

PAPER NAME

**PENGARUH HEALTH AWARENESS DAN
CITA RASA TERHADAP MINAT BELI MA
KANAN VEGETARIAN DI KOTA BATAM**

AUTHOR

Tasya Ruslina

WORD COUNT

9119 Words

CHARACTER COUNT

60517 Characters

PAGE COUNT

67 Pages

FILE SIZE

1.4MB

SUBMISSION DATE

Jan 18, 2023 10:28 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 18, 2023 10:30 AM GMT+7

● **35% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

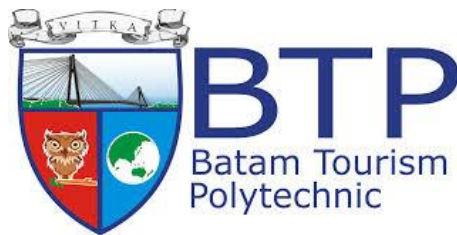
- 26% Internet database
- 9% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 27% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Small Matches (Less than 15 words)

**PENGARUH *HEALTH AWARENESS* DAN CITA RASA
TERHADAP MINAT BELI MAKANAN VEGETARIAN
DI KOTA BATAM**

1 PROYEK AKHIR



**OLEH
TASYA RUSLINA
NIM 2019030058**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KULINER
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

2022



BTP
Batam Tourism
Polytechnic

**PENGARUH *HEALTH AWARENESS* DAN CITA RASA
TERHADAP MINAT BELI MAKANAN VEGETARIAN
DI KOTA BATAM**

PROYEK AKHIR
Diajukan kepada
Politeknik Pariwisata Batam
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Diploma IV
Manajemen Kuliner

**OLEH
TASYA RUSLINA
NIM 2019030058**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KULINER
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
2022**

Proyek Akhir oleh Tasya Ruslina Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Batam,
Pembimbing,

Heri Nuryanto, S.Kom., M.SI
NIDN.1025038301

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tasya Ruslina

NIM : 2019030058

Program Studi : Manajemen Kuliner

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proyek akhir yang saya tulis ini benar benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa proyek akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Batam,

Yang membuat pernyataan

Tasya Ruslina

ABSTRAK

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir dengan judul **“Pengaruh *Health Awareness* dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Makanan Vegetarian di Kota Batam”**.⁶ Proyek akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Kuliner di Politeknik Pariwisata Batam.

Penulis menyadari bahwa selesainya proyek akhir ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang terus memberikan semangat dan bimbingan serta saran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak M. Nur A Nasution. S.Sos, M.Pd., CHA, selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian
2. Rosie Oktavia P R, MM.Par, selaku Ketua Program Studi Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian
3. Heri Nuryanto, S.Kom., M.Si⁶⁸ selaku Dosen Pembimbing Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian
4. Terima kasih kepada keluarga yang selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan proyek akhir ini.
5. Seluruh teman-teman seperjuangan Angkatan 2019 Politeknik Pariwisata Batam.
6. Terima kasih kepada Karrika Sari dan Victoria Aulora Velary yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proyek akhir ini.
7. Delisa Frananda Putri, Marilyn, Nabilla Jovanka Putri dan Syifa Nuraini yang menemani penulis dari mahasiswa baru hingga saat ini.
8. Agnes Natasya, Anatacia Wowor, Ayu Tresa, Cintya Chang, Farah Aulia, Jessyka Jonnytua Jaya, Mega Indah, Natalia Kho, Silvia

Ramadhani, Stefanny Siahaya dan Vanessa yang telah memberi dukungan positif kepada penulis untuk menyelesaikan proyek akhir ini.

9. Terima kasih banyak saya ucapkan kepada teman-teman saya Yhoana Amalis, Sella Octavia, Tanasya Meli, Miftahul Hayati dan teman-teman dari *Golden week* yang telah memberi dukungan serta motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan proyek akhir ini.
10. Terima kasih kepada Indra Laksmiana yang telah menjadi *support system* penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan proyek akhir ini.

Akhir kata, semoga proyek akhir ini dapat memberikan kontribusi positif pada keilmuan yang penulis tekuni

Hormat Saya,

Tasya Ruslina

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1. Manfaat bagi Penulis	7
1.5.2. Manfaat bagi Institusi.....	7
1.5.3. Manfaat bagi Tempat Penelitian	7
1.6 Definisi Istilah.....	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Teori <i>Health Awareness</i>	9
2.1.1. Definisi <i>Health Awareness</i>	9
2.1.2. Indikator <i>Health Awareness</i>	9
2.2. Teori Cita Rasa	11
2.3.1. Definisi Cita Rasa	11
2.3.2. Indikator Cita Rasa	12
2.3. Teori Minat Beli.....	13

2.3.1.	Definisi Minat Beli	13
2.3.2.	Indikator Minat Beli	14
2.4.	Kajian Empiris	14
2.5.	Kerangka Berpikir.....	16
2.6.	Hipotesis	16
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN		18
3.1.	Desain Penelitian.....	18
3.2.	Populasi dan Sampel	18
3.3.	Operasional Variabel	20
3.3.1.	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	20
3.3.2.	Skala Pengukuran Variabel	21
3.3.3.	Jenis Data	22
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4.1.	Kuesioner (Daftar Pertanyaan).....	22
3.4.2.	Wawancara.....	23
3.4.3.	Observasi	23
3.4.4.	Dokumen	23
3.5.	Teknik Analisis Data.....	24
3.5.1.	Analisis Deskriptif	24
3.5.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.5.2.1.	Uji Validitas.....	26
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas	27
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	28
3.5.4.	Uji Regresi Linier Berganda	29
3.6.	Lokasi dan Waktu Penelitian	31
DAFTAR PUSTAKA		32
LAMPIRAN.....		54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Empiris	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	20
Tabel 3.2 Skala Numerik LSR	25
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Health Awareness</i>	26
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa	26
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	27
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	16
24 Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	33
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Gambar 4. 6 Restoran yang Sering Dikunjungi	35
Gambar 4. 7 Alasan Konsumsi Makanan Vegetarian	36
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	38
Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	39
Gambar 4. 10 ScatterPlot	39
Gambar 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	40
Gambar 4. 12 Hasil Uji Persamaan Regresi.....	40
Gambar 4. 13 Model Summary	41
Gambar 4. 14 Uji Anova	43

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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). Vegetarian dikonsumsi oleh orang-orang karena berbagai alasan. dimulai dari menjauhkan persentase polusi, hingga mencegah terjadi pemburuan hewan (Chang, Andreanus, Chan, & Verdian, 2019). Alasan-alasan tersebut semakin hari menambah jumlah konsumen makanan vegetarian.

Perilaku konsumsi makanan vegetarian biasanya dikaitkan dengan Kesehatan (Suwito, 2021). 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. *Health Awareness* merupakan salah satu penunjang mulai maraknya konsumen makanan vegetarian.

Peningkatan jumlah masyarakat yang mulai menerapkan pola hidup vegetarian, meningkatkan minat beli masyarakat terhadap makanan vegetarian. ⁹Minat beli adalah sebuah perasaan untuk membeli oleh konsumen yang timbul setelah konsumen melakukan kegiatan pra-pembelian. Kegiatan prapembelian bisa berbentuk konsumen mencari tahu apa kebutuhannya serta

produk yang bisa memadai kebutuhan konsumen tersebut (Septyadi, Salamah, & Nujiyatillah, 2022).

Kota Batam merupakan salah satu kota yang masyarakatnya mulai banyak mengadopsi gaya hidup vegetarian sehingga tempat-tempat makan vegetarian dapat dengan mudah ditemukan seperti *cafe*, kedai kopi, *food court* ataupun restoran (Chang et al., 2019). Restoran vegetarian di Batam juga tersebar diberbagai daerah, banyak pilihan restoran dengan menu yang berbeda, banyak turis asing dan turis lokal mengunjungi restoran vegetarian, restoran vegetarian menawarkan beraneka menu yang bervariasi dengan makanan sehat. Restoran vegetarian di Kota Batam banyak ditemukan di daerah sungai panas antara lain Smart Vegetarian, Fortunate Taste Vegetarian, Nice Vegetarian, Mei Xiang Vegetarian, Lucky Veggie, Lotus Vegetarian, Pondok Vigen Vegetarian, RM Padang Metta Vegetarian, Taman Beruntung Vegetarian, Sweet Veggie, dan masih banyak lagi.

