

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan pada Bab IV, penelitian mengenai PI Generasi Z dalam *event* olahraga prestasi di Kabupaten Bangkalan menghasilkan enam belas kesimpulan. Temuan berikut berlaku dalam konteks sampel pelajar yang tercatat sebagai atlet cabang olahraga.

1. DM berpengaruh positif dan signifikan pada ATB. Koefisien hubungan ini merupakan yang terbesar di antara jalur langsung yang diuji dalam model. Dengan demikian, H1 didukung.
2. PAICP berpengaruh positif dan signifikan pada ATB. Meskipun H2 didukung, ukuran efeknya tergolong dapat diabaikan, sehingga kontribusi tambahannya dalam menjelaskan ATB sangat kecil.
3. HC berpengaruh positif dan signifikan pada ATB. Hasil ini mendukung H3 dan menunjukkan bahwa HC yang lebih tinggi berkaitan dengan penilaian yang lebih positif terhadap keikutsertaan.
4. DM berpengaruh positif dan signifikan terhadap SN. Temuan ini mendukung H4 dan menunjukkan keterkaitan aktivitas pemasaran digital dengan persepsi dukungan dari orang-orang penting.
5. DM berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBC. Dengan demikian, H5 didukung: penilaian yang lebih baik terhadap DM berkaitan dengan persepsi kemampuan dan kendali yang lebih kuat untuk berpartisipasi.

6. ATB berpengaruh positif dan signifikan terhadap PI. Penilaian yang lebih positif terhadap keikutsertaan berkaitan dengan niat yang lebih tinggi, sehingga H6 didukung.
7. SN berpengaruh positif dan signifikan terhadap PI, sehingga H7 didukung. Besaran koefisiennya berdekatan dengan ATB, tetapi kedekatan tersebut belum menunjukkan kesetaraan pengaruh keduanya.
8. PBC berpengaruh positif dan signifikan terhadap PI. H8 didukung, meskipun koefisiennya paling kecil di antara ketiga konstruk inti TPB.
9. HC berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap PI, dengan ukuran efek kecil. Temuan ini mendukung H9 dan menunjukkan kontribusi HC di luar jalur melalui ATB.
10. DM memiliki efek tidak langsung yang positif dan signifikan terhadap PI melalui ATB. Dengan demikian, H10 didukung.
11. PAICP memiliki efek tidak langsung yang positif dan signifikan terhadap PI melalui ATB. H11 didukung, meskipun besaran efek tidak langsungnya sangat kecil.
12. HC memiliki efek tidak langsung yang positif dan signifikan terhadap PI melalui ATB. H12 didukung dalam bentuk mediasi parsial komplementer karena hubungan langsung dan tidak langsung sama-sama positif dan signifikan.
13. DM memiliki efek tidak langsung yang positif dan signifikan terhadap PI melalui SN. Temuan ini mendukung H13 dan menunjukkan peran jalur normatif dalam model.

14. DM memiliki efek tidak langsung yang positif dan signifikan terhadap PI melalui PBC. Dengan demikian, H14 didukung.
15. MCI belum terbukti memperkuat pengaruh positif DM pada ATB dalam penelitian ini. Oleh karena itu, H15 tidak didukung.
16. MCI secara signifikan memperkuat pengaruh positif SN terhadap PI. H16 didukung: hubungan antara persepsi dukungan sosial dan niat lebih kuat pada responden dengan MCI yang lebih tinggi.

DM memiliki efek total terstandar terbesar terhadap PI di antara determinan yang tercakup dalam model. Hubungannya dengan niat diestimasi melalui ATB, SN, dan PBC. Karena jalur langsungnya menuju niat tidak diestimasi, hasil tersebut belum membuktikan bahwa seluruh pengaruh hanya berlangsung melalui ketiga mediator. Di antara prediktor langsung niat, SN dan ATB memiliki koefisien terbesar yang berdekatan secara numerik.

IPMA menempatkan ATB sebagai prioritas pertama dan DM sebagai prioritas kedua karena keduanya memiliki kepentingan di atas rata-rata dengan kinerja di bawah rata-rata. SN dan HC memiliki kepentingan dan kinerja di atas rata-rata, sehingga perlu dipertahankan dan dimanfaatkan. Secara keseluruhan, temuan menunjukkan relevansi perluasan TPB dengan DM, HC, dan MCI dalam menjelaskan PI pada sampel penelitian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menghadapi lima keterbatasan yang menjadi kendala dan memengaruhi penafsiran hasil, yaitu kendala pada landasan teori, pengukuran, karakteristik sampel, desain penelitian, dan pengujian moderasi. Keterbatasan

tersebut menjadi dasar penafsiran hasil serta arah penelitian selanjutnya pada Subbab 5.3.2.

