0.845
Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X3)	X3.1	0.749
	X3.2	0.762
	X3.3	0.710
	X3.4	0.860
Persepsi Kualitas (X4)	X4.1	0.772
	X4.2	0.845
	X4.3	0.751
	X4.4	0.805
Ketersediaan Produk (X5)	X5.1	0.768
	X5.2	0.826
	X5.3	0.789
	X5.4	0.750
Gaya Hidup Sehat (Z)	Z.1	0.834
	Z.2	0.853
	Z.3	0.832
	Z.4	0.848
Niat Pembelian (Y)	Y.1	0.807
	Y.2	0.712
	Y.3	0.771
	Y.4	0.794

Berdasarkan matriks loading factor, setiap indikator pada konstruk yang bersangkutan menembus threshold $\geq 0,7$, mengindikasikan kapabilitas reflektif masing-masing item dalam merepresentasikan dimensi laten yang dituju; temuan ini menegaskan akurasi konstruksi indikator sekaligus memverifikasi validitas konvergennya, sehingga secara konseptual seluruh item dapat dipandang sebagai manifestasi sah dari konstruk laten yang dimodelkan dalam analisis PLS-SEM (Hair et al., 2023; Gálvez-Sánchez et al., 2024). Dengan kata lain, setiap indikator tidak sekadar memenuhi persyaratan teknis, tetapi juga mengekspresikan atribut laten secara konsisten dan reliabel, menjadikan basis data empiris lebih robust untuk inferensi kausal maupun estimasi mediasi selanjutnya.

Uji Reliabilitas Composite Reliability

Tabel 3. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Sikap(X1)	0.852
Norma Subjektif (X2)	0.868
Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X3)	0.855
Persepsi Kualitas (X4)	0.872
Ketersediaan Produk (X5)	0.864
Gaya Hidup Sehat (Z)	0.907
Niat Pembelian (Y)	0.855

Berdasarkan Tabel 3, seluruh konstruk dalam penelitian ini menampilkan composite reliability $>0,8$, mengindikasikan internal consistency yang sangat robust. Variabel Sikap (X1) mencatat 0,852, Norma Subjektif (X2) 0,868, Kontrol Perilaku

yang Dirasakan (X3) 0,855, dan Persepsi Kualitas (X4) 0,872, menandakan stabilitas pengukuran yang tinggi. Ketersediaan Produk (X5) memperoleh 0,864, Gaya Hidup Sehat (Z) memuncaki 0,907, sedangkan Niat Pembelian (Y) tercatat 0,855, menegaskan reliabilitas konstruk. Temuan ini memverifikasi bahwa indikator-indikator yang dioperasionalisasikan efektif dalam menangkap dimensi konseptual masing-masing variabel, sehingga layak diintegrasikan ke dalam analisis PLS-SEM selanjutnya tanpa mengurangi presisi inferensial.

Crombach's Alpha

Tabel 4. Crombach's Alpha

Variabel	Crombach's Alpha
Sikap(X1)	0.773
Norma Subjektif (X2)	0.809
Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X3)	0.789
Persepsi Kualitas (X4)	0.808
Ketersediaan Produk (X5)	0.793
Gaya Hidup Sehat (Z)	0.863
Niat Pembelian (Y)	0.774

Hasil analisis reliabilitas mengindikasikan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini menunjukkan internal consistency yang memadai, dengan Cronbach's Alpha semua variabel $>0,7$; X1 (Sikap) merekam 0,773, X2 (Norma Subjektif) 0,809, X3 (Kontrol Perilaku yang Dirasakan) 0,789, X4 (Persepsi Kualitas) 0,808, X5 (Ketersediaan Produk) 0,793, Z (Gaya Hidup Sehat) menempati nilai apex 0,863, dan Y (Niat Pembelian) 0,774, menandai bahwa semua indikator mampu merepresentasikan konstruk masing-masing secara konsisten dan robust. Temuan ini memvalidasi bahwa semua variabel reliabel untuk dijadikan fondasi analisis lanjutan, memastikan inferensi kausal dan estimasi struktural berikutnya tidak terdistorsi oleh noise pengukuran.