Penulis melakukan observasi di beberapa restoran vegetarian, terlihat bahwa pada jam-jam tertentu, restoran vegetarian tersebut ramai dikunjungi konsumen seperti terlihat pada gambar 1.1. Konsumen yang berdiskusi dengan penulis menceritakan bahwa dirinya mulai rutin mengonsumsi 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.



Sumber : Penulis, 2022

Gambar 1. 1 Suasana Restoran Vegetarian

Selain *health awareness*, hal lain yang berkaitan dengan minat beli makanan vegetarian adalah cita rasa dari makanan vegetarian tersebut, ²³ Cita rasa merupakan sebuah atribut yang terdiri dari penampakkan, 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 1.2.



Sumber : Penulis, 2022

Gambar 1. 2 Makanan Olahan Vegetarian

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 jamur kaki. Tekstur Rendang Daging Vegetarian serupa dengan rendang daging biasa yaitu berserat. Sementara untuk bumbu rendang dapat dikatakan mirip dengan rendang non vegetarian.

Salah satu pengunjung yang sempat diwawancarai oleh penulis menyatakan bahwa rasa penasaran akan cita rasa makanan vegetarian menjadi salah satu alasan untuk mulai mencoba makanan vegetarian. Ketika makanan dirasa cocok, maka konsumen akan berminat untuk terus membeli dan mengonsumsi makanan vegetarian tersebut. Selain itu, kemiripan makanan dimulai dari tekstur, rasa, dan bentuk juga membuat konsumen berminat untuk membeli makanan vegetarian.

Salah satu restoran penyaji makanan vegetarian mengatakan bahwa biasanya restoran 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 mengatakan bahwa selain menjual, melalui makanan vegetarian mereka mengkampanyekan pengurangan emisi karbon akibat pembunuhan hewan. Harapannya masyarakat bisa lebih sadar dalam mengonsumsi makanan sehingga turut berkontribusi dalam menjaga alam. Namun hingga saat ini, belum ada penelitian terkait tingkat kesadaran kesehatan konsumen yang menyebabkan

konsumen mau mengkonsumsi makanan vegetarian, juga terkait dengan cita rasa makanan vegetarian.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Health Awareness* dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Makanan Vegetarian Di Kota Batam”**.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi fokus dan terarah maka peneliti membatasi penelitian ini dalam ruang lingkup sebagai berikut:

1. Variabel *health awareness* akan diukur dengan integrasi perilaku kesehatan, pencarian dan penggunaan informasi, *health awareness* konsumen, motivasi kesehatan, dan tanggung jawab atas kesehatan diri.
2. Variabel cita rasa akan diukur dengan menggunakan penampakan, rasa, bau, tekstur, dan suhu.
3. Variabel Minat Beli yang akan diukur pada penelitian ini meliputi minat beli transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif;
4. Objek Penelitian ini adalah masyarakat Kota Batam yang rutin mengkonsumsi makanan vegetarian dan menjadi konsumen restoran vegetarian sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan pada penelitian ini.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *health awareness* konsumen makanan vegetarian di Kota Batam?
2. Bagaimana cita rasa produk makanan vegetarian di Kota Batam dipersepsikan oleh konsumen?
3. Bagaimana Minat Beli konsumen makanan vegetarian di Kota Batam?
4. Bagaimana pengaruh *health awareness* terhadap minat beli makanan restoran vegetarian di Kota Batam?
5. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap minat beli makanan vegetarian di Kota Batam?
6. Bagaimana pengaruh *health awareness* dan cita rasa terhadap minat beli konsumen makanan vegetarian di Kota Batam?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah, yaitu untuk mengetahui:

1. *Health awareness* konsumen makanan vegetarian di Kota Batam.
2. Persepsi konsumen terkait cita rasa produk makanan vegetarian di Kota Batam.
3. Minat beli konsumen makanan vegetarian di Kota Batam.

4. Bagaimana pengaruh *health awareness* terhadap minat beli makanan restoran vegetarian di Kota Batam.
5. Bagaimana pengaruh cita rasa terhadap minat beli konsumen makanan vegetarian di Kota Batam.
6. Bagaimana pengaruh *health awareness* dan cita rasa terhadap minat beli makanan restoran vegetarian di Kota Batam.

¹1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat bagi Penulis

Peneliti diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan dan pengalaman terkait permasalahan yang diteliti. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan diploma IV program studi manajemen studi kuliner di Politeknik Pariwisata

1.5.2. Manfaat bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian teori terkait dengan variabel penelitian yaitu *health awareness*, cita rasa, dan minat beli khususnya makanan vegetarian dan juga hasil penelitian dapat menjadi acuan peneliti selanjutnya.

¹1.5.3. Manfaat bagi Tempat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi tempat penelitian agar dapat mengetahui gambaran tingkat *health awareness*, cita rasa, dan minat beli konsumen makanan

1.6 Definisi Istilah

Penulis akan terlebih dahulu menerangkan beberapa pengertian penting yang berhubungan dengan judul penelitian, antara lain:

1. *Health Awareness*

*Health Awareness*¹ adalah suatu bentuk kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan termotivasi untuk menjaga dan mempertahankan kesehatan dan meningkatkan kualitas hidup dengan cara menerapkan pola hidup.

2. *Cita Rasa*

Cita rasa adalah sebuah atribut yang terdiri dari tampilan, rasa, bau, tekstur, serta suhu yang dapat membentuk kerjasama kelima macam indra.

3. *Minat Beli*

Minat Beli adalah sebuah perasaan untuk membeli oleh konsumen yang timbul setelah konsumen melakukan kegiatan pra-pembelian tertentu.

4. *Vegetarian*

¹⁰Vegetarian adalah orang yang hidup dari mengonsumsi produk yang berasal dari tumbuhan (nabati) dengan atau tanpa susu dan telur, tetapi secara keseluruhan menghindari untuk mengonsumsi daging, unggas, dan hewan laut

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori *Health Awareness*

2.1.1. Definisi *Health Awareness*

Health Awareness adalah keadaan yang berkaitan dengan evaluasi untuk melakukan hidup sehat (Becker, Kirscht, Haefner, & Drachman: 1977 dalam Ramadhan & Utami, 2019). *Health awareness* 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).

Hong menyatakan bahwa *health awareness* adalah tanggapan yang berdasarkan individu yang termotivasi agar menerapkan untuk sehat (Hong : 2011 dalam Himawan & Tunjungsari, 2018).

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Health Awareness* merupakan bentuk *health awareness* yang meliputi pilihan makanan yang bertujuan untuk menerapkan gaya hidup sehat, usaha untuk mempertahankan gaya hidup ,dan menghindari dari berbagai penyakit

2.1.2. Indikator *Health Awareness*

Adapun indikator menurut Ramadhan & Utami (2019) untuk mengukur *health awareness* yaitu:

1. Integrasi perilaku kesehatan

Integrasi perilaku kesehatan merupakan perilaku yang memiliki rasa takut untuk sakit, memperhatikan kesehatan dan memperhatikan gizi makanan yang dikonsumsi.

2. Pencarian dan penggunaan informasi

Pencarian dan penggunaan informasi adalah tindakan seseorang untuk mencari informasi gizi dalam makanan yang dikonsumsi.

