

Pengaruh *Health Awareness* dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Restoran Vegetarian di Kota Batam

Tasya Ruslina¹, Heri Nuryanto^{2*}

^{1,2} Program Studi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam
Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Batam, Indonesia

¹ tasyatslm@gmail.com, ²e-mail penulis2@domain.ekstensi

* Corresponding author

Received: Month, Year

Accepted: Month, Year

Published: Month, Year

Abstract

Changes in people's lifestyles lead to changes in food consumption patterns. Many people have started to switch to vegetarian food. Batam City is one of the cities where there are many vegetarian restaurants. Usually an increase in the number of consumers occurs on certain days and certain moments. This study aims to find out how health awareness influences the intention to buy vegetarian restaurant food in Batam City, how does taste influence the buying intention of vegetarian food consumers in Batam City, how does health awareness and taste influence the intention to buy vegetarian restaurant food in Batam City. Data collection used a questionnaire with a sample of 140 people which was calculated by the Hair formula. The data analysis technique used is Hypothesis Testing with Multiple Linear Analysis. The results showed that Health awareness had a positive and significant effect on the intention to buy vegetarian food, Taste had a positive and significant effect on the intention to buy vegetarian food, and Health awareness and taste together had a positive and significant effect on the intention to buy vegetarian food.

Keywords: Health Awareness, Taste, Interest in Buying, Vegetarian Food

Abstrak

Perubahan gaya hidup masyarakat menyebabkan perubahan pola konsumsi makanan. Sudah mulai banyak masyarakat yang beralih ke makanan vegetarian. Kota Batam merupakan salah satu kota yang banyak terdapat restoran vegetarian. Biasanya peningkatan jumlah konsumen terjadi pada hari-hari tertentu dan momen tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana pengaruh *health awareness* terhadap minat beli makanan restoran vegetarian di Kota Batam, Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap minat beli konsumen makanan vegetarian di Kota Batam, Bagaimana pengaruh *health awareness* dan cita rasa terhadap minat beli makanan restoran vegetarian di Kota Batam. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan sampel berjumlah 140 orang yang dihitung dengan rumus Hair. Teknik Analisis Data

yang digunakan adalah Uji Hipotesis dengan Analisis Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian, Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian, dan *Health awareness* dan cita rasa secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

Kata kunci: *Health awareness*, Cita rasa, minat beli, makanan vegetarian

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat di berbagai bidang saat ini mengakibatkan gaya hidup masyarakat berubah, mulai dari gaya hidup seseorang dalam memilih atau mengolah suatu makanan, mulai banyak masyarakat yang menerapkan pola hidup vegetarian (Sukmawati, Sitoayu, Wahyuni, & Putri, 2021). Alasan orang mengkonsumsi vegetarian adalah mengurangi polusi sampai dengan menghindari pembunuhan hewan (Chang, Andreanus, Chan, & Verdian, 2019). Perilaku konsumsi makanan vegetarian biasanya dikaitkan dengan Kesehatan (Suwito, 2021). *Health Awareness* merupakan salah satu penunjang mulai maraknya konsumen makanan vegetarian. Masyarakat yang memiliki kondisi kesehatan tertentu, biasanya akan menerapkan pola hidup vegetarian untuk menjaga kesehatannya. Pola hidup vegetarian yang biasanya dikaitkan dengan pola hidup umat beragama tertentu, kini menjadi pola hidup yang umum dan dapat dilakukan oleh siapa saja.

Kota Batam merupakan salah satu kota yang masyarakatnya mulai banyak mengadopsi gaya hidup vegetarian sehingga penyaji makanan vegetarian mudah ditemui dalam berbagai bentuk, seperti seperti *cafe*, kemudian kedai kopi, *food court* ataupun restoran (Chang et al., 2019). Penulis melakukan observasi di beberapa restoran vegetarian, terlihat bahwa pada jam-jam tertentu, restoran vegetarian tersebut ramai dikunjungi konsumen seperti terlihat pada gambar 1. Konsumen yang berdiskusi dengan penulis menceritakan bahwa dirinya mulai rutin mengkonsumsi makanan vegetarian sejak beberapa tahun terakhir dikarenakan kondisi kesehatan. Meskipun, belum secara penuh berganti ke makanan vegetarian, namun biasanya konsumen akan datang untuk menikmati makanan vegetarian pada saat-saat tertentu.