Pertama, kedudukan DM dalam TPB merupakan perluasan teori. TPB tidak secara eksplisit menempatkan rangsangan pemasaran sebagai konstruk inti. Penelitian ini memosisikannya sebagai faktor latar belakang yang diperkirakan bekerja melalui keyakinan perilaku, normatif, dan kontrol (Subbab 2.2.14). Keyakinan tersebut tidak diukur secara langsung, sehingga mekanisme melalui keyakinan masih merupakan penjelasan teoretis. Jalur langsung DM dan PAICP menuju niat juga tidak diestimasi. Karena itu, mediasi pada H10, H11, H13, dan H14 belum dapat diklasifikasikan sebagai penuh atau parsial. Tidak diestimasinya jalur langsung dapat memengaruhi besarnya efek tidak langsung, tetapi arah dan besar perubahannya belum dapat dipastikan tanpa model tandingan.

Kedua, beberapa konstruk memiliki keterbatasan pengukuran. Lima dimensi DM dimodelkan sebagai satu konstruk reflektif, sedangkan butir komunikasi dari mulut ke mulut elektronik menanyakan kesediaan responden sendiri. Reliabilitas DM dan HC juga berada di atas 0,95 (Subbab 4.1.4). PAICP diukur sebagai persepsi, bukan paparan yang terverifikasi, sehingga butirnya menuntut responden mengenali konten yang disesuaikan oleh kecerdasan buatan, sementara butir SN tidak secara khusus menyebut guru, kiai, atau pemerintah.

Keterbatasan isi juga terdapat pada butir PBC PBC4 dan PI PI4 yang memuat lebih dari satu unsur. Selain itu, penghapusan delapan indikator menyebabkan tiga dimensi masing-masing hanya diwakili satu butir (Subbab 4.1.2). Kondisi tersebut dapat menyempitkan cakupan konstruk dan berpotensi

memengaruhi estimasi hubungan, termasuk memperbesar sebagian hubungan DM dengan konstruk TPB. Besarnya pengaruh keterbatasan pengukuran terhadap hasil belum diuji secara terpisah.

Ketiga, sampel memiliki karakteristik khusus. Responden dipilih secara purposif melalui sekolah dan jalur pembinaan cabang olahraga. Seluruh responden terhubung dengan salah satu cabang olahraga, tercatat berusia 17–19 tahun, dan didominasi laki-laki (Subbab 4.2). Usia dihitung berdasarkan tahun kelahiran, sehingga sebagian responden kelahiran 2009 mungkin belum genap 17 tahun pada saat pengisian. Seluruh responden juga tercatat sebagai atlet cabang olahraga, sehingga hasil penelitian belum mewakili Generasi Z yang tidak terlibat dalam pembinaan olahraga.

Skor SN, PBC, dan PI cenderung sangat tinggi dengan sebaran sempit (Subbab 4.3). Pola ini dapat berkaitan dengan keterhubungan responden dalam pembinaan olahraga, tetapi hubungan tersebut belum diuji secara khusus. Rata-rata konstruk yang tinggi juga menunjukkan efek plafon yang dapat melemahkan hubungan antarvariabel. Hasil penelitian lebih tepat ditafsirkan pada pelajar atlet dalam jaringan pembinaan dan tidak dapat digeneralisasi secara statistik kepada seluruh Generasi Z di Kabupaten Bangkalan.

Keempat, penelitian menggunakan desain potong lintang dan mengukur niat, bukan perilaku partisipasi. Seluruh konstruk diukur melalui kuesioner yang diisi sendiri oleh responden yang sama dalam satu periode (Subbab 3.1). Pemeriksaan kolinearitas penuh dan uji faktor tunggal Harman tidak menunjukkan bias metode umum yang serius (Subbab 4.4.1), tetapi urutan butir tidak diacak dan

waktu pengukuran tidak dipisahkan (Subbab 3.8.4). Hasil pemeriksaan tersebut belum menjamin bahwa seluruh bias telah teratasi.

Urutan hubungan DM, konstruk TPB, dan niat didasarkan pada teori serta belum diuji secara temporal. Model menjelaskan 55,1 persen varians PI, tetapi kemampuan penjelasan tersebut tidak membuktikan hubungan sebab akibat atau keikutsertaan nyata. Niat yang tinggi masih dapat berbeda dari perilaku ketika *event* berlangsung. Riwayat keikutsertaan sebelumnya juga tidak dimasukkan ke dalam model.