3. Motivasi kesehatan

Motivasi kesehatan adalah motivasi untuk menjaga kesehatan dengan cara menghindari makanan yang tidak sehat

Pengukuran terhadap *Health Awareness* juga dapat dilakukan dengan mengukur indikator berikut: (Irianto, 2015; Nagaraj, 2021; Shimul, Cheah, & Lou, 2021):

1. Pemilihan makanan yang hati-hati untuk kesehatan
2. *Health awareness* konsumen
3. Pengorbanan untuk mengkonsumsi makanan sehat
4. Pengetahuan terhadap makanan sehat
5. Tanggung jawab atas kesehatan diri

Berdasarkan beberapa sumber yang disampaikan di atas, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator gabungan dari teori diatas yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian:

1. Integrasi perilaku kesehatan
2. Pencarian dan penggunaan Informasi

3. *Health awareness* konsumen
4. Motivasi kesehatan
5. Tanggung jawab atas kesehatan diri

2.2. Teori Cita Rasa

2.3.1. Definisi Cita Rasa

Cita rasa merupakan bagaimana cara memilih makanan atau minuman yang dapat dibedakan dari rasa (Drummond & Brefere, 2010) dalam (Maimunah, 2020). 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).

Menurut Shahrudin et al. (2011) dalam (Dilasari & Yosita, 2020) cita rasa adalah suatu ciri produk makanan atau minuman yang memiliki khas produk tersebut. Rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima panca indera manusia, yaitu perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa cita rasa menjadi salah satu faktor pendorong konsumen untuk mengkonsumsi makanan atau minuman dengan keragaman persepsi alamiah yang dipengaruhi oleh beberapa faktor.

2.3.2. Indikator Cita Rasa

Berdasarkan pendapat (Drummond & Brefere, 2010) ada lima indikator yang bisa mempengaruhi adanya, yaitu penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu.

1. Penampakan

Penampakan atau penyajian makanan adalah hal yang mempengaruhi konsumen karena mampu menimbulkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk.

2. ¹ Bau

Bau adalah suatu komponen dari cita rasa pada makanan atau minuman yang dapat memberikan sebuah aroma juga bisa mengetahui dari adanya rasa yang terdapat di makanan tersebut.

3. Rasa

Rasa adalah sensasi yang dirasakan oleh pengecap di lidah (papila) berupa manis, asin, asam, pahit.

4. Tekstur

Tekstur merupakan bentuk perpaduan dari senyawa yang terkandung dalam produk makanan berupa kasar atau halus, kasar atau lembut yang merupakan karakteristik dari suatu konsistensi.

5. Suhu

Suhu adalah temperatur atau derajat panas dan dingin suatu zat. Suhu makanan ¹ memegang peranan penting dalam

penentuan cita rasa makanan, temperatur makanan harus sesuai dengan jenis makanan dan berdasarkan teknik pengolahannya

2.3. Teori Minat Beli

2.3.1. Definisi Minat Beli

⁴⁶ Menurut Kotler dan Susanto (2000) dalam (Latief, 2018) Minat beli merupakan dampak internal yang memotivasi tindakan, di mana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk. Minat beli adalah tingkatan konsumen membuat pilihan beberapa merek tergabung dalam suatu perangkat pilihan kemudian melakukan tindakan pembelian pada suatu perangkat pilihan kemudian pada akhirnya melakukan pembelian pada suatu alternatif yang paling disukai atau proses konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pandangan (Sukmawati dan Suyono : 2012 dalam Muslihati & Trifiyanto, 2021)

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). Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh kedua belah pihak untuk mendapatkan keuntungan termasuk barang atau jasa

¹ 2.3.2. Indikator Minat Beli

Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator sebagai berikut (Ferdinand, 2002):

1. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk.
2. Minat refrensial yaitu kecenderungan seseorang untuk dapat merefrensikan produk kepada orang lain
3. Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat digantikan jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya
4. Minat eksploratif yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut (Latief, 2018)

2.4. Kajian Empiris

Kajian Empiris dilakukan untuk mengkaji penelitian-penelitian terdahulu yang telah ada sebelumnya berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini. Kajian empiris dapat terlihat pada tabel 2.1 berikut:

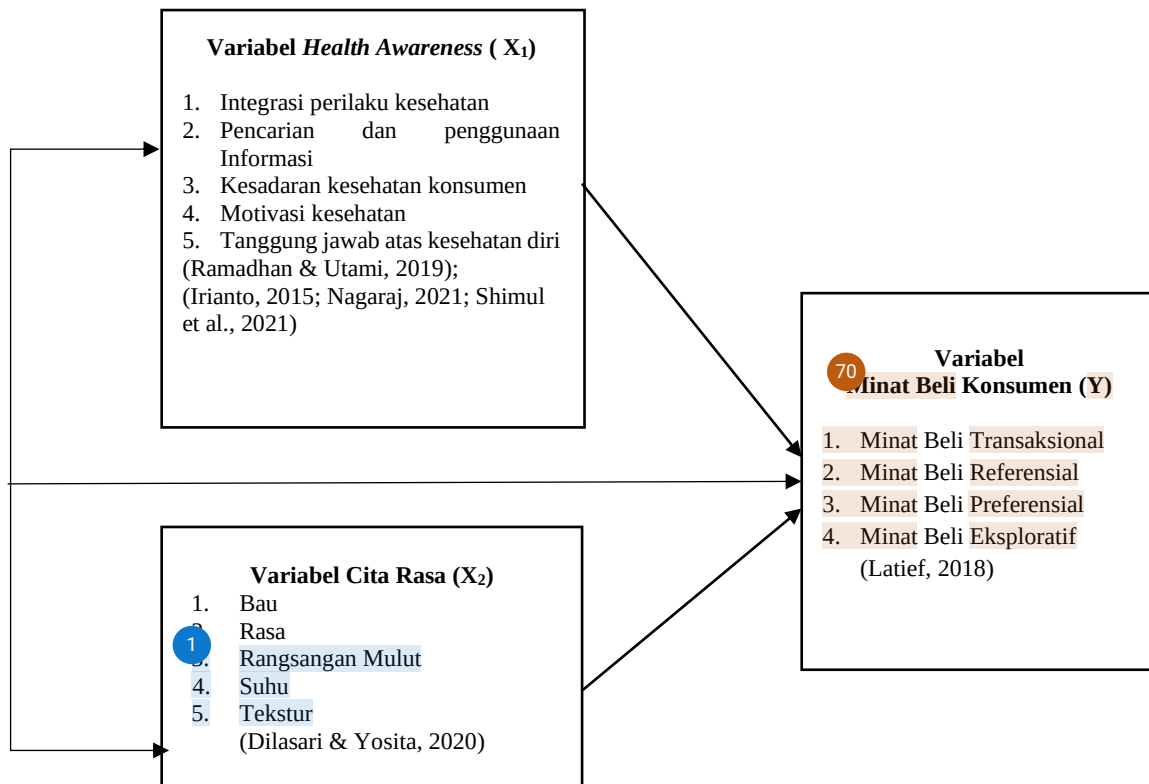
Tabel 2.1 Kajian Empiris

Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian
--------------------	------------------	------------------	------------------

