

No. Daftar FPIPS : 994/UN40.A2.8/PP/2019

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN MAKANAN SEHAT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTO KEHIDUPAN
TIDAK PERNAH BERAKHIR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering



oleh :

NUR AZIZAH RAHMIANI

1503415

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2019

LEMBAR HAK CIPTA

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN MAKANAN SEHAT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTO KEHIDUPAN
TIDAK PERNAH BERAKHIR**

oleh:

Nur Azizah Rahmiani

1503415

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia

© Nur Azizah Rahmiani, 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Mei 2019

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan cetak ulang, di foto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

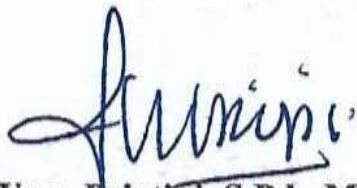
LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN MAKANAN
SEHAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTO
KEHIDUPAN TIDAK PERNAH BERAKHIR**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

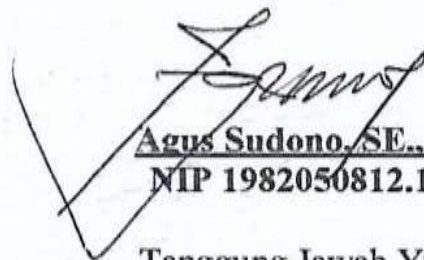


Woro Priatini, S.Pd., M.Si
NIP. 19710309.201012.2.001



Mandradhitya K. P., S.ST. Par., M.Sc
NIP. 19851224.201101.1.010

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering



Agus Sudono, SE., M.M
NIP 1982050812.1.002

Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis



Nur Azizah Rahmiani
NIM 1503415

ABSTRAK

Nur Azizah Rahmiani, Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Makanan Sehat Terhadap Keputusan Pembelian di Resto Kehidupan Tidak Pernah Berakhir. Dibimbing oleh Woro Priatini.,S.Pd.,M.Si dan Mandradhitya Kusuma P.,S.ST.Par.,M.Sc.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap makanan sehat, keputusan pembelian, serta pengaruh persepsi konsumen makanan sehat terhadap keputusan pembelian di Resto Kehidupan Tidak Pernah Berakhir. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan memberikan gambaran objektif tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum maupun generalisasi. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dengan 100 responden, teknik ini sebagai penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen memiliki pengaruh kuat dan signifikan dengan sumbangan relatif (SR) variabel persepsi (X) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 99,75%. Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi pengembangan produsen makanan sehat dan dapat dijadikan pertimbangan dalam perencanaan usaha makanan sehat, khususnya di Resto Kehidupan Tidak Pernah Berakhir.

Kata Kunci : Persepsi, Keputusan Pembelian, Makanan Sehat

ABSTRACT

Nur Azizah Rahmiani, Analysis of the Influence of Consumer Perceptions of Healthy Foods on Purchasing Decisions in Resto Kehidupan Tidak Pernah Berakhir. Guided by Woro Priatini., S.Pd., M.Si and Mandradhitya Kusuma P., S.ST.Par., M.Sc.

The purpose of this study was to study consumer perceptions about healthy food, purchasing decisions, and consumer perceptions about healthy food towards purchasing decisions at Resto Kehidupan Tidak Pernah Berakhir. This research method uses descriptive quantitative methods that are used to analyze data by providing goals without making conclusions or general generalizations. The sample selection technique in this study used accidental sampling technique with 100 respondents, the sample selection technique was based on the decision. The results showed that customer perceptions had a strong and significant influence on the relative contribution (SR) of the perception variable (X) on the purchasing decision (Y) of 99.75%. The results of this study are used as input for the development of healthy food producers and can be used in planning healthy food businesses, especially at Resto Kehidupan Tidak Pernah Berakhir.

