

**ANALISIS PENGARUH KESADARAN KESEHATAN TERHADAP NIAT
PEMBELIAN MAKANAN SEHAT MELALUI FAKTOR PSIKOLOGIS
DI PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

Miffaul Aulia Risky

2210551002

Pembimbing

Fatma Poni Mardiah, SE., M.S.M

NIP: 19860522019032013

**PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH**

2026

ABSTRAK

Kesadaran kesehatan merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam membentuk perilaku konsumen dalam memilih makanan sehat. Namun, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kesadaran kesehatan terhadap niat pembelian masih menunjukkan temuan yang tidak konsisten, sementara penelitian pada daerah non-metropolitan dan yang mengintegrasikan faktor psikologis masih terbatas. Mengingat meningkatnya perhatian masyarakat terhadap pola hidup sehat, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran kesehatan terhadap niat pembelian makanan sehat melalui faktor psikologis yaitu sikap, kontrol perilaku yang dirasakan, identitas diri, dan norma moral di Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik penarikan sampel nonprobability sampling melalui purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, kemudian data diolah serta dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS Versi 4.0. Responden penelitian berjumlah 150 konsumen yang berdomisili di Payakumbuh dan mengetahui atau memiliki pemahaman tentang makanan sehat. Hasil penelitian menunjukkan variabel kesadaran kesehatan memiliki arah hubungan positif dan pengaruh yang signifikan terhadap sikap, kontrol perilaku yang dirasakan, identitas diri, dan norma moral. Selanjutnya, identitas diri dan norma moral berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian, sedangkan sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian. Implikasinya, pelaku usaha makanan sehat perlu memperhatikan identitas diri dan norma moral konsumen dalam menyusun strategi pemasaran.