(Septyadi et al., 2022)	Literatur Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone : Harga dan Promosi	Keputusan pembelian mempengaruhi niat pembelian. Semakin tinggi kemauan untuk membeli, konsumen semakin bertekad untuk membeli suatu produk atau jasa	Penelitian ini berfokus pada harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.
(Aruan ⁵⁴ & Engelica, 2022)	Pengaruh Suasana Restoran, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Restoran Vegetarian Di Kota Batam	Disimpulkan bahwa semua variabel terbukti positif dan signifikan	Penelitian ini berfokus pada suasana restoran, kualitas pelayanan, dan kualitas makanan terhadap niat berkunjung kembali dengan metode asosiatif.
(Maisyaroh et al., 2022)	Pengaruh Iklan Facebook Terhadap Minat Beli Siswa di Kabupaten Rokan Hulu	Disimpulkan bahwa semua variabel terbukti positif dan signifikan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berfokus pada pengaruh iklan Facebook terhadap minat beli siswa di Kabupaten Rokan Hulu.
(Muslihati & Trifiyanto, 2021)	Pengaruh <i>Health Awareness</i> , <i>Green Product</i> , <i>Perceived Quality</i> Terhadap Minat Beli	⁶⁶ Variabel <i>Health Awareness</i> , <i>Green Product</i> , dan <i>Perceived Quality</i> secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli Product Jamu Herbal Tradisional sedangkan variabel <i>Green Product</i> tidak memiliki pengaruh positif serta tidak signifikan.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap <i>health awareness</i> , <i>green product</i> , <i>perceived quality</i> terhadap minat beli.
(Sulmawati et al., 2021)	Perbedaan Asupan Energi, Zat Gizi dan Serat Berdasarkan Kadar Kolesterol Total Pada Dewasa Muda Vegetarian di Indonesia Vegetarian Society Jakarta	¹⁰ Hasil penelitian ini menunjukkan ada perbedaan asupan energi, protein, lemak, karbohidrat berdasarkan kadar kolesterol total normal dan tidak normal, sedangkan asupan serat dinyatakan tidak ada perbedaan.	Penelitian ¹⁰ ini berfokus pada asupan energi, zat gizi, dan serat kadar kolesterol total pada dewasa muda vegetarian di Indonesia Vegetarian Society Jakarta.

2.5. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini disusun secara sistematis seperti terlihat pada gambar 2.1 berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.6. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang diajukan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- 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
- 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
- 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 tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian dengan cara mengumpulkan data-data berbentuk angka yang dapat dihitung, angka-angka yang diperoleh inilah yang akan digunakan untuk melakukan analisa keterangan (Soegiyono, 2013) . Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji sampel tertentu dari populasi melalui instrumen penelitian dalam pengumpulan data, dan analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik kuantitatif untuk menguji hipotesis menurut (Soegiyono, 2013) dalam (Lestari & Novitaningtyas, 2021). Menurut (Soegiyono, 2011) menyatakan bahwa pengertian asosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut (Soegiyono, 2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui jumlahnya, Oleh karena itu penulis menetapkan kriteria populasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Berusia Minimal 17 tahun
2. Rutin mengkonsumsi makanan vegetarian minimal 1x dalam seminggu
3. Merupakan konsumen dari salah satu atau lebih restoran vegetarian di Kota Batam

Menurut (Soegiyono, 2011) ¹⁹ sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat mengambil sampel yang diambil dari populasi itu. Dan sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

Pada penelitian ini penentuan jumlah sampel akan menggunakan Hair. Rumus hair menyatakan besar sample minimal 5-10 pengamatan untuk setiap parameter (Rahayu & Susanti, 2022). dikarenakan jumlah parameter pengukuran dalam penelitian ini terdapat 14 indikator, maka jumlah sampel yang dibutuhkan minimal **10 x 14 = 140 sampel**.

Dalam pengambilan sampel ini menggunakan teknik ⁶⁹ *simple random sampling*. *Simple Random Sampling* adalah teknik sampling dimana setiap elemen dari populasi mempunyai peluang yang sama dan diketahui untuk terpilih menjadi subjek. (Wibisono, 2013)

3.3. Operasional Variabel

3.3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat.

Operasionalisasi masing-masing variabel dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Skala	No Item
VARIABEL BEBAS			
<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	Likert	P 01-02
	2. Pencarian dan penggunaan Informasi		P 03
	3. <i>Health awareness</i> konsumen		P 04
	4. Motivasi kesehatan		P 05-06
	5. Tanggung jawab atas kesehatan diri		P 07
Cita rasa adalah atribut makanan yang meliputi penampakan, aroma, rasa, tekstur dan suhu, dalam menciptakan cita	1. Bau	Likert	P 08
	2. Rasa		P 09
	3. Rangsangan Mulut		P 10
	4. Suhu		P 12

rasa yang baik harus menggunakan bahan baku masih baru, segar dan bersih, juga memiliki juru masak yang handal atau berpengalaman (Manurung, 2020).	5. Tekstur		P 11
Variabel Terikat			
Minat beli adalah suatu kegiatan dari pemikiran pembeli untuk membeli beberapa unit sampai jumlah tertentu dan beberapa merek yang tersedia dalam periode waktu (Maisyaroh et al., 2022).	1. Minat Beli Transaksional 2. Minat Beli Referensial 3. Minat Beli Preferensial 4. Minat Beli Eksploratif	Likert	P 13 P 14 P 15 P 16

3.3.2. Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dimana jawaban sudah tersedia sehingga responden tidak dapat mengubah atau menambahkan jawaban lain dan memudahkan pengolahan data. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut (Soegiyono, 2011) skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ini telah ditetapkan

oleh peneliti secara spesifik yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

3.3.3. Jenis Data

a. Data Primer

Pengumpulan dan analisis data dilakukan secara langsung pada subjek penelitian melalui observasi langsung dan pengumpulan dokumen (Mide & Masnur, 2021). Data primer didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber, data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara dengan konsumen vegetarian dan hasil observasi lapangan.

b. Data Sekunder

Menurut (Istiawati, 2022)⁵³ data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai laporan jurnal dan referensi serta ketentuan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah jurnal dan buku.

⁴ 3.4. Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Kuesioner (Daftar Pertanyaan)

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat kuesioner atau pertanyaan tertulis kepada responden (Soegiyono, 2011). Kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen secara

random. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan berupa kuesioner yang berkaitan dengan objek diteliti yaitu *health awareness*, cita rasa, dan minat beli.

4 3.4.2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan masalah yang perlu diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Soegiyono, 2011).

3.4.3. Observasi

Menurut (Soegiyono, 2011) ²⁵ Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang detail apabila dibandingkan dengan teknik yang lain, seperti wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang maka 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.

3.4.4. Dokumen

²⁷ Menurut Sugiyono (2014: 227) dalam (Hartono, 2021) teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi yaitu mengumpulkan data melalui dokumen dokumen serta cenderung

menjadi sebuah data yang bersifat sekunder. Penggunaan metode dokumentasi bertujuan untuk memperoleh data variabel berupa memo, surat kabar, dan lainnya. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti melakukan survey ke beberapa restoran vegetarian di Kota Batam.

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari keseluruhan responden atau sumber data terkumpul. (Sujarweni & Utami, 2019)

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik yang berasal dari suatu sampel (Sujarweni & Utami, 2019).

Statistik deskriptif akan menggunakan metode *likert summated ratin*.

Metode *Likert's Summated Ratin* (LSR) merupakan metode pengukuran sikap (*attitude*) yang banyak digunakan dalam penelitian sosial. LSR sangat bermanfaat untuk membandingkan skor sikap seseorang dengan distribusi skala (Furkonudin, 2016: 2.3-7–2.3-12)

Rumus yang digunakan dalam LSR adalah:

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Rumus 3. 1 *Likert's Summated Ratin*

Keterangan:

RS = Rentang Skala

m = Angka tertinggi dalam pengukuran

n = Angka terendah dalam pengukuran

b = Banyaknya kelas/kategori yang dibentuk

Perhitungan LSR untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Diketahui:

m = 5

n = 1

b = 5

maka,

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan rentang skala 0,8, maka skala numerik yang akan digunakan untuk interpretasi data dijelaskan pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Numerik LSR

No.	Rentang Skala	Intepretasi Data
1	4,5 – 5,0	Sangat Setuju / Sangat Baik
2	3,5 – 4,2	Setuju / Baik
3	2,7 – 3,4	Netral
4	1,9 – 2,6	Tidak Setuju / Tidak Baik
5	1 – 1,8	Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Baik

Skor = Jumlah Total masing-masing variabel

Rata-rata = Skor dibagi dengan jumlah responden

3.5.2. Uji¹⁷ Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji data primer dimana data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner yang berbentuk pertanyaan-pertanyaan, untuk memastikan pertanyaan yang dibuat sudah layak, maka perlu dilakukan uji ini.