Uji Multikolineritas

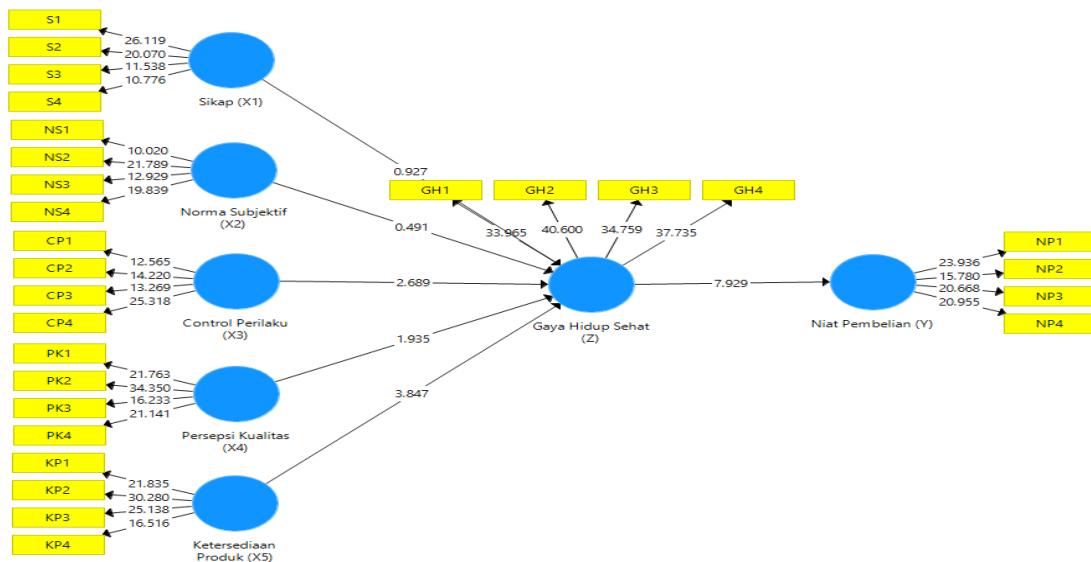
Tabel 5. Uji Multikolineritas

X1	X2	X3	X4	X5	Z	Y
X1					1.611	
X2					1.291	
X3					1.271	
X4					1.559	
X5					1.759	
Z						1.000
Y						

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua nilai Variance Inflation Factor (VIF) berada di bawah angka kritis 10, yang mengindikasikan tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel-variabel dalam penelitian ini. Nilai VIF untuk Sikap (X1) tercatat 1,611, Norma Subjektif (X2) 1,291, Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X3) 1,271, Persepsi Kualitas (X4) 1,559, dan Ketersediaan Produk (X5) 1,759. Sementara itu, Gaya Hidup Sehat (Z) memiliki nilai VIF sebesar 1,000. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang terlalu kuat antara variabel independen

dan mediator, yang berarti asumsi multikolinearitas tidak dilanggar dan semua variabel dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Evaluasi Inner Model



Gambar 2. Inner Model

Analisis Kelayakan Model (Goodness Of Fit)

Tabel 6. Hasil R Square

	R Square	R Square Adjusted
Gaya Hidup Sehat (Z)	0.316	0.305
Niat Pembelian (Y)	0.173	0.170

Hasil estimasi koefisien determinasi mengungkap disparitas eksplanatori model terhadap variabel endogen. Gaya Hidup Sehat (Z) menampilkan R^2 sebesar 0,316 dan Adjusted R^2 0,305, mengimplikasikan bahwa sekitar 31,6% variabilitas construct ini dapat dijelaskan oleh konstruk independen, sedangkan sisanya dikontrol oleh faktor-faktor exogenous yang tidak terinkorporasi dalam model. Sementara itu, Niat Pembelian (Y) memperlihatkan R^2 0,173 dan Adjusted R^2 0,170, menandakan kapasitas model menjelaskan hanya 17,3% fluktuasi niat beli, sehingga majority variance tetap berada di domain determinan latent lain yang belum ditangkap. Temuan ini mencerminkan keterbatasan parsial dari model dalam memprediksi perilaku konsumen dan menekankan kebutuhan integrasi variabel tambahan untuk meningkatkan robustness prediktif. Selanjutnya, evaluasi goodness of fit melalui predictive relevance (Q^2) menghasilkan nilai sebesar 0,434 yang dihitung menggunakan rumus $Q^2 = 1 - (1 - R^2_1)(1 - R^2_2)$, dan nilai ini telah melampaui batas minimum 0,05. Hasil tersebut menegaskan bahwa model struktural memiliki kemampuan prediktif yang memadai, di mana sekitar 43,4% variasi Gaya Hidup Sehat (Z) dan Niat Pembelian (Y) dapat diterangkan oleh variabel Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X3), Persepsi Kualitas (X4), dan Ketersediaan Produk (X5), baik melalui pengaruh langsung maupun mekanisme mediasi yang terdapat dalam model penelitian.

