

PENGARUH KONSUMSI MAKANAN GENERASI Z TERHADAP NIAT UNTUK PENGURANGAN LIMBAH MAKANAN RESTORAN DI SURABAYA

Hanjaya Siaputra^{1*}, Natalia Chelsea², Michelle Angela³

^{1,2,3}Program Hotel Management, Sekolah Bisnis dan Manajemen,
Universitas Kristen Petra, Surabaya

Email: tjunhan@petra.ac.id¹; D11180298@alumni.petra.ac.id²; D11180319@alumni.petra.ac.id³

*Corresponding author

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *konsumsi makanan* 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 menyebarkan 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

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*.

PENDAHULUAN

Food and Agriculture Organization (FAO) menyatakan bahwa 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, 2011). Pada kesempatan yang sama, FAO juga mengatakan bahwa sekitar $\frac{1}{3}$ dari semua makanan yang diproduksi secara global hilang atau terbuang secara percuma menjadi *food waste*. *Food waste* atau sampah makanan ini tidak bisa terelakkan keberadaannya. *Food waste* mengacu pada makanan apapun yang dibuang meskipun masih sesuai, aman dan bergizi untuk konsumsi manusia, termasuk bahan makanan yang disimpan di luar tanggal kadaluarsa atau dibiarkan rusak (FAO, 2011). Secara global, jumlah yang

terbentuk itu diperkirakan sekitar 1,3 miliar metrik ton per tahun (FAO, 2011). 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). Dalam data FAO tahun 2011, Indonesia merupakan negara kedua dengan *food waste* terbanyak setelah negara Arab Saudi. Jakarta menjadi kontributor sampah makanan terbesar di Indonesia dengan jumlah sampah makanan per hari terbanyak sebesar 4.400 ton, diikuti oleh kota Surabaya sebesar 1.512 ton, kemudian Yogyakarta sebesar 1.300 ton, diikuti Makassar sebesar 351 ton dan berikutnya adalah Pontianak sebesar 332 ton (Donny, 2021). Dalam data tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian besar kota menghasilkan sampah makanan sebanyak lebih dari 50% (rata-rata) dari total sampah yang dihasilkan.

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). Meskipun *food waste* terjadi pada setiap titik rantai pasok makanan seperti produsen, distributor, sektor jasa makanan dan konsumen. Secara keseluruhan, perilaku konsumenlah yang mengakibatkan *food waste* terbesar pada konsumsi makanan sehari-hari. 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. Sebuah Studi Departemen Pertanian AS (USDA) pada tahun 2014 menunjukkan bahwa 21% makanan yang tersedia di sebuah restoran tidak dimakan oleh konsumen (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).

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 & Richter, 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 & Richter (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 paparan di atas, penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menguji pengaruh *food consumption* generasi Z dalam restoran di Surabaya terhadap *food waste reduction intention*. TPB telah sering digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen, termasuk dalam konteks *food waste*. 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 & Ozbuk (2020) menyatakan bahwa 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 mampu memprediksi faktor motivasi yang mempengaruhi sebuah perilaku seperti *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. 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 & Ozbuk, 2020).

Dengan tingginya angka *food waste* di Indonesia saat ini dan masih terbatas penelitian mengenai hal ini, maka peneliti menyadari bahwa pengetahuan masyarakat mengenai *food waste*, terutama bahaya dampak yang ditimbulkan *food waste*, masih sangat minim. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak membahas perilaku konsumen 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 *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* sebagai variabel mediasi.

TINJAUAN PUSTAKA

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.

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*.

a. *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 perilakunya 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 Ozbuk, 2020).

b. *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 Jogiyanto (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.

c. *Perceived Behavioral Control*

Perceived behavioral control adalah rasa kemudahan atau kesulitan seseorang untuk melakukan persediaan 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.