Kelima, pengujian moderasi MCI dibatasi oleh pengukuran dan karakteristik data. Instrumen mengukur kekuatan identitas, bukan isi nilai budaya Madura (Subbab 2.2.13). Skornya memiliki rata-rata tinggi dengan sebaran sempit (Subbab 4.3.8), sedangkan korelasinya dengan konstruk lain mendekati nol. Koefisien ρ_A MCI yang melampaui 1 (Subbab 4.1.4) juga menunjukkan perlunya kehati-hatian dalam menafsirkan konstruk ini. Selain itu, pengukuran MCI yang tersisa tujuh dari dua belas butir mungkin belum mewakili ketiga dimensi identitas secara seimbang.

Mekanisme H16 mengasumsikan bahwa orang-orang penting bagi responden dipandang mewakili nilai Madura, tetapi asumsi ini tidak diuji secara langsung. Kondisi yang diperkirakan berkaitan dengan H15, seperti muatan budaya dalam konten, juga tidak diukur. Keterbatasan tersebut dapat mengurangi kemampuan mendeteksi interaksi kecil dan membatasi penafsiran mekanisme moderasi.

5.3 Saran

Saran disusun berdasarkan kesimpulan pada Subbab 5.1 dan keterbatasan pada Subbab 5.2. Saran ditujukan kepada tiga pihak, yaitu Dispora Bangkalan, peneliti selanjutnya, dan Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

5.3.1 Saran bagi Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bangkalan

Saran bagi Dispora Bangkalan mengacu pada implikasi manajerial dalam Subbab 4.6.2 dan pemetaan IPMA. Dua saran pertama berkaitan dengan DM dan ATB yang menjadi prioritas peningkatan. Saran ketiga memanfaatkan kekuatan SN, saran keempat memberikan dukungan fasilitasi bagi PBC, sedangkan dua saran terakhir berkaitan dengan perluasan jangkauan dan evaluasi berkelanjutan.

Pertama, Dispora Bangkalan perlu memperbaiki mutu dan keteraturan konten *event* olahraga prestasi. Kalender unggahan setiap *event* dapat memuat pengumuman, hitung mundur, cuplikan pertandingan, kisah peserta, dan hasil pertandingan, disertai materi yang siap dibagikan oleh sekolah dan cabang olahraga. Keberhasilannya dapat dipantau melalui jumlah unggahan per *event* serta perbandingan tayangan konten olahraga prestasi dengan konten kegiatan lain.

Kedua, jangkauan konten perlu diubah menjadi interaksi. Dispora Bangkalan dapat mengajukan pertanyaan kepada penonton, mengadakan sesi tanya jawab langsung menjelang pendaftaran, mengajak pengguna mengunggah ulang konten, dan menanggapi komentar. Ukuran keberhasilannya adalah peningkatan rasio komentar terhadap tayangan, yang semula sekitar 0,09 persen, dan rasio pembagian konten terhadap tayangan, yang semula sekitar 0,4 persen (Subbab 2.3.1).

Ketiga, ajakan berpartisipasi perlu melibatkan rujukan sosial. Konten dapat dibuat bersama pelatih, guru, atlet berprestasi, orang tua, serta tokoh masyarakat atau pejabat daerah, kemudian disebarakan melalui sekolah dan cabang olahraga. Saran ini didasarkan pada kuatnya hubungan SN dengan niat dan penguatannya oleh MCI. Dispora Bangkalan juga perlu berani menonjolkan identitas kemaduraan dalam konten event, misalnya melalui bahasa Madura, nilai Bhuppa' Bhâbhu' Ghuru Rato', serta figur panutan Madura dari kalangan pelatih, guru, kiai, dan atlet berprestasi. Karena MCI memperkuat jalur SN (H16), tetapi tidak memperkuat jalur DM menuju ATB (H15), penonjolan identitas tersebut sebaiknya disampaikan melalui ajakan figur rujukan, bukan hanya sebagai simbol visual dalam konten.

Keempat, konten *event* perlu dilengkapi informasi praktis dan dukungan nyata. Setiap *event* dapat menggunakan format informasi baku yang memuat jadwal, lokasi, kategori, persyaratan, biaya, dan cara mendaftar, serta informasi tentang pembinaan, keringanan biaya, atau fasilitas latihan apabila tersedia. Keberhasilannya dapat dilihat dari jumlah pendaftar per *event* dan berkurangnya pertanyaan berulang tentang prosedur.