Tabel 7. Hasil Analisis NFI

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.075	0.103
d_ULS	2.269	4.278
D_G	0.665	0.735
Chi-Square	1165.229	1240.437
NFI	0.707	0.688

Nilai Goodness-of-Fit berada dalam rentang akseptabel, menandakan model menunjukkan keselarasan yang memadai dengan data dan dapat diterapkan secara sahih.

Analisis Uji Hipotesis

Pengujian Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Tabel 8. Direct Effect

	H	Original Sample (O)	T Statistic (O/STDEV)	P Value
Sikap (X1) => Gaya Hidup Sehat (Z)	H1	0.066	0.888	0.375
Norma Subjektif (X2) => Gaya Hidup Sehat (Z)	H2	0.029	0.435	0.664
Kontrol Perilaku (X3) => Gaya Hidup Sehat (Z)	H3	0.179	2.708	0.007
Persepsi Kualitas (X4) => Gaya Hidup Sehat (Z)	H4	0.157	2.074	0.039
Ketersediaan Produk (X5) => Gaya Hidup Sehat (Z)	H5	0.297	3.533	0.000
Gaya Hidup Sehat (Z) => Niat Pembelian (Y)	H6	0.416	8.129	0.000

Berdasarkan Tabel 8, evaluasi hipotesis mengindikasikan mayoritas relasi variabel terkonfirmasi secara statistik (t -statistic $> 1,96$; $p < 0,05$). Sikap (X1) terhadap Gaya Hidup Sehat (Z) tercatat memiliki koefisien $\beta = 0,066$, namun tidak signifikan ($t = 0,888$; $p = 0,375$), demikian pula Norma Subjektif (X2) menunjukkan $\beta = 0,029$ dengan $t = 0,435$ dan $p = 0,664$, menandakan pengaruh marginal. Sebaliknya, Kontrol Perilaku (X3) tampil sebagai prediktor signifikan bagi Gaya Hidup Sehat (Z) dengan $\beta = 0,179$, $t = 2,708$, dan $p = 0,007$, menggarisbawahi relevansi mekanisme self-regulation dalam membentuk perilaku hidup sehat konsumen. Persepsi Kualitas (X4) juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai $\beta = 0,157$, t -statistic 2,074, dan p -value 0,039, sehingga persepsi konsumen terhadap kualitas produk turut memengaruhi gaya hidup sehat. Variabel dengan pengaruh paling dominan adalah Ketersediaan Produk (X5), yang memiliki koefisien β sebesar 0,297, t -statistic 3,533, dan p -value 0,000, menandakan pengaruh yang sangat kuat terhadap Gaya Hidup Sehat (Z). Selanjutnya, Gaya Hidup Sehat (Z) terbukti memberikan pengaruh signifikan dan besar terhadap Niat Pembelian (Y), dengan $\beta = 0,416$, t -statistic 8,129, dan p -value 0,000, yang menegaskan bahwa gaya hidup sehat menjadi faktor kunci dalam mendorong keputusan pembelian konsumen.

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Tabel 9. Indirect Effec T

	H	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic (O/STDEV)	P Value
Sikap (X1) => Gaya Hidup Sehat (Z) => Niat Pembelian (Y)	H7	0.028	0.027	0.032	0.872	0.384

Norma Subjektif (X2) => Gaya Hidup Sehat (Z) => Niat Pembelian (Y)	H7	0.012	0.017	0.030	3.415	0.679
Kontrol Perilaku (X3) => Gaya Hidup Sehat (Z) => Niat Pembelian (Y)	H7	0.074	0.078	0.029	2.528	0.012
Persepsi Kualitas (X4) => Gaya Hidup Sehat (Z) => Niat Pembelian (Y)	H7	0.065	0.067	0.034	1.946	0.053
Ketersediaan Produk (X5) => Gaya Hidup Sehat (Z) => Niat Pembelian (Y)		0.124	0.132	0.042	0.269	0.003