Hubungan antar Konsep dan Hipotesis Penelitian

a. Hubungan *Food Consumption* Generasi Z Terhadap *Food Waste Reduction Intention*

Generasi yang berbeda memiliki sikap yang berbeda terhadap konsumsi makanan. Penelitian Wajon & Richter (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 Radzymińska et al. (2016) yang respondennya merupakan mahasiswa di Polandia dan penelitian Kymäläinen et al. (2021) yang ditunjukkan untuk generasi Z di Finlandia menunjukkan bahwa generasi Z cenderung menjadikan harga sebagai aspek yang lebih penting sehingga ketika membeli produk makanan ataupun mengonsumsi makanan. Hal ini sesuai dengan penelitian Wajon & Richter (2019) dimana faktor ekonomi inilah yang dikaitkan langsung dengan pengeluaran konsumen dalam mengonsumsi 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.

b. 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 tidaknya *food waste*. Ketika seseorang memiliki evaluasi negatif terhadap *food waste*, maka *food waste reduction intention* akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, ketika seseorang memandang *food waste* sebagai sesuatu yang baik atau dapat diterima, maka *food waste reduction intention* menurun.

Pada penelitian Coskun & Ozbuk (2020), *attitude* memberikan efek yang positif terhadap bagaimana konsumsi makanan seseorang dan niat seseorang untuk

tidak membuang-buang makanan. Hal ini terlihat pada penelitian Aktas et al. (2018) yang mengatakan bahwa ketika seseorang mengkonsumsi makanan dan merasa tidak nyaman saat melihat makanan sisa dibuang walaupun memiliki rasa kenyang, maka niat untuk mengurangi *food waste* semakin tinggi. Penelitian Elshaer et al. (2021) juga menemukan adanya hubungan yang positif antara *food consumption* dengan *food waste reduction intention* dengan *attitude variabel mediasi*. 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.

c. Hubungan *Food Consumption* Terhadap *Food Waste Reduction Intention* dengan Mediasi *Subjective Norms*

Subjective norms mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan seseorang saat membuang makanan yang sedang di konsumsi. Ketika seseorang merasakan tekanan sosial dalam mengkonsumsi makanan, 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 ketika orang tersebut akan memesan dan mengkonsumsi makanan akan menyesuaikan dengan porsinya masing-masing sehingga memiliki niat yang lebih tinggi untuk mengurangi *food waste*.

Tetapi hal ini bertentangan dengan penelitian Coskun & Ozbuk (2020) yang menyatakan bahwa *subjective norms* merupakan penentu yang paling lemah diantara 3 variabel TPB. Hasil penelitian menyatakan bahwa *food consumption* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *food waste reduction intention* dengan *subjective norms* sebagai variabel mediasi. Peneliti tersebut menjelaskan ada 2 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 *takeaway bags* 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.

d. Hubungan *Food Consumption* Terhadap *Food Waste Reduction Intention* dengan Mediasi *Perceived Behavioral Control*

Perceived behavioral control dinilai sebagai variabel mediasi yang paling penting dalam mempengaruhi *food consumption* terhadap *food waste reduction intention*. Ketika seseorang percaya bahwa orang tersebut memiliki kontrol atau kendali dalam *food consumption*, 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 konsumsi makanan yang dilakukan. Jika konsumen merasa tidak kesulitan untuk menyimpan makanan yang berlebih setelah dikonsumsi, maka *food waste reduction intention* akan semakin tinggi.

Penelitian Coskun & Ozbuk (2020) mengatakan bahwa *perceived behavioral control* merupakan variabel mediasi yang paling penting dalam menilai *food consumption* terhadap *food waste reduction intention*, dimana jika konsumen merasa percaya bahwa dirinya dapat mengontrol jumlah makanan yang akan dikonsumsi dan 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.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian yang dilakukan di Surabaya ini, menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal dengan memanfaatkan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari 241 jawaban kuesioner konsumen generasi Z yang pernah makan dalam restoran yang telah disebarluaskan mulai tanggal 1 November 2021 hingga 15 November 2021 melalui *link* Google Form. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

nonprobability sampling. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah generasi Z dengan umur mulai dari 17 tahun hingga 26 tahun yang bertempat tinggal di Surabaya dan minimal 1 kali makan di restoran setiap minggunya. Kuesioner dengan pertanyaan mengenai variabel penelitian yang akan mengukur faktor-faktor yang diukur dengan menggunakan 5 poin skala Likert. 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.

