

ANALISIS NIAT BELI KONSUMEN TERHADAP PANGAN BERKELANJUTAN PADA RUMAH MAKAN BERKONSEP *FARM TO TABLE*

ANALYSIS OF CONSUMER PURCHASE INTENTION TOWARDS SUSTAINABLE FOOD AT FARM TO TABLE CONCEPT RESTAURANTS

BELINDA PUTRI SANTOSA¹, SUHAENI^{1*}, DAN INDRAJIT WICAKSANA¹

¹Fakultas Pertanian, Universitas Singaperbangsa Karawang

E-mail: suhaeni@faperta.unsika.ac.id

ABSTRAK

Dalam kajian perilaku konsumen, *Theory of Planned Behavior* (TPB) telah banyak digunakan dalam menganalisis niat beli dan perilaku pembelian konsumen. Konsep *farm to table* telah banyak diterapkan dalam sektor pertanian, penerapan pada rumah makan menjadi tantangan dalam menarik niat beli konsumen, serta menjadi ide bisnis berkelanjutan. Rumah Makan Mas Ihsan 4 Cikampek merupakan salah satu rumah makan sederhana yang bertujuan untuk menyediakan makanan dengan konsep *farm to table* yang mengutamakan penggunaan bahan pangan lokal, segar dan premium yang ada di Cikampek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor pengaruh niat beli konsumen pada rumah makan berkonsep *farm to table* di Mas Ihsan 4 Cikampek. Metode yang digunakan adalah analisis SEM-PLS untuk mengetahui pengaruh terhadap niat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap (X1) dan persepsi kontrol perilaku (X3) berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan norma subjektif (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat beli konsumen (Y).

Kata Kunci: Niat beli, TPB, *farm to table*, pangan berkelanjutan, SEM-PLS

ABSTRACT

In consumer behavior studies, the Theory of Planned Behavior (TPB) has been widely used in analyzing consumer purchase intentions and behavior. The farm to table concept has been widely applied in the agricultural sector, its application in restaurants is a challenge in attracting consumer purchase intentions, as well as becoming a sustainable business idea. Mas Ihsan 4 Cikampek Restaurant is one of the simple restaurants that aims to provide food with a farm to table concept that prioritizes the use of local, fresh and premium food ingredients in Cikampek. This study aims to analyze the factors influencing consumer purchase intentions at the farm to table restaurant in Mas Ihsan 4 Cikampek. The method used is SEM-PLS analysis to determine the influence on consumer purchase intentions. The results showed that the attitude variable (X1) and perceived behavioral control (X3) had a positive and significant effect, while subjective norms (X2) had no effect and were not significant on consumer purchase intentions (Y).

Keywords: Purchase intention, TPB, *farm to table*, sustainable food, SEM-PLS

PENDAHULUAN

Permasalahan lingkungan menjadi tantangan bagi sektor pertanian. Salah satu isu pangan berkaitan dengan sektor pertanian sebagai pemenuhan kebutuhan konsumsi berkelanjutan. Kesadaran terhadap permasalahan tersebut mendorong terciptanya *Sustainable Development Goals* (SDGs), salah satu tujuan yang relevan dengan sektor pangan adalah *Responsible consumption and production* yang menekankan pentingnya konsumsi yang bertanggung jawab (Vilaningrum 2024). Tantangan utama dalam konsumsi pangan bagaimana konsumen dapat mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial dan ekonomi dalam membuat keputusan pembelian (Capah, Rachim, and Raharjo 2023).

Upaya mewujudkan keberlanjutan pada sektor pertanian salah satunya menerapkan konsep *integrated farming*, dalam praktik budidayanya menghasilkan output untuk didistribusikan pada usaha bisnis (Nursyamsi, Riyanti, and Rahina 2024). Output tersebut dikembangkan melalui konsep *farm to table* yakni mengutamakan dan menawarkan penggunaan bahan lokal dan organik yang bertujuan meningkatkan kualitas gizi dan mendorong keberlanjutan lingkungan, sosial dan ekonomi. Meskipun konsep ini telah banyak diterapkan dalam sektor

pertanian, penerapannya pada rumah makan menjadi tantangan dalam menarik minat konsumen dan ide bisnis berkelanjutan (Gonzales-Yanac et al. 2024).