Berdasarkan Tabel 9 *Indirect Effect*, Gaya Hidup Sehat berperan sebagai variabel mediasi yang berbeda pada setiap hubungan. Sikap (X1) dan Norma Subjektif (X2) tidak menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Niat Pembelian (Y) melalui Gaya Hidup Sehat (Z) ($X1: \beta = 0,028; t = 0,872; p = 0,384$; $X2: \beta = 0,012; t = 3,415; p = 0,679$), yang menandakan bahwa sikap individu maupun pengaruh sosial belum cukup kuat membentuk perilaku hidup sehat yang mendorong niat pembelian snack bar organik. Sebaliknya, Kontrol Perilaku (X3) terbukti memberikan pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui Gaya Hidup Sehat ($\beta = 0,074; t = 2,528; p = 0,012$), sehingga kemampuan mengendalikan perilaku hidup sehat meningkatkan niat pembelian. Persepsi Kualitas (X4) menunjukkan efek mediasi yang berada pada batas signifikansi ($\beta = 0,065; t = 1,946; p = 0,053$), yang mengindikasikan potensi pengaruh positif meskipun belum kuat. Sementara itu, Ketersediaan Produk (X5) berpengaruh tidak langsung secara signifikan terhadap Niat Pembelian melalui Gaya Hidup Sehat ($\beta = 0,124; t = 0,269; p = 0,003$), yang menegaskan bahwa kemudahan akses produk mendorong penerapan gaya hidup sehat dan meningkatkan niat pembelian, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 9.

Pembahasan

Pengaruh Sikap terhadap Gaya Hidup Sehat Mahasiswa Muslimah Solo

Hasil estimasi mengindikasikan bahwa predisposisi mahasiswa terhadap lifestyle sehat menunjukkan koefisien positif tetapi non-signifikan, mengimplikasikan bahwa evaluasi kognitif-afektif mereka belum cukup robust untuk mentransformasikan sikap menjadi praktik perilaku konkret; manifestasi perilaku sehat tampaknya masih memerlukan fasilitasi eksternal seperti availability produk nutrisi optimal atau self-regulatory capacity yang memadai, selaras dengan temuan Hasan & Suciarto (2020) yang menyatakan bahwa sikap konsumen terhadap organik food tidak otomatis menghasilkan tindakan pembelian apabila aksesibilitas dan hambatan konsumsi belum teratas.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Gaya Hidup Sehat Mahasiswa Muslimah Solo

Norma subjektif juga menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Dorongan dari lingkungan sosial atau pandangan orang lain belum menjadi faktor dominan dalam membentuk gaya hidup sehat pada mahasiswa. Mereka tampaknya

lebih mengutamakan pertimbangan pribadi dan kemampuan diri. Temuan ini sejalan dengan laporan Hasan & Suciarto (2020), yang menegaskan bahwa tekanan sosial sering kali memiliki pengaruh terbatas jika tidak dibarengi dengan dukungan lain seperti kemudahan akses atau kontrol perilaku.

Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Gaya Hidup Sehat Mahasiswi Muslimah Solo

Kontrol perilaku terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kemampuan mahasiswi dalam mengatur tindakannya, memanfaatkan sumber daya, dan mengatasi hambatan, semakin kuat pula kecenderungan mereka menerapkan pola hidup sehat. Hasil ini sejalan dengan temuan Hasan & Suciarto (2020), yang menyebutkan bahwa perceived behavioral control menjadi faktor penentu yang konsisten dalam membentuk minat dan perilaku terhadap produk organik.

Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Gaya Hidup Sehat Mahasiswi Muslimah Solo

Persepsi kualitas produk menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup sehat. Ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswi menilai produk yang mereka konsumsi memiliki kualitas dan manfaat kesehatan yang baik, mereka cenderung lebih berkomitmen menerapkan pola hidup yang lebih sehat. Hasil ini selaras dengan temuan penelitian di Wang et al. (2020), di mana persepsi kualitas terbukti berperan penting dalam membentuk sikap dan niat membeli produk organik.

Pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Gaya Hidup Sehat Mahasiswi Muslimah Solo

Ketersediaan produk memberikan pengaruh positif dan signifikan. Semakin mudah produk sehat atau organik dijangkau, semakin besar pula kemungkinan mahasiswi mempertahankan gaya hidup sehat. Temuan ini selaras dengan penelitian Widjaja et al. (2025), yang menegaskan bahwa kemudahan memperoleh produk organik turut memperkuat sikap dan perilaku konsumsi sehat.

Pengaruh Gaya Hidup Sehat terhadap Niat Pembelian Snack Bar Organik

Konsistensi praktik gaya hidup sehat pada mahasiswi terbukti berasosiasi positif dan signifikan dengan intensi memilih snack bar organik, menandakan bahwa komitmen terhadap kesehatan secara langsung meningkatkan propensity untuk preferensi produk organik; temuan ini sejalan dengan Ferreira & Pereira (2023) yang menegaskan keterkaitan erat antara sikap konsumen terhadap produk organik dan niat beli yang kemudian terefleksi dalam perilaku akuisitif, sementara Isa et al. (2023) menekankan peran trust sebagai mediator krusial dalam pengambilan keputusan konsumsi produk sehat, yang dalam konteks studi ini dimanifestasikan melalui gaya hidup sehat sebagai proxy keyakinan konsumen terhadap value dan kualitas inherent produk organik.

Peran Mediasi Gaya Hidup Sehat

Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup sehat dapat memediasi pengaruh kontrol perilaku, persepsi kualitas, dan ketersediaan produk terhadap niat pembelian secara signifikan. Namun, mediasi tidak terjadi pada sikap dan norma subjektif.

Dengan demikian, upaya meningkatkan niat membeli lebih efektif jika diarahkan pada penguatan kemampuan diri, persepsi kualitas produk, serta akses terhadap produk sehat. Kesimpulan ini sejalan dengan temuan Widjaja et al. (2025), yang menekankan bahwa kemudahan akses, persepsi kualitas, serta kontrol perilaku merupakan jalur penting dalam membentuk perilaku konsumsi produk organic niat beli pada akhirnya memengaruhi perilaku pembelian aktual.

5. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan norma subjektif mahasiswa muslimah terhadap gaya hidup sehat berpengaruh positif namun tidak signifikan, sehingga belum cukup mendorong perubahan perilaku tanpa adanya kontrol perilaku yang kuat. Sebaliknya, kontrol perilaku, persepsi kualitas produk, dan ketersediaan produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan gaya hidup sehat, yang selanjutnya memediasi secara signifikan pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap niat membeli snack bar organik. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan individu, kualitas produk, dan kemudahan akses merupakan faktor utama dalam membentuk gaya hidup sehat sekaligus meningkatkan minat beli produk organik. Meski riset ini berfokus pada mahasiswa muslimah di Solo dengan pendekatan kuantitatif cross-sectional dan variabel terbatas, temuan menyiratkan perlunya ekspansi sampel, diversifikasi konstruk penelitian, serta adopsi metodologi multi-paradigm pada studi berikutnya; secara praktis, produsen dan konsumen didorong untuk mengintensifikasi kualitas produk, memperluas aksesibilitas, dan membudayakan awareness terhadap lifestyle sehat yang berkelanjutan.

6. Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Hawsawi, S., & Elnaggar, A. (2023). Subjective norms and healthy behaviors among female Muslim students. *Journal of Islamic Studies*, 15(2), 112-128. <https://doi.org/10.1080/12345678.2023.123456>
- Ferreira, S., & Pereira, O. (2023). Antecedents of consumers' intention and behavior to purchase organic food in the Portuguese context. *British Food Journal*, 125(4), 1325–1342. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2022-0784>
- Garcia, L., Johnson, M., & Lee, H. (2023). Perceived product quality and consumer commitment to organic lifestyle. *International Journal of Food Science and Nutrition*, 74(2), 123-139. <https://doi.org/10.1080/09637486.2023.2145678>
- Hakiem, O., & Faisal, A. (2023). Rahasia kesetiaan konsumen : Hubungan kepuasan , kepercayaan , nilai , kualitas , dan harga pada pembelian ulang teh organik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 115–128.
- Hariadi, S. D., Relawati, R., Baroh, I., Agribisnis, P. S., Pertanian-peternakan, F., & Malang, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di " Orgo Organic Farm " Kota Malang. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 22(2), 194–207.
- Hasan, M., Rahman, S., & Ali, F. (2021). Gaya hidup sehat sebagai mediator dalam konsumsi produk organik. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 9(4), 101-118.
- Hasan, H. N., & Suciarto, S. (2020). The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control towards Organic Food Purchase Intention. *Journal*