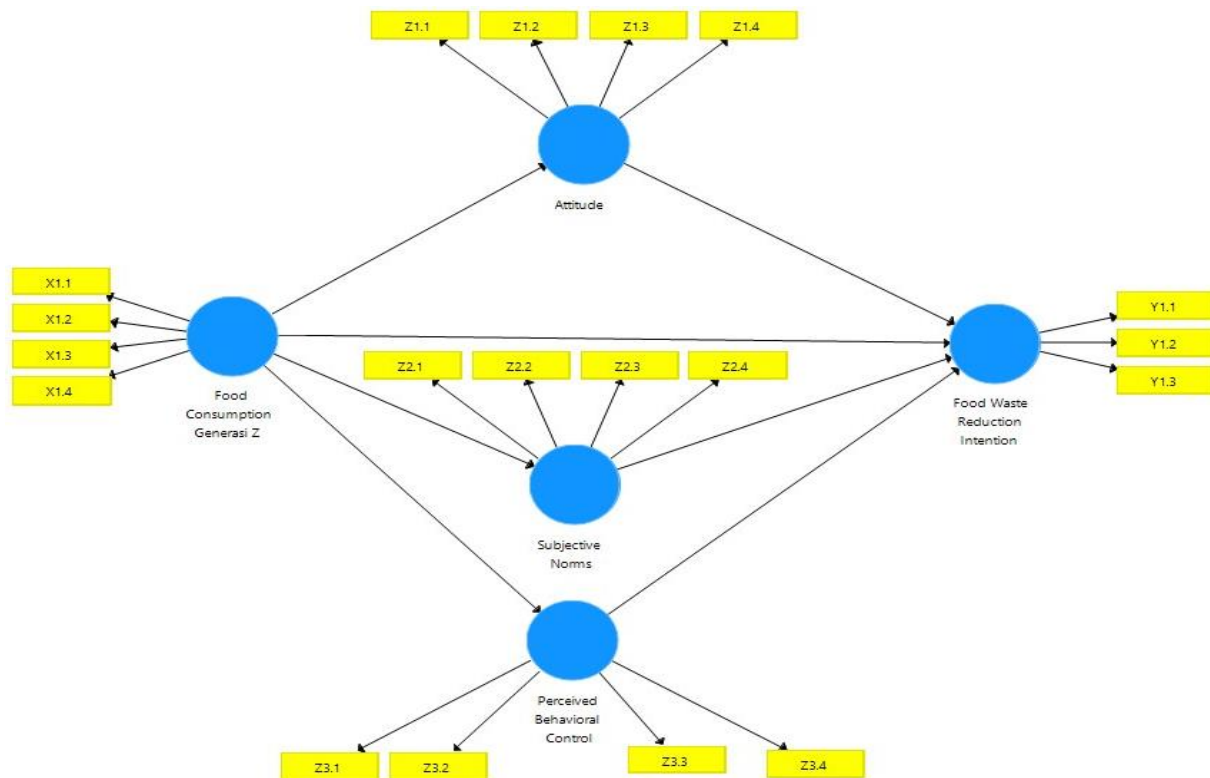
Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang diteliti yaitu variabel bebas atau variabel independen, variabel terikat atau variabel dependen, dan variabel mediasi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *food consumption* generasi Z. *Attitude*, *subjectives norms*, *perceived behavioral control* sebagai variabel mediasi, dan *food waste reduction intention* sebagai variabel terikat.