Kelima, Dispora Bangkalan dapat menjangkau Generasi Z di luar jaringan pembinaan olahraga melalui kerja sama dengan sekolah umum, organisasi kepemudaan, dan komunitas. Kategori pemula juga dapat dipertimbangkan pada *event* tertentu. Perluasan ini memerlukan penilaian kebutuhan kelompok sasaran karena kelompok tersebut belum terwakili dalam sampel penelitian.

Keenam, pemasaran *event* perlu dievaluasi secara berkelanjutan berdasarkan data. Analitik akun dapat dipantau secara berkala, dan formulir pendaftaran dapat dilengkapi pertanyaan singkat tentang sumber informasi *event*. Dengan cara tersebut, proporsi pendaftar yang mengetahui *event* dari media sosial dinas dapat diketahui.

5.3.2 Saran bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan melalui lima arah yang menjawab keterbatasan pada Subbab 5.2 dan memperdalam temuan penelitian ini.

Arah pertama adalah memperjelas kedudukan DM dalam TPB. Pengukuran langsung terhadap keyakinan perilaku, normatif, dan kontrol diperlukan untuk menguji mekanisme yang diasumsikan. Model tandingan dapat memasukkan jalur langsung DM dan PAICP menuju niat agar efek langsung dan tidak langsung dapat dinilai bersama. Kelima dimensi DM juga dapat dimodelkan sebagai konstruk tingkat tinggi untuk menilai kontribusi setiap dimensi terhadap ATB, SN, dan PBC. Perbaikan instrumen perlu mencakup pemisahan butir yang bermakna ganda dan penambahan butir untuk dimensi yang cakupannya menyempit.

Arah kedua adalah memperluas cakupan dan memperbaiki keterwakilan sampel. Penelitian dapat menjangkau Generasi Z di luar jaringan pembinaan olahraga dan mencakup rentang usia yang lebih luas dengan kerangka sampel dari data sekolah atau kependudukan. Jumlah responden perempuan dan laki-laki yang memadai memungkinkan perbandingan multikelompok berdasarkan jenis kelamin, wilayah, status atlet, pengalaman bertanding, atau cabang olahraga. Tanggal lahir

dan tanggal pengisian perlu dicatat secara lengkap agar kesesuaian usia dengan kriteria sampel dapat diperiksa.

Arah ketiga adalah menguji hubungan niat dengan perilaku nyata menggunakan desain dua gelombang atau longitudinal. Niat dapat diukur terlebih dahulu, kemudian dicocokkan dengan keikutsertaan pada *event* beberapa bulan berikutnya melalui data Dispora Bangkalan. Desain ini dapat memperjelas urutan hubungan antarvariabel dan peran PBC dalam mewujudkan niat. Data yang digunakan sebaiknya berupa bukti kehadiran atau keikutsertaan dalam pertandingan, bukan hanya data pendaftaran, karena pendaftaran belum memastikan partisipasi aktual.

Arah keempat adalah memperdalam peran MCI. Penelitian dapat mengukur internalisasi nilai budaya, kekuatan identitas, dan pentingnya keikutsertaan bagi kelompok secara terpisah. Responden dengan tingkat identitas yang lebih beragam diperlukan untuk memperluas variasi pengukuran. Butir SN dapat menyebut rujukan yang spesifik, seperti orang tua, guru, kiai, pelatih, dan pemerintah, agar mekanisme yang diasumsikan pada H16 dapat diuji. Uji pendahuluan kualitatif juga diperlukan untuk menyempurnakan butir MCI dan mengidentifikasi figur rujukan yang bermakna secara budaya.

Norma deskriptif, yaitu persepsi tentang banyaknya teman sebaya yang ikut serta, juga layak dipertimbangkan. Willis *et al.* (2020) melaporkan pengaruh norma deskriptif terhadap niat. Eksperimen pesan secara acak yang memvariasikan mutu informasi, dukungan sosial, dan kesesuaian budaya dapat digunakan untuk menguji kondisi yang diperkirakan berkaitan dengan H15.

Arah kelima adalah memperluas faktor pendahulu dan konteks penelitian. Kajian PAICP dapat memasukkan kekhawatiran privasi serta kemungkinan hubungan yang tidak linear sebagaimana dilaporkan Sun *et al.* (2025). PAICP juga perlu dibedakan dari paparan terhadap rekomendasi platform. Faktor tambahan dapat mencakup pengalaman bertanding, dukungan pelatih, ketersediaan fasilitas latihan, dan motivasi berprestasi. Pengujian pada kabupaten lain di Madura, daerah dengan latar budaya berbeda, dan jenis *event* olahraga lain dapat menilai keberlakuan temuan pada konteks yang lebih luas.