Gambar 1 Suasana Restoran Arya Maitreya (Vihara MVDM) Sungai Panas
Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2022]

Selain *health awareness*, hal lain yang berkaitan dengan minat beli makanan vegetarian adalah cita rasa dari makanan vegetarian tersebut, Cita rasa merupakan sebuah atribut yang terdiri dari penampakan, rasa, bau, tekstur, serta suhu yang dapat membentuk kerjasama kelima macam indra (Maimunah, 2020). Hasil pengamatan dan Observasi yang penulis lakukan, restoran vegetarian menyajikan beragam menu yang tidak

jauh berbeda dari produk non vegetarian. Secara kasat mata bentuk makanan olahan vegetarian menyerupai makanan non vegetarian seperti terlihat pada gambar 2.



Gambar 2 Berbagai Macam Menu Olahan Vegetarian di Restoran Maitreya Sungai Panas
Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2022]

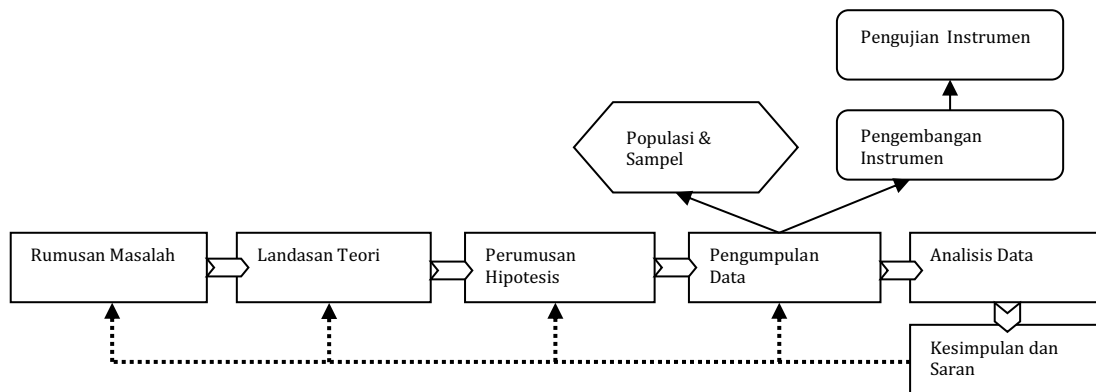
Salah satu contoh olahan vegetarian adalah rendang daging vegetarian. Rendang Daging Vegetarian memiliki bau rendang yang mirip dengan rendang aslinya, hanya perbedaannya di bahan baku. Bila rendang daging biasa berasal dari daging sapi, maka rendang daging vegetarian berbahan baku bagian kaki jamur shitake (*Lentinula Edodes*). Tekstur Rendang Daging Vegetarian serupa dengan rendang daging biasa yaitu berserat. Sementara untuk bumbu rendang dapat dikatakan mirip dengan rendang non vegetarian.

Sayangnya, Salah satu restoran penyaji makanan vegetarian mengatakan bahwa biasanya restoran hanya akan ramai pada perayaan hari-hari tertentu, sedangkan di hari lainnya konsumen relatif biasa saja. Salah satu restoran yang terbesar yang banyak dikunjungi oleh konsumen vegetarian yaitu Restoran Arya Maitreya yang berlokasi di Sungai Panas, Batam menyampaikan bahwa selain menjual makanan vegetarian, melalui makanan vegetarian mereka mengkampanyekan pengurangan emisi karbon akibat pembunuhan hewan. Harapannya masyarakat bisa lebih sadar dalam mengkonsumsi makanan sehingga turut berkontribusi dalam menjaga alam. Namun hingga saat ini, jarang ditemui penelitian terkait tingkat kesadaran kesehatan konsumen yang menyebabkan konsumen mau mengkonsumsi makanan vegetarian, juga terkait dengan cita rasa makanan vegetarian. Penelitian ini akan menjawab rumusan masalah: Bagaimana pengaruh *health awareness* terhadap minat beli makanan vegetarian di Kota Batam, Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap minat beli konsumen makanan vegetarian di Kota Batam, dan Bagaimana pengaruh *health awareness* dan cita rasa secara bersamaan terhadap minat beli makanan restoran vegetarian di Kota Batam.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosatif. Adapun tahapan-tahapan penelitian tersusun seperti gambar 2 berikut:



Gambar 2 Desain Penelitian
Sumber : [(Soegiyono, 2011)]

2.2 Operasional Variabel

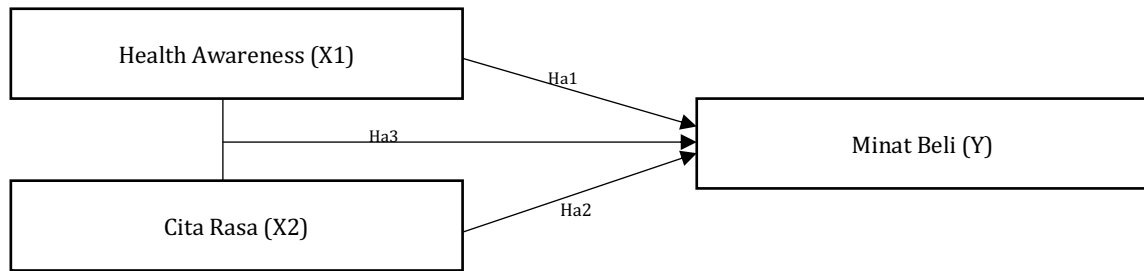
Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen, yaitu X1 mewakili *Health Awareness*, X2 mewakili Cita Rasa, dan satu Variabel Dependen yaitu Y mewakili Minat Beli. Masing-masing variabel akan diukur dengan *Skala Likert*. Operasional Variabel dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1: Operasional Variabel
[Sumber: Olahan Penulis, 2023]

Variabel	Indikator	Skala
<i>Health awareness</i> merupakan bentuk pemahaman peduli dan perhatian yang terdorong yang ditujukan untuk mempertahankan dan menerapkan pola hidup sehat serta meningkatkan ideal (Michaelidou and Hassan : 2008 dalam Muslihati & Trifiyanto, 2021)	1. Integrasi perilaku kesehatan 2. Pencarian dan penggunaan Informasi 3. <i>Health awareness</i> konsumen 4. Motivasi kesehatan 5. Tanggung jawab atas kesehatan diri	Likert
Cita rasa adalah atribut makanan yang meliputi penampakan, aroma, rasa, tekstur dan suhu, dalam menciptakan cita rasa yang baik harus menggunakan bahan baku masih baru, segar dan bersih, juga memiliki juru masak yang handal atau berpengalaman (Manurung, 2020).	1. Bau 2. Rasa 3. Rangsangan Mulut 4. Suhu 5. Tekstur	Likert
Minat beli adalah suatu kegiatan dari pemikiran pembeli untuk membeli beberapa unit sampai jumlah tertentu dan beberapa merek yang tersedia dalam periode waktu (Maisyaroh, Fitri, & Qurniawati, 2022).	1. Minat Beli Transaksional 2. Minat Beli Referensial 3. Minat Beli Preferensial 4. Minat Beli Eksploratif	Likert

2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Penelitian ini akan menguji hipotesis sesuai dengan kerangka berpikir seperti gambar berikut:



Gambar 3 Kerangka Pemikiran
Sumber : [Penulis, 2022]

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H_{a1} : *Health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian
- H_{a2} : Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian
- H_{a3} : *Health awareness* dan cita rasa secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui jumlahnya, Oleh karena itu penulis menetapkan kriteria populasi dalam penelitian ini, yaitu: Berusia Minimal 17 tahun; Rutin mengonsumsi makanan vegetarian minimal 1x dalam seminggu; dan Merupakan konsumen dari salah satu atau lebih restoran vegetarian di Kota Batam

Rumus hair menyatakan besar sample minimal 5-10 pengamatan untuk setiap parameter (Rahayu & Susanti, 2022). Pada penelitian ini terdapat 14 indikator yang menjadi parameter di dalam pengukuran sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan adalah minimal 10 (maksimal dari angka penentuan rumus) x 14 (jumlah indikator) = 140 sampel. Teknik sampling akan menggunakan *simple random sampling*.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan cara:

Kuesioner (Daftar Pertanyaan)

Kuesioner merupakan merupakan cara mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden (Soegiyono, 2011). Responden akan menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan objek diteliti yaitu *health awareness*, cita rasa, dan minat beli.

Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti bila ingin memperdalam hal-hal lain dari responden penelitian. Responden yang diwawancara biasanya jumlahnya kecil/sedikit. (Soegiyono, 2011). Wawancara dalam penelitian dilakukan kepada konsumen restoran vegetarian dan juga pemilik restoran vegetarian.

Observasi

Menurut (Soegiyono, 2011) Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang lebih detail karena observasi tidak terbatas pada orang, namun pada obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data ini dilakukan oleh penulis dengan cara mengunjungi beberapa restoran vegetarian di Kota Batam sebanyak 7(tujuh) Restoran Vegetarian yang menjadi lokasi penelitian ini, yaitu RM Bintang Vegetarian, Maha Vihara Duta Maitreya, Café Abang, Yummy, Sweet Vegie, Restoran Sehat dan Natura

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan oleh peneliti ketika data yang dikumpulkan dari responden telah selesai. (Sujarweni & Utami, 2019)

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Validitas akan diukur dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Kriteria jika r hitung $>$ r table = butir pertanyaan valid. Jika r hitung $<$ r tabel = butir pertanyaan tidak valid.

Berikut merupakan hasil uji validitas dari masing-masing variabel seperti terlihat pada tabel 2; tabel 3; dan tabel 4

Tabel 2: Hasil Uji Validitas Variabel *Health Awareness*
[Sumber: Olahan Penulis, 2023]

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Statement 1	0,618	0,312	Valid
Statement 2	0,822	0,312	Valid
Statement 3	0,774	0,312	Valid
Statement 4	0,789	0,312	Valid
Statement 5	0,696	0,312	Valid
Statement 6	0,772	0,312	Valid
Statement 7	0,332	0,312	Valid

Tabel 3: Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa
[Sumber: Olahan Penulis, 2023]

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Statement 1	0,528	0,312	Valid
Statement 2	0,674	0,312	Valid
Statement 3	0,745	0,312	Valid
Statement 4	0,747	0,312	Valid
Statement 5	0,528	0,312	Valid

Tabel 4: Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli
[Sumber: Olahan Penulis, 2023]

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Statement 1	0,814	0,312	Valid
Statement 2	0,756	0,312	Valid
Statement 3	0,886	0,312	Valid
Statement 4	0,851	0,312	Valid

Berdasarkan hasil Uji validitas yang dilakukan terlihat bahwa semua pernyataan dalam kuisioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk suatu kuesioner. Reliabilitas dapat diukur dengan koefisien *alpha cronbach's*

Kriteria :

Jika *alpha cronbach's* $>$ 0,70 maka reliabel

Jika *alpha Cronbach*

's $>$ 0,70 maka reliabel

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel seperti terlihat pada tabel 5

Tabel 5: Hasil Uji Reliabilitas Variabel
[Sumber: Olahan Penulis, 2023]

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Penentu	Hasil
Health Awareness (X1)	0,889	0,70	Reliabel
Cita Rasa (X2)	0,837	0,70	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,922	0,70	Reliabel

Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas maka seluruh variabel dinyatakan Reliabel dikarenakan nilai Cornbach Alpha > 0,7

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji persyaratan analisis data untuk melihat distribusi dari data yang digunakan apakah normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Kolmogorov smirnov, dengan ketentuan (Sujarweni & Utami, 2019):

Apabila Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal

Apabila Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

Gejala Heteroskedastisitas

Gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode Glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam metode regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Gejala Multikolinieritas

Gejala multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat ini *Variance Inflating Factor* (VIF) pada tabel hasil analisis Regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi

Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel. Adapun persamaan matematika dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n + \varepsilon$$

Dimana Y = variabel dependen (variabel respon), a = nilai konstanta, b = nilai koefisien regresi, x_1 = variabel independen pertama, x_2 = variabel independen kedua, x_3 = variabel independen ketiga, x_n = variabel independen ke- n , ε adalah simbol *error*.