Dalam era persaingan usaha, para pelaku usaha penyedia makanan dan minuman dituntut untuk melakukan inovasi, tidak hanya cita rasa, tetapi juga dari nilai keberlanjutan yang ditawarkan kepada konsumen agar usaha bisnis dapat bertahan. Sejalan dengan hal tersebut, jumlah usaha di Kabupaten Karawang mengalami kenaikan berdasarkan Open Data Jabar pada tahun 2023 berjumlah sekitar 2.156 unit usaha. Peningkatan jumlah usaha ini mencerminkan tingginya tingkat persaingan, sehingga pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen terhadap pangan berkelanjutan menjadi semakin penting.

Dalam kajian perilaku konsumen, *Theory of Planned Behavior* (TPB) telah banyak digunakan dalam menganalisis niat beli dan perilaku pembelian konsumen. Teori ini menjelaskan jika terdapat seseorang memiliki niat dalam melakukan sesuatu yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen 1991).

Dalam konteks niat beli pada kondisi rumah makan Mas Ihsan 4 Cikampek menyediakan makanan dengan bahan berkualitas premium dan konsep berkelanjutan, tetapi dalam jumlah konsumen masih tergolong terbatas. Hal ini menunjukkan antara penyediaan makanan berkelanjutan dan niat beli konsumen terdapat masalah. Kesenjangan antara nilai keberlanjutan dan kualitas yang ditawarkan niat beli konsumen belum optimal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor pengaruh niat beli konsumen pada rumah makan berkonsep *farm to table* di Mas Ihsan 4 Cikampek menggunakan analisis SEM-PLS. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi niat beli konsumen terhadap produk pangan berkelanjutan pada rumah makan berkonsep *farm to table* di Mas Ihsan 4 Cikampek, sehingga hasilnya dapat mendukung penerapan konsumen pangan berkelanjutan di wilayah lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai niat beli konsumen di Rumah Makan Mas

Ihsan 4 Cikampek. Pemilihan tempat dilakukan karena menerapkan praktik produksi bahan pangan yang diolah langsung dari hasil budidaya sendiri melalui *integrated farming system*, sehingga rantai pasok menjadi lebih pendek, kualitas bahan terjamin dan mendukung prinsip konsumsi pangan berkelanjutan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari hingga Maret 2026.

Objek penelitian ini adalah seluruh pelaku yang terlibat dalam niat beli pada rumah makan berkonsep *farm to table* di Mas Ihsan 4 Cikampek, dengan konsumen sebagai pelaku utama dalam pembelian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* diambil sampel sebanyak 100 responden berdasarkan rumus *Lemeshow* dikarenakan populasi yang tidak diketahui secara pasti.

Data dikumpulkan melalui kuisioner berupa skala likert dengan variabel sikap (X1) terdiri 6 butir pernyataan, norma subjektif (X2) terdiri dari 4 butir pernyataan, persepsi kontrol perilaku (X3) terdiri dari 3 pernyataan, dan niat beli (Y) terdiri dari 5 pernyataan. Sedangkan data lainnya didapatkan melalui studi literatur, wawancara dengan owner dan pengelola, serta dokumentasi sebagai bukti. Data yang diperoleh dianalisis untuk

mengetahui faktor pengaruh terhadap niat beli konsumen menggunakan SEM-PLS.

Analisis *Partial Least Squares* (PLS) adalah salah satu metode SEM berbasis varian yang digunakan untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data (Abdillah & Jogiyanto 2015). Analisis model PLS SEM penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS versi 3.

Pada PLS SEM terdapat model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (hipotesis). Analisis pemodelan persamaan struktural sebagai berikut:

Model pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrument, sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian, mengukur mengenai apa yang seharusnya diukur (Abdillah & Jogiyanto 2015). Validitas konstruk terdiri atas validitas konvergen dinilai berdasarkan *loading factor* $> 0,7$ dikatakan validitas, dan AVE (*Average Variance Extracted*) dikatakan valid $> 0,5$ dan validitas diskriminan dinilai dengan parameter *crossloading* $> 0,7$ dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi alat ukur, menunjukkan akurasi, konsisten, dan ketepatan dalam melakukan pengukuran (Abdillah & Jogiyanto 2015). Uji reliabilitas dalam PLS menggunakan dua metode, yaitu *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* apabila sebuah variabel memperoleh nominal $> 0,7$ maka dikatakan reliabel.

Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural (*Inner Model*) adalah model internal berdasarkan nilai koefisien jalur, dengan meneliti pengaruh variabel laten terhadap perhitungan awal (Abdillah & Jogiyanto 2015). Pengujian *inner model* dalam penelitian sebagai berikut:

1. *R-square*

R^2 (*R-Square*) digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan Hair et al. (2021)(Gio 2022) terdapat kriteria R^2 terdiri dari tiga klasifikasi, yaitu nilai R^2 0,75 (baik), 0,50 (sedang) dan 0,25 (lemah).

2. *F-Square*

Nilai *F-Square* dapat diklasifikasikan dalam tiga kategori, yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (sedang) dan 0,35 (besar) (Hair et al.

2021).

3. Path Coefficient

Menurut Hair et al. (2021) nilai *path coefficient* > 0 maka variabel memiliki hubungan positif, sedangkan < 0 maka variabel memiliki hubungan negatif.

4. Q-Square

Q-Square (Predictive Relevance) dilakukan melalui uji *blindfolding* digunakan untuk mengevaluasi kualitas variabel dependen. Kriteria nilai yang diperoleh 0,02 (rendah), 0,15 (sedang), dan 0,35 (tinggi) (Hair et al. 2021).

Uji Hipotesis

Menurut Abdillah & Jogiyanto, (2015) pendekatan *bootstrapping* menjelaskan estimasi PLS, dalam pengujian hipotesis yakni melalui penggunaan nilai statistik untuk alpha 5% nominal t-statistik yang dipakai $> 1,64$ untuk hipotesis (*one-tailed*) dikarenakan hipotesis memiliki arah yang jelas, yakni berpengaruh positif antar variabel, serta pada *P Values* $< 0,05$ maka dapat diartikan hipotesis diterima. Adapun kriteria uji hipotesis dalam *T-Statistic* $> 1,64$ dan *P Values* $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan profil demografis yang terperinci pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah (orang)
Usia	36 – 45 tahun	35
Jenis Kelamin	Laki-laki	51
Pekerjaan	Pegawai Swasta	38
Pendidikan Terakhir	SMA/ sederajat	49
Pendapatan	Rp. 3.500.000 - Rp. 5.000.000	33
Frekuensi Pembelian	3-4 kali/bulan	78
Makanan yang dibeli	Tongseng sapi	21

Sumber: data primer (2026)

Berdasarkan hasil kuisioner terdapat mayoritas responden berusia 36-45 tahun sebanyak 35 orang, dengan berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 51 orang. Pekerjaan yang dilakukan mayoritas pegawai swasta sejumlah 38 orang. Pendidikan terakhir responden sebagian besar adalah SMA/Sederajat dengan jumlah 49 orang. Pendapatan bulanan responden sebagian besar berada dikisaran Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 33 orang. Dalam hal frekuensi pembelian mayoritas responden sudah pernah memakan sebanyak 3-4 kali per bulan sebanyak 78 orang. Serta, makanan yang dibeli oleh responden mayoritas adalah menu tongseng sapi sebanyak 21 orang. Sehingga, profil ini memberikan gambaran mengenai karakteristik

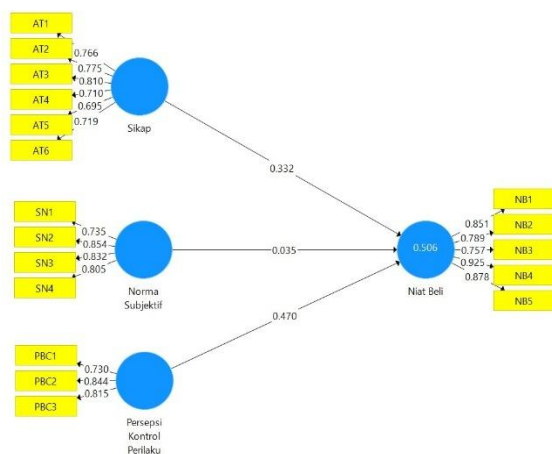
responden pada rumah Makan berkonsep *farm to table* di Mas Ihsan 4 Cikampek.