Variabel *Food consumption* generasi Z (X1) didefinisikan sebagai jenis dan jumlah makanan yang dikonsumsi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu (Khomsan, 2010). Aktivitas makan dan minum bagi generasi Z yang tidak hanya sekedar sebagai pemenuhan kebutuhan biologis, tetapi aspek konsep seperti menu, termasuk jenis makanan yang bervariasi,

jiwa adventur untuk mencoba makanan yang baru, serta kesegaran masakan.

Variabel *Attitude* (Z1) didefinisikan sebagai evaluasi positif atau negatif seseorang dari melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Variabel *Attitude* (Z1) diwakili perasaan bersalah ketika ada makanan yang dibuang, didikan untuk tidak menyisakan makanan dan perasaan tidak nyaman apabila menyisakan makanan. Variabel *Subjective norms* (Z2) didefinisikan sebagai persepsi seseorang terhadap tekanan sosial dalam melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan di bawah pertimbangan (Ajzen, 1991). Indikatornya adalah tekanan sosial dari teman-teman dan keluarga mengenai usaha untuk mengurangi *food waste* diperlukan. Selanjutnya adalah pengaruh teman dan keluarga untuk memanfaatkan bahan-bahan sisa untuk disiapkan menjadi makanan yang inovatif. Variabel *Perceived behavioral control* (Z3) dapat didefinisikan sebagai rasa kemudahan atau kesulitan diri seseorang untuk melakukan persepsian suatu perilaku (Ajzen, 1991). Variabel ini diwakili oleh kemudahan untuk menyimpan makanan pada suhu, kondisi, jenis dan porsi tertentu. Variabel *Food waste reduction intention* (Y1) didefinisikan sebagai niat untuk mengurangi food waste (Wajon & Richter, 2019). Variabel ini diwakili oleh niatan untuk memakan sisa makanan, niatan untuk tidak membuang makanan dan niatan untuk menghasilkan sisa makanan yang lebih sedikit.



Gambar 1. Hasil Uji Validitas

Analisis Data

a. Teknik dan Analisa Data

Data yang dianalisis adalah data yang merupakan hasil dari survei penelitian dari penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, kemudian dilakukan analisa untuk menarik kesimpulan. Pada penelitian ini, proses analisis menggunakan Partial least square (PLS) yang merupakan metode analisis alternatif dari *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk membuat perbandingan antara variabel independen ataupun dependen berganda (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Pada penelitian ini, proses analisis Partial Least square (PLS) dibantu oleh *software* SmartPLS versi 3.0. Pengujian yang dilakukan dengan menggunakan PLS ini meliputi uji inner model dan outer model. Pada gambar di bawah, 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 1. Perbandingan variable responden

No Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1. Pria	104	43.15%
2. Wanita	137	56.85%
No Usia	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1. < 17 Tahun	0	0%
2. 17- 26 Tahun	241	100%
3. > 26 Tahun	0	0%
No Domisili	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1. Surabaya	212	87.97%
2. Luar Surabaya	29	12.03%
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%
No Rata - Rata Uang Saku atau Penghasilan per Bulan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
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%
Frekuensi Responden mengunjungi Restoran dalam 1 Minggu	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1. 1 - 2 kali	157	65.15%
2. 3 - 4 kali	63	26.14%
3. 5 - 7 kali	21	8.71%
Rata - Rata Pengeluaran Responden Saat 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%

Tabel 2. Uji Validitas & Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Food Consumption</i> Generasi Z	0.619	0.799	0.771	0.537
<i>Attitude</i>	0.789	1.068	0.841	0.575
<i>Subjective Norms</i>	0.653	0.672	0.789	0.488
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0.883	0.892	0.991	0.740
<i>Food Waste Reduction Intention</i>	0.725	0.732	0.845	0.645

Pada tabel 2, 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 masih dapat diterima karena menurut Fornell dan Larcker (1981), jika variabel tersebut masih memiliki nilai *composite reliability* di atas 0.6 maka variabel tersebut masih bisa dinyatakan telah memenuhi persyaratan uji validitas diskriminan, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel telah memenuhi persyaratan uji validitas diskriminan.