3.5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan item pertanyaan yang digunakan dalam¹⁸ penelitian. Validitas diukur dengan nilai r . Kriteria jika r hitung $> r$ table = butir pertanyaan valid. Jika r hitung $< r$ tabel = butir pertanyaan tidak valid. Cara mencari r tabel (ada dilampiran tabel r) dimana $df = n-2$ dengan sig 5%.

Berikut merupakan hasil uji validitas dari masing-masing variabel seperti terlihat pada tabel 3.3; tabel 3.4; dan tabel 3.5

Tabel 3.3²² Hasil Uji Validitas Variabel *Health Awareness*

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Pernyataan 1	0,429	0,312	Valid
Pernyataan 2	0,678	0,312	Valid
Pernyataan 3	0,534	0,312	Valid
Pernyataan 4	0,586	0,312	Valid
Pernyataan 5	0,	0,312	Valid
Pernyataan 6	0,694	0,312	Valid
Pernyataan 7	0,646	0,312	Valid

Tabel 3.4¹¹ Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Pernyataan 1	0,325	0,312	Valid
Pernyataan 2	0,555	0,312	Valid
Pernyataan 3	0,369	0,312	Valid
Pernyataan 4	0,562	0,312	Valid
Pernyataan 5	0,530	0,312	Valid

11
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Pernyataan 1	0,590	0,312	Valid
Pernyataan 2	0,646	0,312	Valid
Pernyataan 3	0,689	0,312	Valid
Pernyataan 4	0,700	0,312	Valid

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

31 3.5.2.2. 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* 17

Kriteria :

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

Jika α Cronbach

's > 0,70 maka reliabel

Berikut merupakan hasil uji validitas dari masing-masing variabel seperti terlihat pada tabel 3.6

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Penentu	Hasil
Health Awareness	0,821	0,70	Reliabel
Cita Rasa	0,704	0,70	Reliabel
Minat Beli	0,828	0,70	Reliabel

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

a. 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):

Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

b. 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.

49

c. Gejala Multikolinieritas

Pendeteksi terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis Regresi. Jika nilai $VIF > 10$ maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi

28

3.5.4. 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:

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

18

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*.

2

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linier sederhana). 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. Sementara itu r^2 mengukur kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan presentasi variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). Lebih lanjut, r adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linier diantara dua variabel, nilai nya dapat negatif dan positif. Sementara itu, 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.

2. 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 T 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

3. Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Regresi Secara Serempak

3 Uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut dengan uji model. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji serempak adalah nilai F_{hitung} yang dihasilkan dari rumus yang telah dijelaskan sebelumnya. Karena nilai F_{hitung} berhubungan erat dengan nilai koefisien determinasi (R^2) maka pada saat melakukan uji F, sesungguhnya menguji signifikansi koefisien determinasi (R^2). Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata dan bukan terjadi karena kebetulan. Dengan kata lain, berapa persen variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara serempak (bersama-sama), dijawab oleh koefisien determinasi (R^2), sedangkan signifikan atau tidak yang sekian persen itu, dijawab oleh uji F. Berdasarkan asumsi ini, nilai koefisien determinasi (R^2) dan uji F menentukan baik tidaknya model yang digunakan. Makin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) dan signifikan maka semakin baik model

3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di restoran-restoran vegetarian yang berada di Kota Batam, selama kurun waktu penelitian yaitu Agustus 2022-Januari 2023.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

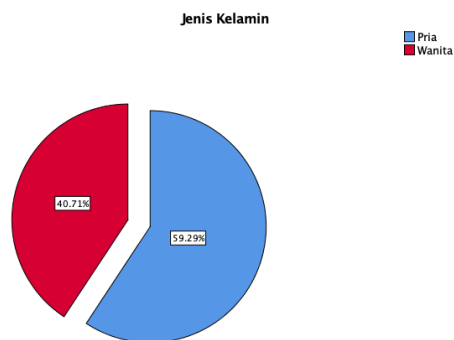
4.1. Hasil Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner. Jumlah total kuisisioner yang disebar adalah 140 kuisisioner. Penyebaran kuisisioner dilakukan pada rentang waktu Desember 2022-Januari 2023. Kuisisioner disebar di beberapa wilayah Kota Batam yang terdapat rumah makan vegetarian.

Hasil olahan data kuisisioner dijabarkan sebagai berikut:

a. Hasil Analisis Deskriptif

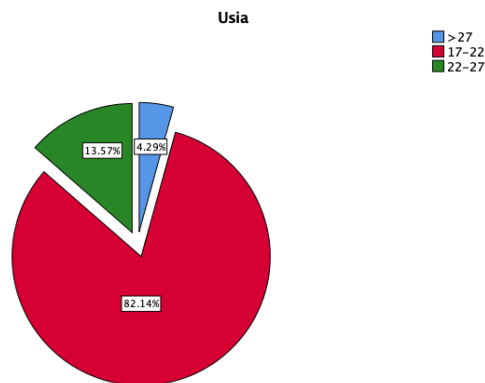
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.1 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.

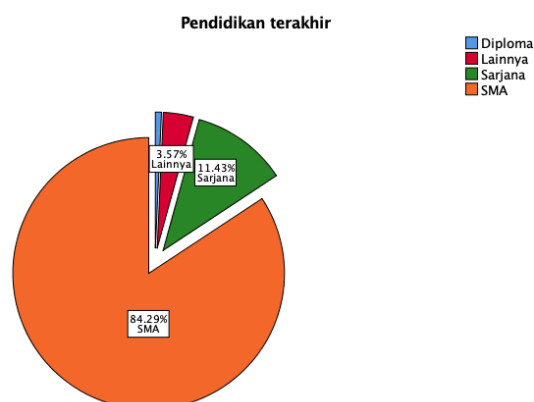
2. Profil Responden Berdasarkan Usia



Gambar 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.2 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. Responden yang mendominasi dalam penelitian ini adalah dengan rentang usia 17-22 tahun. Hal ini sesuai dengan profil pekerjaan responden di yang didominasi oleh mahasiswa.

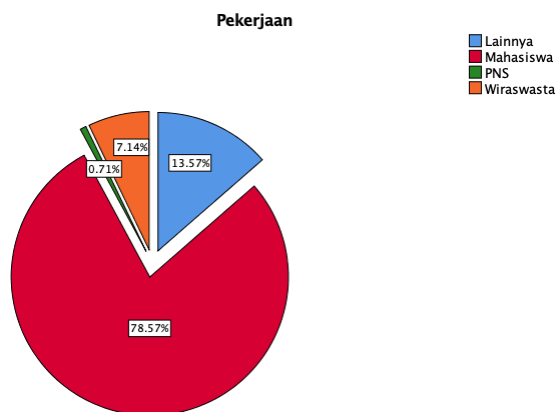
3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir Responden pada penelitian ini seperti terlihat di gambar 4.3 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%. Hal ini juga terkait dengan profil responden lainnya yaitu usia responden dan juga pekerjaan responden yang mayoritas adalah mahasiswa.

4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

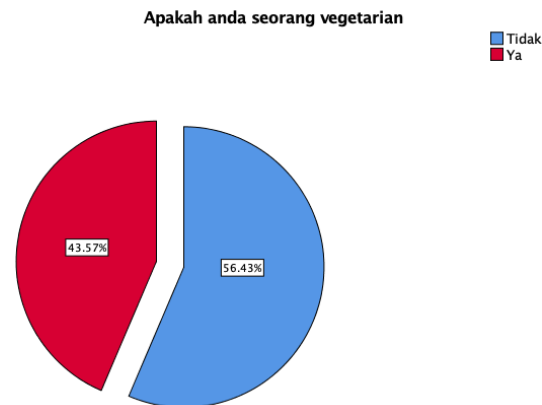


Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden pada penelitian ini didominasi oleh Mahasiswa sebanyak 78,57% seperti terlihat pada gambar 4.4 diatas, kemudian 7,14% memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta, 0,71% memiliki pekerjaan sebagai PNS, dan 7,14% pekerjaan lainnya. Berdasarkan pengalaman peneliti menyebarkan kuisisioner, Restoran vegetarian yang ramai dikunjungi berada di area sekolah mulai dari tingkat SD sampai dengan Universitas, namun dikarenakan kategori responden yang dapat

mengisi kuisioner adalah di tingkat universitas, sehingga pekerjaan yang mendominasi adalah mahasiswa.