Pengaruh Variabel Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Berkonsep *Farm to Table*

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan metode SEM-PLS, diketahui setiap variabel memiliki pengaruh antar variabel. Pembahasan hasil pengaruh antar variabel sebagai berikut:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari kuisioner yang telah disebarkan.



Gambar 1. Hasil Uji *Outer Model*

Berdasarkan hasil uji *outer model* diatas, dapat diketahui validitas dan reliabilitas dalam model penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. *Meansurement Model*

Variabel	Item	Loading	AVE > 0,50	CR > 0,70	CA > 0,70
Sikap	AT1	0,766	0,558	0,844	0,883
	AT2	0,775			
	AT3	0,810			
	AT4	0,710			
	AT5	0,695			
	AT6	0,719			
Norma Subjektif	SN1	0,735	0,652	0,831	0,882
	SN2	0,854			
	SN3	0,832			
	SN4	0,805			
Persepsi Kontrol Perilaku	PBC1	0,730	0,637	0,720	0,840
	PBC2	0,844			
	PBC3	0,815			
Niat Beli	NB1	0,851	0,709	0,896	0,924
	NB2	0,789			
	NB3	0,757			
	NB4	0,925			
	NB5	0,878			

Sumber: data primer (2026)

Hasil uji pada tabel 2, nilai *outer loading* pada setiap konstruk memiliki nilai 0,7 menunjukkan item memiliki kontribusi yang dapat diterima. Namun, terdapat satu item yang tidak memenuhi kriteria validitas karena nilai *outer loading* dibawah syarat validitas. Sehingga, item tersebut tetap dapat dipertimbangkan untuk dipertahankan apabila jika nilainya 0,4 - 0,7 dapat meningkatkan keseluruhan model (Hair et al. 2021). Setelah melakukan uji validitas konvergen, didapatkan hasil nilai AVE (*Average Variance Extracted*) pada setiap variabel > 0,5 dinyatakan valid.

Selain itu, hasil *discriminant validity* berdasarkan nilai *cross loading* > 0,7 terdapat item lain nilai loading lebih besar dibandingkan dengan item variabel

lain, maka penelitian dianggap valid. Selanjutnya, pada uji reliabilitas terdapat nilai *composite reliability* dan *Cronbach alpha* untuk seluruh variabel $> 0,7$, maka setiap variabel dalam penelitian dianggap reliabel.

2. Mode Struktural (*Inner Model*)

Uji *inner model* adanya hubungan sebab akibat yang berupa hubungan langsung atau tidak langsung dievaluasi melalui model struktural, sehingga model tersebut dapat menjelaskan data yang ada dengan adanya uji *R-square*, *F-square*, *path coefficient*, dan *Q-square*. Hasil uji menggunakan model struktural (*Inner model*) sebagai berikut:

Tabel 3. *Structural Model*

Variabel	R-square	F-square	Path Coefficient	Q-Square
Sikap (X1)		0,105	0,332	
Norma Subjektif (X2)		0,001	0,035	
Persepsi Kontrol Perilaku (X3)		0,343	0,470	
Niat Beli (Y)	0,506			0,324

Sumber: data primer (2026)

Berdasarkan uji model struktural didapatkan hasil uji *R-Square* pada variabel niat beli diperoleh nilai sebesar 0,506, bahwa sekitar 50.6% variasi dari niat beli dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, sisanya sebesar

49.4% dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

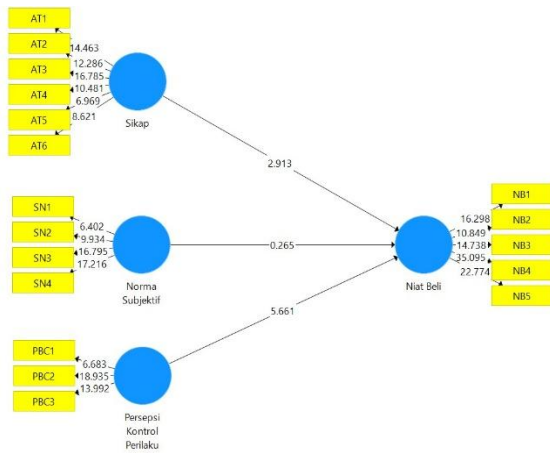
Selanjutnya, hasil uji *F-Square* diketahui bahwa pada variabel sikap (0,105), norma subjektif (0,001) dan persepsi kontrol perilaku (0,343) memberikan pengaruh kecil terhadap niat beli.