Uji Signifikansi Koefisien Regresi Secara Parsial

Uji koefisien regresi secara parsial dilakukan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel} yang didapatkan dari hasil analisis di tabel *coefficients*. Uji F dilakukan dengan ketentuan apabila:

$T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak

$T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak

Uji koefisien regresi secara serempak dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} yang didapatkan dari hasil analisis di tabel *coefficients*. Uji T dilakukan dengan ketentuan apabila:

$F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Koefisien Determinasi (R^2)

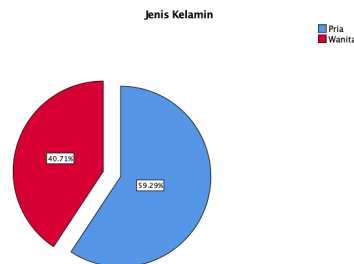
Koefisien determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*). R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: $X_1, I = 1, 2, 3, 4, \dots, k$) secara bersama-sama. R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Persamaan Regresi Linier Berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner. Jumlah total kuisioner yang disebar adalah 140 kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan pada rentang waktu Desember 2022-Januari 2023.

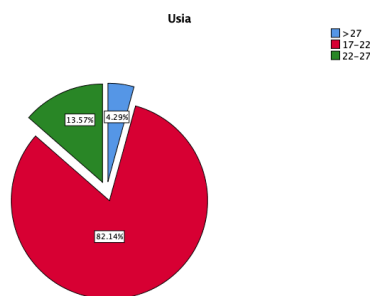
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4 Profil Responden. Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Gambar 4 diatas menunjukkan persentase responden wanita sebanyak 40,71% dan responden pria sebanyak 59,29%. Responden pada penelitian ini didominasi oleh responden pria dengan jumlah 59,29% dari total .responden, lebih banyak 8,58% dibandingkan jumlah responden wanita.

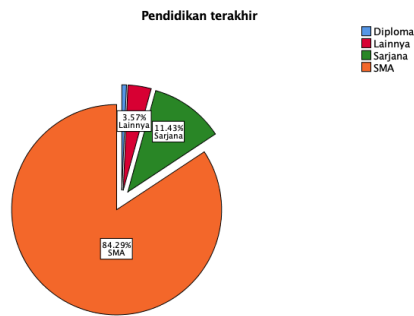
Profil Responden Berdasarkan Usia



Gambar 5 Profil . Responden Berdasarkan Usia
Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Gambar 5 menunjukkan sebanyak 82,14% responden berada di rentang usia 17-22 tahun, kemudian 23,57% berada di rentang usia 22-27 tahun, dan .yang terakhir sebanyak 4,29% responden berada di rentang usia >27 tahun.

Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Gambar 6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Pendidikan terakhir responden pada penelitian ini seperti terlihat pada gambar 6 didominasi oleh tingkat pendidikan SMA (Sekolah Menengah Atas) sebanyak 84,29%, kemudian 11,43% di tingkat pendidikan Sarjana, Selanjutnya 0,71% di tingkat pendidikan Diploma, dan tingkat lainnya sebanyak 3,57%.

Hasil Uji Normalitas

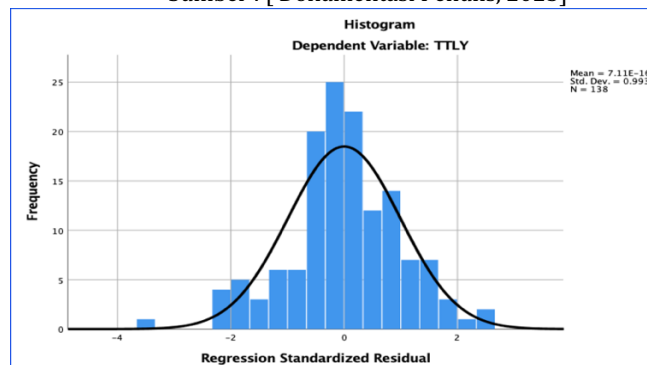
Uji Normalitas pada penelitian menggunakan dua acara yaitu dengan melihat nilai Kolmogorov Smirnov dan juga melihat sebaran data pada histogram hasil olahan data.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.89342739
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.052
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c