Keywords: Perception, Purchasing Decision, Healthy Food

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Pariwisata	7
2.1.1. Pariwisata Kesehatan	8
2.1.2. Pariwisata dan Makanan	9
2.1.3. Pariwisata Gastronomi	9
2.2. Restoran	10
2.2.1. Definisi Restoran	10
2.2.2. Menu	10
2.3. Makanan Sehat	10
2.3.1. Definisi Makanan Sehat	10
2.3.2. Konsep Makanan Sehat	11
2.3.3. Pola Makanan Sehat	11
2.3.4. Dimensi Makanan Sehat	12
2.4. Persepsi	13
2.4.1. Definisi Persepsi	13
2.4.2. Proses Terbentuk Persepsi	14
2.4.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi	15
2.5. Keputusan Pembelian	15
2.5.1. Definisi Keputusan Pembelian	15
2.5.2. Proses Keputusan Pembelian	16
2.5.3. Faktor Utama Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.5.4. Dimensi Keputusan Pembelian	19

2.6. Hubungan Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.7. Kajian Empirik Beberapa Hasil Penelitian Terdahulu	21
2.8. Kerangka Pemikiran	24
2.9. Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	25
3.2. Metode Penelitian	25
3.3. Operasional Variabel	26
3.4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1. Sumber Data	29
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	30
3.5. Populasi dan Sampel	31
3.5.1. Populasi	31
3.5.2. Sampel	31
3.6. Pengujian Keabsahan Data	33
3.6.1. Uji Validitas	33
3.6.2. Uji Reliabilitas	35
3.7. Instrumen Penelitian	36
3.8. Teknik Pengolahan Data	36
3.8.1. Analisis Data Deskriptif	36
3.8.2. Analisis Data Verifikatif	37
3.8.2.1. Analisis Regresi Linear Sederhana	37
3.8.2.2. Analisis Korelasi	38
3.8.2.3. Analisis Korelasi Determinasi	39
3.8.2.4. Uji Normalitas	39
3.8.2.5. Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Gambaran Umum Restoran	41
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	42
4.3. Struktur Organisasi Perusahaan	42

4.4. Karakteristik Konsumen dan Pengenalan Pengalaman	43
4.4.1. Karakteristik Konsumen	43
4.4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
4.4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	45
4.4.2. Pengenalan Pengalaman	45
4.4.2.1. Pengenalan Pengalaman Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	45
4.4.2.2. Pengenalan Pengalaman Berdasarkan Konsumen yang Berkunjung	46
4.4.2.3. Pengenalan Pengalaman Berdasarkan Alasan Utama Berkunjung	46
4.4.2.4. Pengenalan Pengalaman Berdasarkan Informasi Resto Pertama Kali.....	47
4.5. Hasil Penelitian	47
4.5.1. Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi	47
4.5.1.1. Tanggapan Responden Mengenai Kesehatan	48
4.5.1.2. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Makanan	49
4.5.1.3. Tanggapan Responden Mengenai Harga	50
4.5.1.4. Tanggapan Responden Mengenai Keamanan Makanan	50
4.5.1.5. Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Makanan Sehat	51
4.5.2. Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	53
4.5.2.1. Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Produk	53
4.5.2.2. Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Merek	54
4.5.2.3. Tanggapan Responden Mengenai Waktu Pembelian	55
4.5.2.4. Tanggapan Responden Mengenai Jumlah Pembelian	55
4.5.2.5. Tanggapan Responden Mengenai Pemilihan Distribusi	56
4.5.2.6. Tanggapan Responden Mengenai Metode Pembayaran	56
4.5.2.7. Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	57
4.6. Analisis Regresi Linear Sederhana	60

4.7. Uji Korelasi	60
4.8. Uji Koefisien Determinasi Simultan	61
4.9. Uji Normalitas	61
4.10. Uji Hipotesis	63
4.11. Pembahasan	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Simpulan	66
5.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, & Ridwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: CV Alfabeta.
- Almatsier, S. (2009). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Arikunto. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revi). Jakarta: Rineka Cipta.
- As-Sayyid, A. B. (2006). *Pola Makan Rasulullah, terjemahan M. Abdul Ghoffar dan M. Iqbal Haetami*. Jakarta: Almahira.
- Bagyono. (2012). *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Baukute, G. (2012). MEDICAL TOURISM: THE ANALYSIS OF POSITIVE ASPECTS OF ESTABLISHING MEDICAL TOURISM SECTOR IN LITHUANIA.
- Cannon, J. P., William, D. P., & McCarthy, J. (2008). *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global* (16th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Francisco Javier Jiménez-Beltrán, T. L.-G. and F. G. S. C. (2016). Analysis of the relationship between tourism and food culture. *Sustainability (Switzerland)*, 8(5). <https://doi.org/10.3390/su8050418>
- Hanifa, & Luthfeni. (2006). *Makanan yang Sehat*. Bandung: Azka Press.
- Harper, L., Deaton, B., & Driskel, J. (1986). *Pangan Gizi dan Pertanian diterjemahkan ole Suhardjo*. Jakarta: UI Press.
- Insun Lee & Charles Arcodia. (2011). THE ROLE OF REGIONAL FOOD FESTIVALS FOR DESTINATION BRANDING, (4), 355–367.
- Ismayanti. (2011). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- KEMENPAR. (2016). Statistical Report On Visitor Arrivals To Indonesia 2016.
- Kotler, Philip; Gary, A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, S.-M., Jin, N.-H., Fowler, D., & Yuan, J. (2011). Characteristics and Perception of Healthy Food as Perceived by College Students. *International CHRIE Conference Refereed Track*, 8020(8), 1–14. <https://doi.org/10.1080/15378020.2013.782239>
- Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G., & Grice, J. (2004). Choosing organic: a path analysis of factors underlying the selection of organic food among Australian consumers". *Appetite, Vol. 43 No.*