Selain itu uji *path coefficient* setiap variabel memiliki arah koefisien bernilai positif. Nilai pada variabel sikap (0,332) memiliki pengaruh langsung yang cukup, variabel norma subjektif (0,035) memiliki pengaruh positif namun relatif lemah, dan variabel persepsi kontrol perilaku (0,470) menunjukkan pengaruh positif niat beli dengan adanya kekuatan hubungan kuat dibanding variabel lainnya.

Pada hasil uji *Q-Square* diperoleh melalui prosedur *blindfolding*, pada variabel niat beli memiliki nilai Q^2 sebesar 0,324 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi sedang dalam menjelaskan variabel niat beli.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel pada penelitian dengan proses *bootstrapping* dalam SEM PLS.



Gambar 2. Hasil Uji *Inner Model*

Hasil analisis hipotesis melalui proses *bootstrapping* dengan nilai subsamples sebanyak 500 sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji *Boostrapping*

Hipotesis	<i>T-Statistic</i>	<i>P Values</i>
Sikap -> Niat Beli	2,913	0,002
Norma Subjektif -> Niat Beli	0,265	0,396
Persepsi Kontrol Perilaku -> Niat Beli	5,661	0,000

Sumber: data primer (2026)

Berdasarkan tabel 4, hasil *bootstrapping* diatas menunjukkan pengaruh langsung masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis satu terdapat nilai *T-Statistic* pada variabel sikap terhadap niat beli sebesar $2,913 > 1,64$ dan memiliki *P Values* sebesar $0.002 < 0.05$, disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen.

Pada hipotesis kedua terdapat nilai *T-Statistic* pada variabel norma subjektif

terhadap niat beli sebesar $0,265 < 1,64$ dan memiliki *P Values* sebesar $0,396 > 0.05$, disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya norma subjektif tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen.

Selain itu, hipotesis ketiga terdapat nilai *T-Statistic* pada variabel persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli sebesar $5,661 > 1,64$ dan memiliki *P Values* sebesar $0.000 < 0.05$, disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen.

Secara keseluruhan, menurut Ajzen (1991) *Theory of Planned Behavior* terdapat tiga faktor yakni sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap perilaku konsumen. Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel sikap (*attitude*) memberikan pengaruh positif terhadap niat beli konsumen, sehingga sikap relevan terhadap niat beli konsumen di rumah makan berkonsep *farm to table*. Sejalan dengan hasil penelitian Sulistyowati et al., (2025) menyatakan sikap berpengaruh positif terhadap niat beli produk ramah lingkungan. Pada penelitian Suhaeni et al. (2024) menyatakan sikap berpengaruh positif terhadap produk ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan adanya sikap

konsumen yang positif terhadap produk berkelanjutan memberikan pengetahuan konsumen mengenai isu lingkungan yang berpengaruh besar terhadap keinginan individu dalam pembelian produk berkelanjutan. Sehingga, konsumen di Rumah Makan tersebut memilih bahan kualitas yang dihasilkan dari pertanian berkelanjutan dan proses produksinya memperhatikan lingkungan mampu memberikan pengalaman konsumsi yang menyenangkan serta kepuasan bagi konsumen.

Pada variabel norma subjektif (*subjective norm*) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat beli konsumen. Menurut hasil penelitian Vilaningrum (2024) norma subjektif tidak berpengaruh positif terhadap niat beli produk hijau. Artinya, rendah atau tingginya niat beli konsumen tidak selalu dipengaruhi oleh tekanan sosial atau lingkungan sekitar. Sehingga, konsumen di Rumah Makan tersebut melakukan niat pembelian tidak berdasarkan dukungan sekitar dalam pembelian, tetapi adanya dorongan dalam diri melakukan pembelian dikarenakan faktor lain atau rasa penasaran terkait rumah makan berkonsep *farm to table* tersebut.