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).

Pada tabel 2, 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.

Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel 3 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 3 . Hasil path coefficients

<i>Direct Effect</i>	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>
<i>Attitude → Food Waste Reduction Intention</i>	-0.029	-0.025	0.063	0.456	0.649
<i>Food Consumption</i>					
Generasi Z → <i>Attitude</i>	0.115	0.126	0.130	0.882	0.378
<i>Food Consumption</i>					
Generasi Z → <i>Food Waste Reduction Intention</i>	0.071	0.075	0.051	1.384	0.167
<i>Food Consumption</i>					
Generasi Z → <i>Subjective Norms</i>	0.172	0.184	0.083	2.080	0.038
<i>Food Consumption</i>					
Generasi Z → <i>Perceived Behavioral Control</i>	0.320	0.328	0.057	5.586	0.000
<i>Perceived Behavioral Control → Food Waste Reduction Intention</i>	0.645	0.645	0.039	16.622	0.000
<i>Subjective Norms → Food Waste Reduction Intention</i>	-0.010	0.001	0.065	0.161	0.872
<i>Food Consumption</i>				0.320	
Generasi Z → <i>Attitude → Food Waste Reduction Intention</i>	-0.003	-0.006	0.010		0.749
<i>Food Consumption</i>					
Generasi Z → <i>Subjective Norms → Food Waste Reduction Intention</i>	-0.002	-0.001	0.012	0.148	0.882
<i>Food Consumption</i>					
Generasi Z → <i>Perceived Behavioral Control → Food Waste Reduction Intention</i>	0.207	0.211	0.038	5.423	0.000
<i>Food Consumption</i>					
Generasi Z → <i>Food Waste Reduction Intention</i>	0.202	0.202	0.037	5.432	0.000

Berdasarkan tabel 3, 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.

Pembahasan

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

a. 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.

Pada tabel 4.3 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 pemenuhan 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*. Maka dari itu, *food waste reduction intention* perlu adanya faktor lain yang mempengaruhi, tidak hanya *food consumption*.

b. 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 oleh 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 internal dan 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 internal tersebut, yaitu perasaan kenyang dan faktor eksternal tersebut, antara lain rasa makanan yang tidak sesuai dengan selera responden. 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 berjalannya 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.

c. 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*.

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. Seiring dengan data yang peneliti dapatkan, sebagian besar responden, yaitu 85.06%, mengunjungi restoran bersama dengan teman. 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*. Teman-teman yang berada di lingkungan responden tidak menunjukkan kepedulian terhadap *food waste* yang dihasilkan oleh responden. Coskun & Ozbuk (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.

d. 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 & Ozbuk (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.

KESIMPULAN DAN SARAN

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 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 dan eksternal, seperti perasaan kenyang rasa makanan yang tidak sesuai dengan selera responden, 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*.

Saran

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

1. Untuk konsumen generasi Z
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.
2. Untuk penelitian selanjutnya
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.

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.
- 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.
- 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.
- Donny. (2021). Jumlah sampah makanan harian di beberapa kota di Indonesia. <https://travelingpersecond.com/2021/05/25/9-gagasan-mengurangi-sampah-makanankota/>
- 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>
- FAO. (2013). Food wastage footprint: Impacts on natural resources-fao.org. Food wastage footprint: Impacts on natural resources. Retrieved March 16, 2022, from <https://www.fao.org/publications/card/en/c/000d4a32-7304-5785-a2f1-f64c6de8e7a2>

- 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.
- 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-kreativitasmahasiswa-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, S. (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-foodsecurity-57345>.
- 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.
- Radzymińska, M., Jakubowska, D., & Staniewska, K. (2016). Consumer attitude and behaviour towards food waste. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 10(1).
- 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.
- 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).