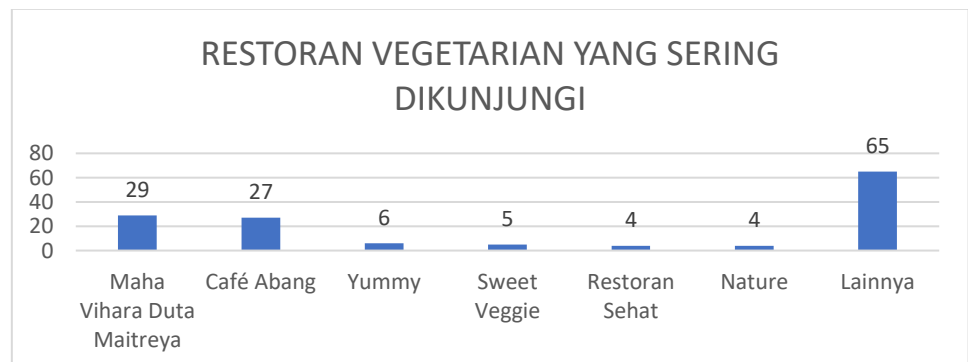
5. Profil Responden Berdasarkan Kategori Vegetarian



Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden penelitian ini seperti terlihat pada gambar 4.5 didominasi oleh Vegetarian sebesar 56,43%, kemudian sisanya 43,57% bukan Vegetarian. Hal ini dapat disebabkan karena kebanyakan konsumen makanan vegetarian adalah umat Buddha Maitreya yang menganjurkan bervegetarian.

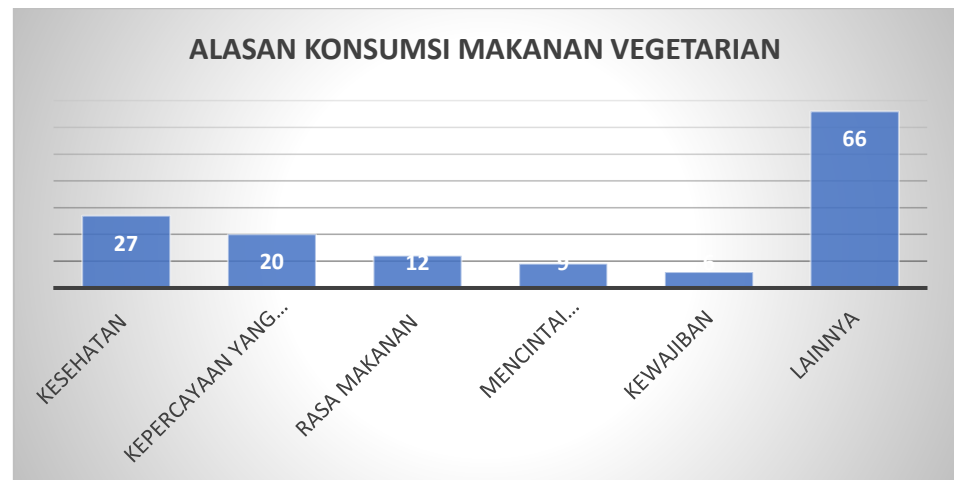
6. Restoran Vegetarian yang Sering Dikunjungi



Gambar 4. 6 Restoran yang Sering Dikunjungi

Gambar 4.6 menunjukkan bahwa Maha Vihara Duta Maitreya, Café Abang, Yummy, Sweet Veggie, Restoran Sehat, dan Nature merupakan restoran yang sering dikunjungi responden untuk menikmati makanan vegetarian. Berdasarkan hasil pengamatan penelitian Maha Vihara Duta Maitreya, Café Abang, Sweet Veggie, Restoran Sehat berada di satu lingkungan yang berdekatan yaitu wilayah Sungai Panas, sementara Nature di wilayah Lubuk Baja.

7. Alasan Mengkonsumsi Vegetarian



Gambar 4. 7 Alasan Konsumsi Makanan Vegetarian

Kesehatan merupakan alasan tertinggi responden mengkonsumsi makanan vegetarian. Alasan tertinggi kedua adalah Kepercayaan/Keyakinan pada aturan Agama. Selain itu, Rasa makanan vegetarian juga membuat responden mau mengkonsumsi makanan vegetarian. Mencintai Mahluk Lain (tidak Mau Membunuh binatang) juga menjadi alasan responden mengkonsumsi makanan vegetarian,

dan tunduk pada kewajiban bervegetarian juga menjadi alasan responden mengkonsumsi makanan vegetarian.

8. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Jml	Rata	Interpretasi
<i>Health Awareness</i>									
1	Saya memiliki rasa khawatir akan kesehatan saya sehingga selalu memperhatikan makanan yang saya konsumsi	2	8	48	53	29	519	3,707	Setuju
2	Saya selalu memperhatikan gizi dari makanan yang saya konsumsi	2	17	62	41	18	476	3,400	Setuju
3	Saya selalu mencari tahu mengenai gizi dari makanan yang saya konsumsi	9	25	56	41	9	436	3,114	Setuju
4	Saya selalu sadar dengan Kesehatan dalam mengkonsumsi makanan	2	14	43	64	17	500	3,571	Setuju
5	Saya selalu menghindari makanan yang tidak sehat	7	26	61	28	18	444	3,171	Setuju
6	Saya selalu berusaha termotivasi untuk menjaga kesehatan dalam pemilihan makanan yang saya konsumsi	2	13	49	48	28	507	3,621	Setuju
7	Saya selalu berusaha termotivasi untuk menjaga kesehatan dalam pemilihan makanan yang saya konsumsi	2	1	29	54	54	577	4,121	Setuju
Rekapitulasi <i>Health Awareness</i>		26	208	1044	1316	865	3459	3,530	BAIK
<i>Cita Rasa</i>									
8	Saya selalu tertarik dengan penyajian makanan di restoran vegetarian	4	7	54	51	24	504	3,600	Setuju
9	Makanan yang disajikan di restoran vegetarian memiliki rasa yang sesuai dengan minat konsumen	1	10	58	52	19	498	3,557	Setuju
10	Makanan yang disajikan di restoran vegetarian memiliki rasa (Manis, Asin, Pahit, Asam) yang sesuai dengan selera konsumen	1	10	43	59	27	521	3,721	Setuju
11	Makanan yang disajikan di restoran vegetarian memiliki konsistensi tekstur (kasar atau lembut) yang baik	2	7	54	57	20	506	3,614	Setuju
12	Suhu makanan vegetarian yang disajikan sesuai dengan jenis makanan yang disajikan	3	10	54	54	19	496	3,543	Setuju
Rekapitulasi <i>Cita Rasa</i>		11	88	789	1092	545	2525	3,607	BAIK
<i>Minat Beli</i>									
13	Saya selalu tertarik untuk membeli produk vegetarian	4	13	62	35	26	486	3,471	Setuju
14	Saya selalu bersedia merekomendasikan produk vegetarian kepada orang lain	5	15	62	41	17	470	3,357	Setuju
15	Saya selalu memilih produk vegetarian dibandingkan dengan produk yang lain	11	19	58	27	25	456	3,257	Setuju

16	Saya selalu mencari informasi mengenai produk vegetarian	11	18	54	38	19	456	3,257	Setuju
Rekapitulasi Minat Beli		31	130	708	564	435	1868	3,336	Netral
Total		68	426	2541	2972	1845	7852	3,491	BAIK

Hasil analisis deskriptif variabel penelitian pada tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa tingkat *Health Awareness* responden pada penelitian ini Baik dengan nilai rata-rata 3,530, kemudian persepsi Responden terkait cita rasa produk makanan vegetarian dipersepsikan Baik dengan nilai rata-rata 3,607, dan Minat Beli makanan vegetarian Dipersepsikan Netral/Cukup dengan nilai rata-rata 3,336.