Selain itu, variabel persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian Fitriani et al., (2021) bahwa produk ramah lingkungan mudah ditemui disekitar kota. Hal ini menyatakan bahwa lokasi menjadi pertimbangan bagi konsumen dengan adanya tempat yang terlihat dan akses yang mudah dapat menentukan keputusan pembelian. Lokasi rumah makan Mas Ihsan 4 Cikampek yang strategis depan jalan utama menunjukkan konsumen lebih mudah dan terjangkau dalam menentukan pilihan keputusan pembelian. Selain itu, kemampuan finansial dalam melakukan pembelian di rumah makan berkonsep *farm to table* membuat konsumen mampu membeli makanan dengan kualitas berkelanjutan, sehingga membentuk persepsi akan melakukan pembelian ulang di masa mendatang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap niat beli konsumen pada rumah makan berkonsep *farm to table*, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil analisis SEM PLS menunjukkan variabel sikap (X1) dan persepsi kontrol perilaku konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen, sedangkan pada variabel norma subjektif (X2) tidak berpengaruh positif dan tidak

signifikan terhadap niat beli konsumen pada rumah makan berkonsep *farm to table* di Mas Ihsan 4 Cikampek.

Dengan demikian untuk pihak rumah makan Mas Ihsan 4 Cikampek diharapkan agar bisa mempertahankan konsep dan bahan baku segar, lokal, dan premium yang dihasilkan dari pertanian sendiri berkonsep *integrated farming*, sehingga konsumen lebih yakin dan aman ketika melakukan keputusan pembelian tersebut. Rumah makan juga perlu memanfaatkan pengaruh sosial, seperti penggunaan media sosial untuk promosi, ulasan pelanggan, dan rekomendasi produk ramah lingkungan sebagai bentuk norma subjektif yang positif bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy, and Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi.
- Ajzen, Icek. 1991. "The Theory of Planned Behavior." *Academic Press. Inc.* 5978 (50): 197–211.
- Capah, Bintang Masnola, Hadiyanto Abdul Rachim, and Santoso Tri Raharjo. 2023. "Implementasi SGD'-12 Melalui Pengembangan Komunitas Dalam Program CSR." *Jurnal Social Work* 13 (1): 150–61.
- Fitriani, Indri, Wiwit Widyawati, and Syafril. 2021. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kendali Perilaku Terhadap Niat Perilaku Konsumsi Berkelanjutan Pembelian Makanan Berkemasan Ramah Lingkungan Foopak." *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)* 5 (4): 1115–25.
- Gio, Prana Ugiana. 2022. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Dengan Software WarpPLS Contoh Kasus & Penyelesaian*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Gonzales-Yanac, Tatiana, C. Nagadeepa, K. P. Jaheer Mukthar, Jorge Castillo-Picón, Jorge Manrique-Cáceres, Elia Ramirez-Asis, and Carlos Huerta-Soto. 2024. "Minimalist Farm-To-Table Practices: Connecting Consumers with Local Agriculture." *Springer* 924:109–22.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, and Soumya Ray. 2021. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Nursyamsi, Fajar, Chika Riyanti, and Angelica Kintan Sekar Rahina. 2024. "Penerapan Integrated Farming Ketapang Sebagai Inovasi Program Corporate Social Responsibility PT Pertamina Patra Niaga IT Tanjung Wangi." *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 6 (2): 151–59.
- Suhaeni, Eliana Wulandari, Arjon Turnip, and Yosini Deliana. 2024. "Factors Influencing Green , Environmentally-Friendly Consumer Behaviour." *De Gruyter* 9 (1): 1–12.
- Sulistyowati, Anggun, Yoshua Ronaldo Primantono, and Idam Wahyudi. 2025. "Pengaruh Sikap Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan Konsumen Zilneal Dan Milenial." *Jurnal Teknologi Technoscintia* 17 (02): 58–64.
- Vilaningrum, Maria Angela Diva. 2024. "Niat Beli Produk Hijau Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Di Indonesia." *Modus* 36 (1): 94–113.