5.3.3 Saran bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Universitas Hayam Wuruk Perbanas, khususnya Program Studi Magister Manajemen, dapat memanfaatkan hasil penelitian untuk pengembangan kajian, kerja sama penelitian, dan penguatan metode.

Pertama, hubungan DM dengan niat melalui penilaian pribadi, dukungan sosial, dan persepsi kemampuan serta kendali dapat menjadi bahan kajian mata kuliah pemasaran. Temuan ini relevan bagi pembahasan DM dan pemasaran sektor publik sebagai contoh penerapan TPB serta model SOR pada layanan pemerintah daerah. Kajian pemasaran olahraga dan *event* juga dapat dikembangkan sebagai topik penelitian mahasiswa yang berkaitan dengan kebutuhan pemerintah daerah di Jawa Timur.

Kedua, program studi dapat menjajaki kerja sama dengan Dispora Bangkalan dan instansi serupa. Kerja sama dapat mencakup penelitian dua gelombang yang menghubungkan niat dengan data pendaftaran dan keikutsertaan, pemanfaatan analitik media sosial resmi, serta pendampingan strategi komunikasi

event. Pelatihan pengelolaan konten dan pembacaan analitik bagi pengelola akun instansi, sekolah, dan cabang olahraga dapat dikembangkan sebagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Ketiga, program studi dapat memperkuat pelatihan PLS-SEM. Materinya dapat mencakup evaluasi dan eliminasi indikator, pengujian mediasi serta moderasi, pengaturan IPMA, dan pemeriksaan kualitas data, termasuk pola jawaban seragam. Layanan atau panduan kaji etik untuk penelitian yang melibatkan responden di bawah 18 tahun juga dapat membantu mahasiswa menyiapkan prosedur penelitian sejak tahap perancangan.

DAFTAR RUJUKAN

- 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)
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- An, G. K., dan Ngo, T. T. A. (2025). AI-powered personalized advertising and purchase intention in Vietnam's digital landscape: The role of trust, relevance, and usefulness. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(3), 100580. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100580>
- Angosto, S., García-Fernández, J., Chavarrias, M., dan Grimaldi-Puyana, M. (2026). Segmentation of fitness users based on health consciousness: Implications for digital sport management. *Quality & Quantity*. <https://doi.org/10.1007/s11135-025-02128-4>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei penetrasi internet Indonesia 2025*. <https://survei.apjii.or.id>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020* (Berita Resmi Statistik No. 7/01/Th. XXIV). Badan Pusat Statistik.
- Baek, T. H., dan Morimoto, M. (2012). Stay away from me: Examining the determinants of consumer avoidance of personalized advertising. *Journal of Advertising*, 41(1), 59–76. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367410105>
- Baumgartner, H., Weijters, B., dan Pieters, R. (2021). The biasing effect of common method variance: Some clarifications. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(2), 221–235. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00766-8>
- Becker, J.-M., Cheah, J.-H., Gholamzade, R., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2023). PLS-SEM's most wanted guidance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1), 321–346. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0474>
- Boerman, S. C., Kruikemeier, S., dan Bol, N. (2021). When is personalized advertising crossing personal boundaries? How type of information, data sharing, and personalized pricing influence consumer perceptions of personalized advertising. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100144. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100144>

- Bougie, R., dan Sekaran, U. (2019). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3), 185–216. <https://doi.org/10.1177/135910457000100301>
- Bruner, M. W., McLaren, C. D., Mertens, N., Steffens, N. K., Boen, F., McKenzie, L., Haslam, S. A., dan Fransen, K. (2022). Identity leadership and social identification within sport teams over a season: A social network analysis. *Psychology of Sport and Exercise*, 59, 102106. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2021.102106>
- Bupati Bangkalan. (2022). *Peraturan Bupati Bangkalan Nomor 41 Tahun 2022*.
- Cameron, J. E. (2004). A three-factor model of social identity. *Self and Identity*, 3(3), 239–262. <https://doi.org/10.1080/13576500444000047>
- Caricati, L., dan Terranova, V. (2021). Binge drinking: The role of group norms and ingroup identification in a sample of Italian young adults. *Psicologia Sociale*, 16(3), 417–427. <https://doi.org/10.1482/102124>
- Chen, J., Liu, M., Hu, J., dan Zhang, J. (2025). The impact of health communication through sports social media on adolescents' sport participation attitudes: A moderated mediation model. *Scientific Reports*, 15, 23503. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-06903-z>
- Chrisniyanti, A., dan Fah, C. T. (2022). The impact of social media marketing on purchase intention of skincare products among Indonesian young adults. *Eurasian Journal of Social Sciences*, 10(2), 68–90. <https://doi.org/10.15604/ejss.2022.10.02.001>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Dimock, M. (2019, January 17). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bangkalan. (2025). *Data agregat kependudukan Kabupaten Bangkalan menurut kelompok umur* [Data set]. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bangkalan.
- Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bangkalan. (n.d.). *@disporabangkalan* [Profil Instagram]. Instagram. Diakses 2026 dari <https://www.instagram.com/disporabangkalan/>

- Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bangkalan. (2026). *Analitik akun TikTok Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bangkalan periode 24 September 2025–23 September 2026* [Data tidak dipublikasikan].
- Eisend, M., van Reijmersdal, E. A., Boerman, S. C., dan Tarrahi, F. (2020). A meta-analysis of the effects of disclosing sponsored content. *Journal of Advertising*, 49(3), 344–366. <https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1765909>
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., dan Davis, L. M. (2001). Atmospheric qualities of online retailing: A conceptual model and implications. *Journal of Business Research*, 54(2), 177–184. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00087-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00087-9)
- Escobar-Farfán, M., García-Salirrosas, E. E., Guerra-Velásquez, M., Veas-González, I., Gómez-Bayona, L., dan Gallardo-Canales, R. (2025). Psychological determinants of healthy food purchase intention: An integrative model based on health consciousness. *Nutrients*, 17(7), 1140. <https://doi.org/10.3390/nu17071140>
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., dan Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149–1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Fishbein, M., dan Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Fornell, C., dan Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gao, Y., dan Liu, H. (2023). Artificial intelligence-enabled personalization in interactive marketing: A customer journey perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 17(5), 663–680. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2022-0023>
- Gould, S. J. (1990). Health consciousness and health behavior: The application of a new health consciousness scale. *American Journal of Preventive Medicine*, 6(4), 228–237. [https://doi.org/10.1016/S0749-3797\(18\)31009-2](https://doi.org/10.1016/S0749-3797(18)31009-2)
- Hagger, M. S., dan Hamilton, K. (2024). Longitudinal tests of the theory of planned behaviour: A meta-analysis. *European Review of Social Psychology*, 35(1), 198–254. <https://doi.org/10.1080/10463283.2023.2225897>

- Hagger, M. S., dan Hamilton, K. (2025). Progress on theory of planned behavior research: Advances in research synthesis and agenda for future research. *Journal of Behavioral Medicine*, 48(1), 43–56. <https://doi.org/10.1007/s10865-024-00545-8>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.
- Hauff, S., Richter, N. F., Sarstedt, M., dan Ringle, C. M. (2024). Importance and performance in PLS-SEM and NCA: Introducing the combined importance-performance map analysis (cIPMA). *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78, 103723. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103723>
- Henseler, J., dan Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, 28(2), 565–580. <https://doi.org/10.1007/s00180-012-0317-1>
- Henseler, J., Hubona, G., dan Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Henseler, J., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hojjati, M., Mirzaei, A., Hemmati, N., dan Goodarzi Shamsabadi, B. (2025). Predicting consumers' intention and behavior towards industrial dairy products: A study based on an extended theory of planned behavior. *Applied Food Research*, 5(2), 101129. <https://doi.org/10.1016/j.afres.2025.101129>
- Hong, H., dan Chung, W. (2022). Integrating health consciousness, self-efficacy, and habituation into the attitude-intention-behavior relationship for physical activity in college students. *Psychology, Health & Medicine*, 27(5), 965–975. <https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1822533>
- Hu, B., Zhu, Y., Bao, R., Zhao, Z., Liu, C., dan Lin, A. (2025). Social media, health consciousness, and cultural influences on sugar reduction behaviors in Chinese youth: Extending the stimulus-organism-response model. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e68180. <https://doi.org/10.2196/68180>
- Jordan, P. J., dan Troth, A. C. (2020). Common method bias in applied settings: The dilemma of researching in organizations. *Australian Journal of Management*, 45(1), 3–14. <https://doi.org/10.1177/0312896219871976>