Gambar 7 Hasil Uji Normalitas

Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

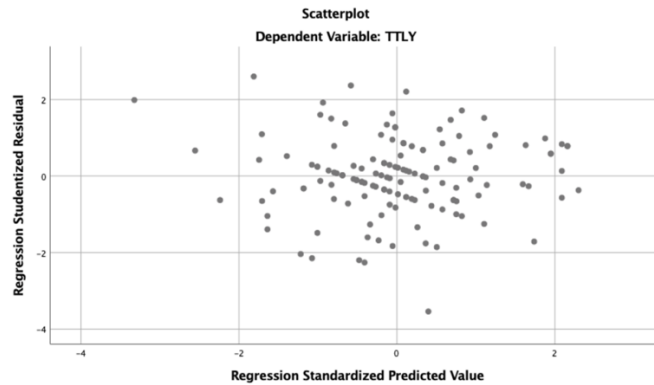


Gambar 8 Histogram

Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Hasil Nilai Kolmogorov Smirnov seperti terlihat pada Gambar 7 bernilai 0,55. Nilai ini lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti data berdistribusi normal. Selain itu, Histogram pada gambar 8 menunjukkan bentuk lonceng yang berarti data berdistribusi normal.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 9 Scatterplot

Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat terlihat dari scatterplot yang ditampilkan pada saat pengolahan data. Seperti terlihat pada gambar 9 titik-titik pada scatterplot tersebar dan tidak menumpuk pada satu area, maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas antar variabel dalam penelitian ini.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.724	1.668		.434	.665		
	TTLX1	.144	.060	.179	2.394	.018	.884	1.131
	TTLX2	.503	.077	.491	6.570	.000	.884	1.131

a. Dependent Variable: TTLY

Gambar 10 Hasil Uji Multikolinieritas

Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Gambar 10 menunjukkan hasil uji multikolinieritas dengan melihat nilai VIF. Nilai VIF untuk kedua variabel bebas adalah 1.131. Nilai ini < 10, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas pada penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Penelitian ini menguji hipotesis dengan menggunakan Uji Regresi Berganda. Hasil Uji Regresi Berganda pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.724	1.668		.434	.665		
	TTLX1	.144	.060	.179	2.394	.018	.884	1.131
	TTLX2	.503	.077	.491	6.570	.000	.884	1.131

a. Dependent Variable: TTLY

Gambar 11 Hasil Uji Regresi Berganda

Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Hasil uji regresi berganda menghasilkan model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,724 + 0,144X_1 + 0,503X_2 + e$$

Pada persamaan ini, Y mewakili variabel minat beli, X₁ mewakili variabel *Health Awareness*, dan X₂ mewakili variabel Cita Rasa. Untuk menjelaskan kemampuan variabel

bebas (X) menjelaskan perilaku variabel terikat Y, maka dilakukan uji koefisien signifikansi regresi secara parsial dan serempak (model).

Uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan atau tidak nya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat Y.

Uji Signifikansi Parsial

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.724	1.668		.434	.665	
	TTLX1	.144	.060	.179	2.394	.018	.884
	TTLX2	.503	.077	.491	6.570	.000	.884

a. Dependent Variable: TTLY

Gambar 12 Hasil Uji Regresi T

Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Pada Uji T dilakukan Uji Hipotesis dengan membanding Thitung dan Ttabel. THitung diperoleh dari *Tabel Coefficients* seperti terlihat pada gambar 12 di atas. Dari Gambar 12 diatas didapatkan bahwa nilai Thitung untuk X1 (Health Awareness) adalah sebesar 2.394 dengan nilai Sig 0,018, sedangkan nilai Thitung untuk X2 (Cita Rasa) adalah sebesar 6,570 dengan nilai Sig 0,000. Jika dibandingkan Thitung dengan Ttabel 1,65. Maka hasil pengujian Hipotesis didapat sebagai berikut:

H₀₁: *Health awareness* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

H_{a1}: *Health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

Untuk Hipotesis ini, maka H₀₁ ditolak, dan H_{a1} diterima artinya ***Health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian**

H₀₂: Cita rasa tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

H_{a2}: Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

Untuk Hipotesis ini, maka H₀₂ ditolak, dan H_{a2} diterima artinya ***Cita rasa* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian**

Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Secara Serempak

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	572.648	2	286.324	33.701
	Residual	1146.953	135	8.496	
	Total	1719.601	137		

a. Dependent Variable: TTLY

b. Predictors: (Constant), TTLX2, TTLX1

Gambar 13 Hasil Uji F

Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Setelah uji signifikansi secara parsial dilakukan, maka dilakukan uji signifikansi secara serempak dengan melihat nilai Fhitung dibandingkan dengan nilai Ftabel. Dari gambar 13 diatas terlihat bahwa nilai Fhitung nya adalah 33,701 dengan sig 0,000. Fhitung

ini lebih besar daripada Ftabel yaitu 3,06. Maka dari hasil pengujian didapatkan hasil pengujian sebagai berikut:

H₀₃ : *Health awareness* dan cita rasa secara bersama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

H_{a3} : *Health awareness* dan cita rasa secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

Untuk Hipotesis ini, H₀₃ ditolak, H_{a3} diterima yang artinya ***Health awareness* dan cita rasa secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian**

Koefisien Determinasi (R²)

Selanjutnya, untuk memperoleh informasi tentang besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, dapat dilihat pada gambar 4.13 berikut

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.323	2.915

a. Predictors: (Constant), TTLX2, TTLX1

b. Dependent Variable: TTLY

Gambar 14 Hasil Uji Koefisien R

Sumber : [Dokumentasi Penulis, 2023]

Hasil pengujian yang terlihat dalam Model Summary terlihat bahwa nilai *R Square* yang disebut juga dengan koefisien determinasi, menunjukkan angka sebesar 0,333. Angka ini berarti bahwa dalam penelitian ini besaran pengaruh yang diberikan oleh variabel *Health Awareness* (X1), variabel penggunaan Cita Rasa (X2), mempengaruhi minat beli (Y) sebesar 33,3%. Sedangkan sisanya (100%-33,3%=66,7%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

3.2 Pembahasan

Pengaruh *health awareness* terhadap minat beli makanan restoran vegetarian di Kota Batam.

Hasil Uji t parsial membuktikan bahwa *Health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian. Hal ini berarti setiap kenaikan 1 poin/ 1 nilai/ atau 1 persen dari variabel *Health awareness* akan menaikkan minat beli. Besaran kenaikan minat beli sesuai dengan persamaan regresi yaitu 0,144. Pengaruh *Health awareness* yang positif dan signifikan terhadap minat beli ini memperkuat penelitian yang telah dilakukan oleh (Muslihati & Trifiyanto, 2021); (Himawan & Tunjungsari, 2018) yang menyatakan bahwa *Health Awareness* berpengaruh terhadap minat beli produk vegetarian.

Pengaruh cita rasa terhadap minat beli konsumen makanan vegetarian di Kota Batam.

Hasil Uji t parsial membuktikan bahwa *Health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian. Hal ini berarti setiap kenaikan 1 poin/ 1 nilai/ atau 1 persen dari variabel cita rasa akan menaikkan minat beli. Besaran kenaikan minat beli sesuai dengan persamaan regresi yaitu 0,503. Pengaruh cita rasa yang positif dan signifikan terhadap minat beli ini memperkuat penelitian yang telah dilakukan yang menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andri Yusuf, Sentosa, & Marnis, 2022; Yusdistara, 2021) yang menyatakan bahwa cita rasa mempengaruhi minat beli. Hasil penelitian ini juga memperkaya objek penelitian yaitu pada produk vegetarian.

Pengaruh *health awareness* dan cita rasa terhadap minat beli makanan restoran vegetarian di Kota Batam

Hasil Uji F Simultan membuktikan bahwa *Health awareness* dan Cita rasa secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian. Hasil persamaan regresi menunjukkan persamaan $Y = 0,724 + 0,144X_1 + 0,503X_2$, Hal ini menunjukkan bahwa pada saat *Health awareness* dan cita rasa bernilai 0, maka nilai Y adalah 0,724. Selain itu, dari persamaan ini dapat dilihat bahwa variabel Cita Rasa lebih tinggi nilai pengaruh nya terhadap minat beli dibandingkan dengan variabel *Health Awareness*. Hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan angka sebesar 0,333 atau sebesar 33,3%, maka dapat dikatakan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini yaitu *Health Awareness*(X_1), dan cita rasa(X_2), terhadap minat beli makanan vegetarian sebesar 33,3% dan sisanya 66,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan di dalam model regresi.