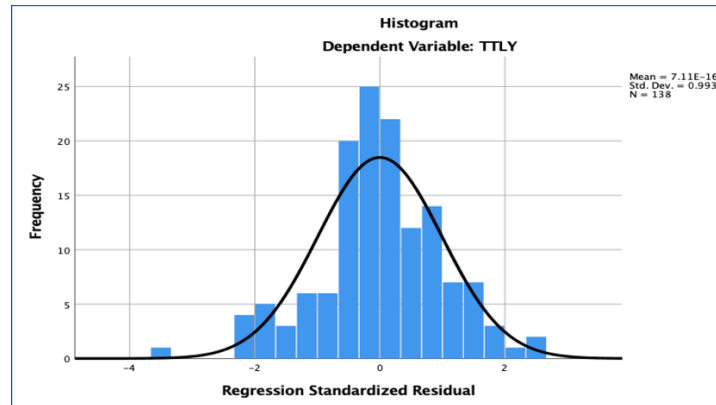
b. Hasil Uji Pengaruh

1. 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

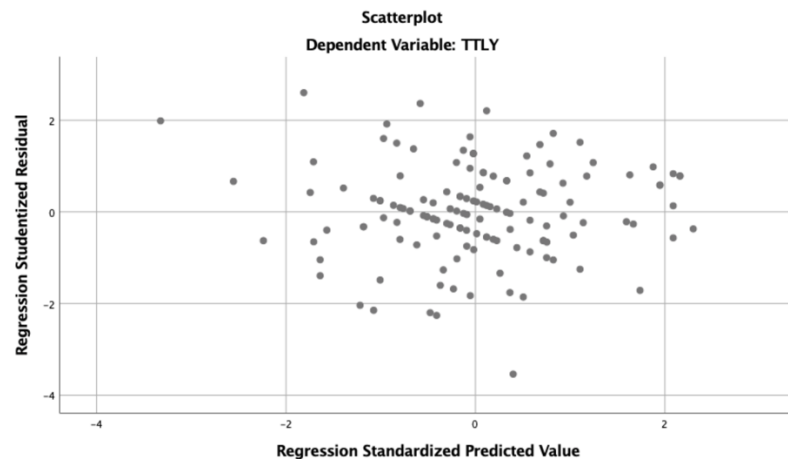
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas



Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas

Hasil Nilai Kolmogorov Smirnov seperti terlihat pada Gambar 4.8 bernilai 0,55. Nilai ini lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti data berdistribusi normal. Selain itu, Histogram pada gambar 4.9 menunjukkan bentuk lonceng yang berarti data berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. 10 ScatterPlot

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat terlihat dari scatterplot yang ditampilkan pada saat pengolahan data. Seperti terlihat pada gambar

4.10 titik-titik pada scatterplot tersebar dan tidak menumpuk pada satu area, maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas antar variabel dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	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 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas

Gambar 4.11 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.

4. Hasil Uji Hipotesis

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

a) Persamaan Regresi Linier 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 4. 12 Hasil Uji Persamaan Regresi

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

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

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).

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

b) Koefisien Determinasi (R^2)

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 4. 13 Model Summary

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.

c) 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	1.131
	TTLX2	.503	.077	.491	6.570	.000	.884	1.131

a. Dependent Variable: TTLY

Gambar 4. 14 Hasil Uji T

Pada Uji T dilakukan Uji Hipotesis dengan membanding Thitung dan Ttabel. THitung diperoleh dari *Tabel Coefficients* seperti terlihat pada gambar 4.14 di atas. Dari Gambar 4.14 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 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 Ha1 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 Ha2 diterima artinya Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

d) Uji Signifikansi Seluruh Koefisien Secara Serempak

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	572.648	2	286.324	33.701	.000 ^b
	Residual	1146.953	135	8.496		
	Total	1719.601	137			

a. Dependent Variable: TTLY

b. Predictors: (Constant), TTLX2, TTLX1

Gambar 4. 15 Uji Anova

Setelah uji signifikansi secara parsial dilakukan, maka dilakukan uji signifikansi secara serempak dengan melihat nilai Fhitung dibandingkan dengan nilai Ftabel. Dari gambar 4.15 diatas terlihat bahwa nilai Fhitung nya adalah 33,701 dengan sig 0,000. Fhitung ini lebih besar daripada Ftabel yaitu ... 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

4.2. Pembahasan

a. *Health awareness* konsumen makanan vegetarian di Kota Batam

Hasil Analisis deskriptif variabel *Health Awareness* menunjukkan bahwa *Health Awareness* konsumen makanan vegetarian di Kota Batam baik dengan nilai 3,530. Pada variabel ini, indikator yang mendapatkan nilai tertinggi adalah Tanggung Jawab atas Kesehatan Diri, dengan pernyataan Saya selalu berusaha termotivasi untuk menjaga kesehatan dalam pemilihan makanan yang saya konsumsi sebesar 4,121. Hal ini sejalan dengan hasil pertanyaan terbuka yang diberikan kepada responden mengenai alasan mengkonsumsi vegetarian. Pada pertanyaan ini alasan kesehatan menjadi alasan yang paling banyak diungkapkan oleh responden. Sedangkan indikator paling rendah adalah Pencarian dan Penggunaan Informasi dengan pernyataan Saya selalu mencari tahu mengenai gizi dari makanan yang saya konsumsi. Hal ini dapat dimaklumi karena sangat

jarang terdapat informasi terkait gizi makanan di restoran-restoran vegetarian

b. Persepsi konsumen terhadap Cita rasa produk makanan vegetarian di Kota Batam

Hasil Analisis Deskriptif variabel cita rasa menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap Cita rasa produk makanan vegetarian di Kota Batam adalah Baik dengan rata-rata nilai 3,607. Hal ini menunjukkan bahwa cita rasa makanan vegetarian sesuai dengan ekspektasi konsumen. Pada variabel ini, indikator yang mendapatkan nilai tertinggi adalah tekstur, dengan pernyataan Makanan yang disajikan di restoran vegetarian memiliki konsistensi tekstur (kasar atau lembut) yang baik sebesar 3,614. Hal ini didukung dengan adanya responden yang menyatakan tertarik makan vegetarian karena tekstur yang baik. Sedangkan indikator paling rendah adalah Suhu dengan pernyataan Suhu makanan vegetarian yang disajikan sesuai dengan jenis makanan yang disajikan sebesar 3,543. Dalam pengamatan peneliti, kebanyakan restoran vegetarian menyajikan makanan prasmanan, sehingga suhu makanan berada di suhu normal saja.

c. Minat Beli konsumen makanan vegetarian di Kota Batam

Hasil Analisis Deskriptif variabel Minat Beli menunjukkan bahwa minat beli makanan vegetarian di Kota Batam Netral atau Cukup. Pada variabel ini, indikator yang mendapatkan nilai tertinggi adalah Minat Beli transaksional yaitu sebesar 3,471 yang artinya responden setuju untuk

tertarik membeli makanan vegetarian. Sedangkan indikator terendah adalah minat beli preferensial dan minat beli eksploratif, dengan nilai sebesar 3,257. Hasil ini menunjukkan bahwa makanan vegetarian bisa saja menarik bagi individu namun belum tentu direkomendasikan kepada orang lain.

d. 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.

e. 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. Hasil penelitian ini juga memperkaya objek penelitian yaitu pada produk vegetarian.

