

ABSTRAK

Transformasi perilaku konsumen berkelanjutan oleh generasi Z pasca-pandemi COVID-19 memerlukan pemahaman komprehensif terhadap faktor-faktor determinan yang mempengaruhi keputusan pembelian produk organik. Penelitian ini menganalisis sustainable consumer behavior generasi Z Kota Semarang menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan metode PLS-SEM. Metodologi kuantitatif dengan desain cross-sectional diterapkan pada 344 responden berusia 15-26 tahun melalui purposive sampling. Analisis data menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk evaluasi model pengukuran dan struktural. Temuan mengungkapkan dominasi *Perceived Behavioral Control* sebagai prediktor utama *Intention* ($\beta=0.708$, $p<0.001$) dan *Purchase Behavior* ($\beta=0.367$, $p<0.001$), sementara *Attitude* berpengaruh signifikan terhadap intention ($\beta=0.108$, $p<0.05$). *Subjective Norm* terbukti non-signifikan ($\beta=-0.060$, $p>0.05$), mengindikasikan pergeseran paradigma sosial generasi Z menuju individualisme dalam pengambilan keputusan konsumsi, terutama pada konsumsi produk makanan organik. Model menunjukkan kemampuan prediktif substansial dengan $R^2 = 0.682$ dan *predictive relevance* $Q^2 = 0.374$. Hasil uji validitas dan reliabilitas, baik melalui *outer model* (AVE, CR, dan *loading factor*) maupun *discriminant validity* (Fornell-Larcker, HTMT, dan *Cross Loading*), menunjukkan bahwa indikator dan konstruk dalam model memenuhi standar analisis SEM, sehingga memperkuat validitas *Theory of Planned Behavior* sebagai kerangka yang relevan untuk menjelaskan sustainable consumer behavior Gen Z terhadap makanan organik dengan dukungan pendekatan kuantitatif PLS-SEM.

Kata kunci: perilaku konsumen berkelanjutan; generasi Z; Theory of Planned Behavior, PLS-SEM