4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. *Health awareness* konsumen vegetarian di Kota Batam dinyatakan baik dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian di Kota Batam
2. Cita rasa produk makanan vegetarian di Kota Batam dipersepsikan baik oleh konsumen serta memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli vegetarian
3. *Health awareness* dan cita rasa secara bersamaan memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian di Kota Batam .

Untuk penelitian selanjutnya, dapat melakukan penelitian dengan variabel lain yang mempengaruhi minat beli makanan vegetarian seperti religiusitas, ataupun kesadaran untuk mencintai hewan, seperti penelitian yang pernah dilakukan yang menyatakan bahwa religiusitas merupakan variabel moderasi yang berpengaruh terhadap minat beli makanan vegetarian. Religiusitas dapat dipilih karena berdasarkan hasil analisis deskriptif didapatkan kepercayaan/agama juga merupakan salah satu alasan mengkonsumsi makanan vegetarian.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal

- Andri Yusuf, M., Sentosa, E., & Marnis. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Pulu Basuki Rachmat Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 10–19.
- Chang, C., Andreanus, J., Chan, W., & Verdian, I. (2019). Aplikasi Sistem Informasi Geografis Berbasis Web Pemetaan Lokasi Tempat Makan Vegetarian di Kota Batam. *Jurnal Telematika*, 13(1), 55–60.
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2020). PENGARUH CITA RASA DAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KOPI JANJI JIWA BANDAR LAMPUNG. 1(1), 25–40.
- Himawan, & Tunjungsari, K. H. (2018). PENGARUH KESADARAN KESEHATAN DAN PRODUK MAKANAN TERHADAP MINAT BELI RESTORAN VEGETARIAN DENGAN VARIABEL MODERASI RELIGIUSITAS DI INDONESIA. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 02, 60–67.
- Irianto, H. (2015). Consumers' Attitude and Intention towards Organic Food Purchase: An Extension of Theory of Planned Behavior in Gender Perspective. *International Journal of Management Economics and Social Sciences*, 4(1), 17–31. Retrieved from <http://www.ijmess.com>

- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Maisyaroh, Fitri, A., & Qurniawati, E. F. (2022). Pengaruh Iklan Facebook Terhadap Minat Beli Siswa di Kabupaten Rokan Hulu. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 1–12.
- Manurung. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Dan Cita Rasa Makanan Terhadap Keputusan Pengunjung Wisata Danau Buatan Kelapa Gading Kisaran*. 7(September), 487–500.
- Muslihah, R. P., & Trifiyanto, K. (2021). Pengaruh Health Awareness, Green Product dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 78–86. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.765>
- Nagaraj, S. (2021). Role of consumer health consciousness, food safety & attitude on organic food purchase in emerging market: A serial mediation model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59(December), 102423. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102423>
- Rahayu, L. P., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Belanja Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(3), 538–544. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1279>
- Ramadhan, M. R., & Utami, S. (2019). Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Nilai yang Dirasakan, Keamanan Pangan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen Pizza di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 214–230.
- Shimul, A. S., Cheah, I., & Lou, A. J. (2021). Regulatory focus and junk food avoidance: The influence of health consciousness, perceived risk and message framing. *Appetite*, 166(June), 105428. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105428>
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *THE MASTER BOOK OF SPSS*. Yogyakarta: Startup.
- Sukmawati, A., Sitoayu, L., Wahyuni, Y., & Putri, V. H. (2021). Perbedaan Asupan Energi, Zat Gizi Makro dan Serat Berdasarkan Kadar Kolesterol Total pada Dewasa Muda Vegetarian di Indonesia Vegetarian Society Jakarta. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 16(1), 60. <https://doi.org/10.26714/jkmi.16.1.2021.60-72>
- Suwito, S. (2021). Studi Komparatif Konsep Vegetarian Dalam Sudut Pandang Theravāda Dan Mahāyana. *Jurnal Agama Buddha Dan Ilmu Pengetahuan*, 7(1), 23–36. <https://doi.org/10.53565/abip.v4i1.295>
- Yusdistara, W. (2021). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Reza Bakery Padangsidimpuan. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol.5,No.3(3), 112–116.

Buku

- Soegiyono. (2011). *METODE PENELITIAN, KUANTITATIF DAN R&D*. ALFABETA,cv.