- Kaltsonoudi, K., Tsigilis, N., dan Karteroliotis, K. (2022). Critical review of the literature and current tendencies of the common method variance in sport management research. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 26(2), 103–115. <https://doi.org/10.1080/1091367X.2021.1949322>
- Kannan, P. K., dan Li, H. A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Kim, A. J., dan Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Kim, S., Jeong, Y., dan Jung, Y. (2025). Unveiling the power of social influence: How functional, emotional, and social values drive Pilates participation through an extended TPB model. *Frontiers in Psychology*, 16, 1453874. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1453874>
- Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1–10. <https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101>
- Kock, N. (2021). *WarpPLS user manual: Version 7.0*. ScriptWarp Systems.
- Kock, N., dan Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261. <https://doi.org/10.1111/isj.12131>
- La Barbera, F., dan Ajzen, I. (2020). Control interactions in the theory of planned behavior: Rethinking the role of subjective norm. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 401–417. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.2056>
- Leighton, K., Kardong-Edgren, S., Schneidereith, T., dan Foisy-Doll, C. (2021). Using social media and snowball sampling as an alternative recruitment strategy for research. *Clinical Simulation in Nursing*, 55, 37–42. <https://doi.org/10.1016/j.ecns.2021.03.006>
- Li, Y., dan Shan, B. (2025). Exploring the role of health consciousness and environmental awareness in purchase intentions for green-packaged organic foods: An extended TPB model. *Frontiers in Nutrition*, 12, 1528016. <https://doi.org/10.3389/fnut.2025.1528016>
- Liengaard, B. D., Sharma, P. N., Hult, G. T. M., Jensen, M. B., Sarstedt, M., Hair, J. F., dan Ringle, C. M. (2021). Prediction: Coveted, yet forsaken? Introducing a cross-validated predictive ability test in partial least squares

path modeling. *Decision Sciences*, 52(2), 362–392.
<https://doi.org/10.1111/deci.12445>

- Madadi, R., Torres, I. M., Fazli-Salehi, R., dan Zúñiga, M. Á. (2021). The effects of advertising ethnic cues on brand love, brand attachment and attitude toward the brand. *Spanish Journal of Marketing – ESIC*, 25(3), 333–354.
<https://doi.org/10.1108/SJME-07-2020-0136>
- Majid, A. N., dan Sugiarto, F. (2022). Socio-religious education of the têngka tradition in the Madura community. *Inferensi: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 16(1), 25–42. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v16i1.25-42>
- Matz, S. C., Teeny, J. D., Vaid, S. S., Peters, H., Harari, G. M., dan Cerf, M. (2024). The potential of generative AI for personalized persuasion at scale. *Scientific Reports*, 14, 4692. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-53755-0>
- Mehrabian, A., dan Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.
- Memon, M. A., Thurasamy, R., Ting, H., dan Cheah, J.-H. (2025). Purposive sampling: A review and guidelines for quantitative research. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 9(1), 1–23.
[https://doi.org/10.47263/JASEM.9\(1\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.9(1)01)
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., dan Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i–xx.
[https://doi.org/10.47263/JASEM.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.4(2)01)
- Morren, M., dan Grinstein, A. (2021). The cross-cultural challenges of integrating personal norms into the theory of planned behavior: A meta-analytic structural equation modeling (MASEM) approach. *Journal of Environmental Psychology*, 75, 101593.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101593>
- Mullin, B. J., Hardy, S., dan Sutton, W. A. (2014). *Sport marketing* (4th ed.). Human Kinetics.
- Nekmahmud, M., Naz, F., Ramkissoon, H., dan Fekete-Farkas, M. (2022). Transforming consumers' intention to purchase green products: Role of social media. *Technological Forecasting and Social Change*, 185, 122067.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122067>
- Pahrudin, P., Chen, C.-T., dan Liu, L.-W. (2021). A modified theory of planned behavioral: A case of tourist intention to visit a destination post pandemic Covid-19 in Indonesia. *Heliyon*, 7(10), e08230.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08230>

- Pan, J., Wu, K.-S., Huang, D.-M., dan Sun, S.-W. (2025). Role of health-consciousness on purchase intention of health and wellness food: The serial mediating effect of attitude and desire. *Nutrients*, 17(5), 746. <https://doi.org/10.3390/nu17050746>
- Podsakoff, P. M., Podsakoff, N. P., Williams, L. J., Huang, C., dan Yang, J. (2024). Common method bias: It's bad, it's complex, it's widespread, and it's not easy to fix. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 11, 17–61. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-110721-040030>
- Raza, S. H., dan Zaman, U. (2021). Effect of cultural distinctiveness and perception of digital advertising appeals on online purchase intention of clothing brands: Moderation of gender egalitarianism. *Information*, 12(2), 72. <https://doi.org/10.3390/info12020072>
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan*.
- Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Presiden Nomor 86 Tahun 2021 tentang Desain Besar Olahraga Nasional*.
- Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2022 tentang Keolahragaan*.
- Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2016). Gain more insight from your PLS-SEM results: The importance-performance map analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9), 1865–1886. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2015-0449>
- Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. (2024). *SmartPLS 4* [Perangkat lunak komputer]. SmartPLS GmbH. <https://www.smartpls.com>
- Sarstedt, M., dan Moisesescu, O.-I. (2024). Quantifying uncertainty in PLS-SEM-based mediation analyses. *Journal of Marketing Analytics*, 12(1), 87–96. <https://doi.org/10.1057/s41270-023-00231-9>
- Setyaningsih. (2021). Pengaruh situasi sosial dan nilai budaya Madura terhadap regulasi emosi individunya. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi*, 12(1). <https://journal.trunojoyo.ac.id/personifikasi/article/view/10110>
- Sharma, P. N., Liengaard, B. D., Hair, J. F., Sarstedt, M., dan Ringle, C. M. (2023). Predictive model assessment and selection in composite-based modeling using PLS-SEM: Extensions and guidelines for using CVPAT. *European Journal of Marketing*, 57(6), 1662–1677. <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2020-0636>

- Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Ting, H., Vaithilingam, S., dan Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM: Guidelines for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2322–2347. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0189>
- Situmorang, A., Soesilowati, E. S., Basyar, M. H., Romdiati, H., Yuniarto, P. R., Muqtafa, M. K., Wuryandari, G., Fakhriati, Diana, E., Riyadina, W., Suartina, T., Zaenuddin, D., Purwanto, Kurniati, Y., Putri, A. I. S., dan Ichsan, N. (2026). *Panduan klirens etik riset bidang sosial humaniora*. Penerbit BRIN. <https://doi.org/10.55981/brin.2462>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sun, H., Xie, P., dan Sun, Y. (2025). The inverted U-shaped effect of personalization on consumer attitudes in AI-generated ads: Striking the right balance between utility and threat. *Journal of Advertising Research*, 65(2), 237–258. <https://doi.org/10.1080/00218499.2025.2462405>
- Sur, M., Jung, J., dan Shapiro, D. (2022). Theory of planned behavior to promote physical activity of adults with physical disabilities: Meta-analytic structural equation modeling. *Disability and Health Journal*, 15(1), 101199. <https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2021.101199>
- Tajfel, H., dan Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. Dalam W. G. Austin dan S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (hlm. 33–47). Brooks/Cole.
- Terry, D. J., dan Hogg, M. A. (1996). Group norms and the attitude–behavior relationship: A role for group identification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(8), 776–793. <https://doi.org/10.1177/0146167296228002>
- Terry, D. J., Hogg, M. A., dan White, K. M. (1999). The theory of planned behaviour: Self-identity, social identity and group norms. *British Journal of Social Psychology*, 38(3), 225–244. <https://doi.org/10.1348/014466699164149>
- Tran, N. T. K., Nguyen, L. V., Ly, V. S., dan Nguyen, T. K. (2024). The effect of social media marketing on consumers' e-waste recycling intention to participate: The case of the Vietnamese market. Dalam *Proceedings of the 19th European Conference on Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 19, No. 1). Academic Conferences International. <https://doi.org/10.34190/ecie.19.1.2594>
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., dan Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Basil Blackwell.

- Wang, X., dan Cheng, Z. (2020). Cross-sectional studies: Strengths, weaknesses, and recommendations. *Chest*, 158(1S), S65–S71. <https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012>
- Ward, M. K., dan Meade, A. W. (2023). Dealing with careless responding in survey data: Prevention, identification, and recommended best practices. *Annual Review of Psychology*, 74, 577–596. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-040422-045007>
- Willis, L., Lee, E., Reynolds, K. J., dan Klik, K. A. (2020). The theory of planned behavior and the social identity approach: A new look at group processes and social norms in the context of student binge drinking. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3). <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.1900>
- Xie, M.-C., Chang, Y.-C., dan Cai, C.-M. (2022). Understanding the effect of social media marketing activity for promoting intention to participate in martial arts. *Frontiers in Psychology*, 13, 999153. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.999153>
- Yang, J. W. (2025). How does fitness-related social media use influences exercise intention? A moderated mediation model within the theory of planned behavior framework. *Acta Psychologica*, 261, 105958. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105958>
- Yin, Y., Sun, X., He, J., Qi, Y., dan Li, G. (2026). Behavior plan and the intention–behavior gap in physical activity among adolescents and college students: A systematic review and meta-analysis. *Frontiers in Public Health*, 14, 1950356. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2026.1950356>
- Zhao, P., dan Cao, S. (2024). To participate or not to participate? Influence mechanism of artificial intelligence on Chinese college students' willingness to participate in online politics. *BMC Psychology*, 12, 525. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-02009-9>
- Zhao, X., Lynch, J. G., Jr., dan Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>