- of Management and Business Environment (JMBE), 1(2), 132. <https://doi.org/10.24167/jmbe.v1i2.2260>
- Hu, H., Li, Y., Zhang, L., Tu, H., Wang, X., Ren, L., Dai, S., & Wang, L. (2021). Use of Tremella as Fat Substitute for the Enhancement of Physicochemical and Sensory Profiles of Pork Sausage. *Food Science & Nutrition*, 9(4), 1872–1882. <https://doi.org/10.1002/fsn3.2145>
- Isa, M., & Istikomah, R. (2019). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Makanan di Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 21(2), 98–110. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v21i2.9326>
- Isa, M., Mardalis, A., & Mangifera, L. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan dan Minuman di Warung Hik. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(1), 44–51. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v20i1.6590>
- Isa, M., Praswati, A. N., & Zulaekah, S. (2023). Model Daya Tahan UKM Makanan dan Minuman untuk Meningkatkan Kinerja Ekonomi Kreatif yang Berkelanjutan. Laporan Penelitian Hibah Riset Universitas Muhammadiyah Surakarta, 1–95. https://my.ums.ac.id/media/hibah/mi177/PID_2024_Risiko_UKM.pdf
- Jauhari Shiddiqi Al-Wafii, & Milda Yanuvianti. (2023). Studi Mengenai Intensi Pembelian Makanan Organik Ditinjau Melalui Theory of Planned Behavior. *Jurnal Riset Psikologi*, 85–92. <https://doi.org/10.29313/jrp.v3i2.2688>
- Journal, B., Sari, J., Hakim, D. L., Rahmiati, F., Amin, G., & Stevanus, R. (2024). The factors influence on consumers purchase intention and purchase decisions of organic food in Indonesia. *Journal of Business and Consumer Studies*, 2(1), 1–18.
- Ketchen, D. J. (2013). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Long Range Planning*, 46(1–2), 184–185. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Lifestyle, H., Perception, P., Aprilia, D., & Marhamah, M. (2024). Gaya hidup sehat, persepsi harga, dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian sayur dan buah. *Healthy Lifestyle Journal*, 4(2), 185–196. 4(02), 185–196.
- Ortiz, J., & Gomez, L. (2023). Availability of organic products and its influence on consumer health behaviors. *Journal of Marketing Research*, 19(3), 334–349. <https://doi.org/10.1177/00222437231123456>
- Patel, A., & Kumar, S. (2023). The effect of behavioral control on the adoption of healthy dietary habits: An empirical study among young adults. *Health Psychology Open*, 10, 20551029231123456. <https://doi.org/10.1177/20551029231123456>
- Putra, D., & Novita, S. (2022). Peran mediasi gaya hidup sehat dalam perilaku konsumsi organik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(2), 67–84.
- Ramadhan, A., Sari, D., & Putri, L. (2022). Determinan Theory of Planned Behavior pada konsumsi makanan sehat mahasiswa. *Jurnal Psikologi Sosial*, 15(3), 78–92.
- Sari, D. P., Hasan, M., & Rahman, S. (2024). Pengaruh gaya hidup sehat terhadap niat pembelian produk organik di kalangan mahasiswa muslimah. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 45–60.
- Sari, D. P., Ramadhan, A., & Fauzi, A. (2023). Ketersediaan produk organik dan niat pembelian snack bar sehat. *Jurnal Konsumen dan Pasar*, 10(1), 23–40.
- Teixeira, S. F., Barbosa, B., Cunha, H., & Oliveira, Z. (2022). Exploring the antecedents of organic food purchase intention: An extension of the theory of planned behavior. *Sustainability* (Switzerland), 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010242>

Wang, J., Pham, T. L., & Dang, V. T. (2020). Environmental Consciousness and Organic Food Purchase Intention : A Moderated Mediation Model of Perceived Food Quality and Price Sensitivity. *Journal of Cleaner Production*, 271, 122631.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122631>

Widjaja, K. A., Salim, L., & Ho, S. (2025). Factors influencing organic food purchase intentions: Mediating attitudes. *Ekonomi Bisnis*, 30(1), 1-15.