- f. 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.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini diarahkan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Adapun kesimpulan yang didapatkan adalah:

1. *Health awareness* konsumen makanan vegetarian di Kota Batam Baik.
2. Cita rasa produk makanan vegetarian di Kota Batam dipersepsikan Baik oleh konsumen.
3. Minat Beli konsumen makanan vegetarian di Kota Batam Netral/Cukup.
4. *Health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian.
5. Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian
6. *Health awareness* dan cita rasa secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan vegetarian

5.2. Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *Health Awareness* dan Cita Rasa baik secara parsial ataupun bersamaan terhadap Minat Beli Konsumen Vegetarian. Oleh Karena itu, saran yang dapat diberikan kepada Owner/Pengelola Rumah Makan Vegetarian adalah sebagai berikut:

5. *Owner/Pengelola Rumah Makan Vegetarian* diharapkan menampilkan perhitungan nilai gizi pada makanan vegetarian bisa berupa label, atau juga informasi seperti poster. Hal ini dilakukan agar konsumen lebih memperhatikan nilai gizi, dan lebih berminat untuk melakukan pembelian terhadap makanan vegetarian. Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa alasan kesehatan yang berkaitan juga dengan gizi menjadi alasan tertinggi konsumen mengonsumsi makanan vegetarian.
6. *Owner/Pengelola Rumah Makan Vegetarian* diharapkan dapat memperhatikan suhu penyajian makanan. Untuk makanan yang disajikan prasmanan sebaiknya diberikan pemanas agar suhu tetap terjaga. Selain itu, dapat juga memasak sesuai porsi sehingga suhu makanan tetap terjaga. Suhu yang pas, akan menambah cita rasa suatu makanan.
7. 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 oleh

DAFTAR PUSTAKA

- ³⁴ Aruan, T., & Engelica, E. (2022). PENGARUH SUASANA RESTORAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI KE RESTORAN VEGETARIAN DI KOTA BATAM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2008–2024.
- ³⁸ 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.
- ⁵⁸ 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.
- ³² Furkonudin, Suryadi, E., & Darmanto. (2016). Evaluasi Kualitas Layanan Website E-Commerce BLIBLI.COM Menggunakan Metode Webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2016*, 6–7. STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- ⁶¹ Hartono, R. (2021). Kepemimpinan Perempuan di Era Globalisasi. *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 1(1), 82–99.
- ⁴⁴ 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.

³³ 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.

Istiawati, S. (2022). *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK MENURUT UU NO.20 TAHUN 2016 DI KOTA MEDAN*. 5(20), 302–310.

⁹ 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.

³⁷ Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159.

⁴⁷ Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68.

⁴³ 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.

²⁰ Manurung. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Dan Cita*

Rasa Makanan Terhadap Keputusan Pengunjung Wisata Danau Buatan Kelapa Gading Kisaran. 7(September), 487–500.

Mide, B., & Masnur, M. (2021). Aplikasi Virtual Tour Fakultas Teknik Berbasis Android Mobile. *Jurnal Sintaks Logika*, 1(2), 113–119.

13 Muslihati, 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.

13 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.

36 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.

29 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.

48 Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. ... *Pendidikan Dan Ilmu ...*,

3(1), 301–313.

⁴⁰ 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.

⁵⁶ Soegiyono. (2011). *METODE PENELITIAN, KUANTITATIF DAN R&D*. ALFABETA, cv.

Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *THE MASTER BOOK OF SPSS*. Yogyakarta: Startup.

¹⁴ 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.

⁵² Suwito, S. (2021). Studi Komparatif Konsep Vegetarian Dalam Sudut Pandang Theravāda Dan Mahāyana. *Jurnal Agama Buddha Dan Ilmu Pengetahuan*, 7(1), 23–36.

Wibisono, D. (2013). *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*.

LAMPIRAN

● 35% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 26% Internet database
- Crossref database
- 27% Submitted Works database
- 9% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	vitka on 2022-04-05 Submitted works	4%
2	Universitas Putera Batam on 2019-07-03 Submitted works	2%
3	repository.iainkudus.ac.id Internet	1%
4	vitka on 2022-09-05 Submitted works	1%
5	vitka on 2022-12-28 Submitted works	1%
6	vitka on 2022-10-12 Submitted works	1%
7	vitka on 2022-09-14 Submitted works	1%
8	jurnal.polibatam.ac.id Internet	1%

9	dinastirev.org	Internet	<1%
10	jurnal.unimus.ac.id	Internet	<1%
11	fachruramadhan.blogspot.com	Internet	<1%
12	Universitas Putera Batam on 2018-11-29	Submitted works	<1%
13	ejournal.unma.ac.id	Internet	<1%
14	repository.uph.edu	Internet	<1%
15	repository.usd.ac.id	Internet	<1%
16	repository.ub.ac.id	Internet	<1%
17	eprints.amikompurwokerto.ac.id	Internet	<1%
18	repository.upbatam.ac.id	Internet	<1%
19	id.123dok.com	Internet	<1%
20	jurnal.una.ac.id	Internet	<1%

21	vitka on 2022-10-21	<1%
	Submitted works	
22	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	
23	repository.stei.ac.id	<1%
	Internet	
24	Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-11-20	<1%
	Submitted works	
25	repository.stiewidyagamalumajang.ac.id	<1%
	Internet	
26	Universitas Putera Batam on 2018-11-21	<1%
	Submitted works	
27	jurnal.umb.ac.id	<1%
	Internet	
28	repositori.unsil.ac.id	<1%
	Internet	
29	Universitas Respati Indonesia on 2020-06-16	<1%
	Submitted works	
30	vdokumen.com	<1%
	Internet	
31	eprints.walisongo.ac.id	<1%
	Internet	
32	jurnal.usahidsolo.ac.id	<1%
	Internet	

33	Samala Nagaraj. "Role of consumer health consciousness, food safety ..."	<1%
	Crossref	
34	stiealwashliyahsibolga.ac.id	<1%
	Internet	
35	Politeknik Negeri Bandung on 2017-07-24	<1%
	Submitted works	
36	ejurnal.seminar-id.com	<1%
	Internet	
37	jmppk.ub.ac.id	<1%
	Internet	
38	e-journal.potensi-utama.ac.id	<1%
	Internet	
39	eprints.undip.ac.id	<1%
	Internet	
40	University of Stirling on 2022-09-07	<1%
	Submitted works	
41	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet	
42	vitka on 2022-12-20	<1%
	Submitted works	
43	journal.rc-communication.com	<1%
	Internet	
44	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id	<1%
	Internet	

45	journal.jis-institute.org	Internet	<1%
46	eprints.umpo.ac.id	Internet	<1%
47	Ade Perdana Siregar, Nofirman Nofirman, Muhammad Yusuf, Imam Ja...	Crossref	<1%
48	Marison Sitorus, Calista Syahla. "The Effect Of Price Perception And P...	Crossref	<1%
49	eprints.umm.ac.id	Internet	<1%
50	vitka on 2023-01-07	Submitted works	<1%
51	Universitas Putera Batam on 2021-03-12	Submitted works	<1%
52	scholar.google.com	Internet	<1%
53	Sri Istiawati. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP MEREK MENURUT ...	Crossref	<1%
54	journal.amikveteran.ac.id	Internet	<1%
55	Crysanti Ishardini, Darwanto Darwanto. "Minat Beli Masyarakat Non Mu...	Crossref	<1%
56	perpustakaan.akuntansipoliban.ac.id	Internet	<1%

57	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	
58	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	<1%
	Submitted works	
59	Universitas Brawijaya on 2019-01-25	<1%
	Submitted works	
60	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
	Submitted works	
61	eprints.untirta.ac.id	<1%
	Internet	
62	text-id.123dok.com	<1%
	Internet	
63	vitka on 2022-08-08	<1%
	Submitted works	
64	Universitas Negeri Makassar on 2013-06-15	<1%
	Submitted works	
65	journal.ithb.ac.id	<1%
	Internet	
66	journal.stieputrabangsa.ac.id	<1%
	Internet	
67	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
	Internet	
68	vitka on 2022-12-20	<1%
	Submitted works	

69	Binus University International on 2019-06-25 Submitted works	<1%
70	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya on 2019-11-18 Submitted works	<1%
71	Universitas Putera Batam on 2019-05-24 Submitted works	<1%
72	repository.its.ac.id Internet	<1%