- Marmi. (2013). *Gizi dalam Kesehatan Reproduksi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mboi, N. (2014). Pedoman Gizi Seimbangan, 302.
- Michaelidou, N., & Dibb, S. (2008). Consumer Involvement: A New Perspective, *The Marketing Review*.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oetoro, S., Parengkuan, E., & Parengkuan, J. (2012). *Smart Eating*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ontario Culinary Tourism Alliance. (2015). The Rise of Food Tourism Skift Team + The Ontario Culinary Tourism Alliance Culinarr Touriss. Retrieved from <https://www.startup-turismo.it/wp-content/uploads/2016/07/The-Rise-of-Culinary-Tourism-2.pdf>
- Pitana, I. G., & Surya Diarta, I. K. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Pollan, M. (2009). *Food Rules Pendoman Bagi Para Penyantap Makanan diterjemahkan oleh Anjar Prawesti dan Tutut M. Lestari*. Jakarta: Opus Press.
- Potter, N. ., & Hotchkiss, J. . (1995). *Food Science (5th edition)*. New York: Chapman and Hall.
- Puspa Dewi, R. H., & Briawan, D. (2014). Persepsi Tentang Pangan Sehat, Pemilihan Pangan Dan Kebiasaan Makan Sehat Pada Mahasiswa. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, 9(November), 211–218. [https://doi.org/10.1016/S0169-4332\(96\)00786-6](https://doi.org/10.1016/S0169-4332(96)00786-6)
- Rai Utama, I. G. B. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi, edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rini, A. (2014). *Sehat dengan Lauk Nabati*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sedarmayanti, & Hidayat, S. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Setiadi, N. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Shaleh, R. A. (2009). *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Sholihah, N. ., & Kuswardani, I. (2011). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Ponsel Pada Remaja. *Universitas Setia Budi*.
- Smith, M. (2018). Health and Wellness Tourism. *Health and Wellness Tourism*, (September 2015). <https://doi.org/10.4324/9780080942032>
- Solihat, S. (2013). *Analisis Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Botol Sosro*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & K., H. M. (2006). *Consumer Behaviour*. (I. Prentice-Hall, Ed.) (Third Edit). USA.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Administrasi* (Edisi Revi). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulistyoningsih, H. (2011). *Gizi Untuk Kesehatan Ibu dan Anak*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Taqwani, D. M. (2012). Analisis Kebudayaan Gastronomi dan Tindak Tutur dalam Kajian Pragmatik Pada Film Ratatouille. *A-Research.Upi.Edu*.
- Teshale Biazen. (2012). LOCAL FOOD FESTIVALS: TOWARDS SUCCESSFUL BRANDING AND SUSTAINABLE LOCAL FOOD TOURISM IN ÖSTERSUND A. *Digital Times, Unknown(Unknown)*, No Pages. Retrieved from http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2012071302010531749001
- Turgarini, D., Caria, & Suwanto. (2014). Jurnal Inventory of Gastronomy in West Java Province as Database for Tourism Development.

- Umar, H. (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Persada.
- Viola, R. A., & Polistico, F. S. (2007). 10 th National Convention on Statistics (NCS) EDSA Shangri-La Hotel October 1-2 , 2007 Measuring Health and Wellness Tourism in the Philippines by Measuring Health and Wellness Tourism in the Philippines. *Statistics*, (0632).
- Waskito, D., Ananto, M. Z., & Andre Rezza, S. . (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik di Yogyakarta. *Pelita*, 9(1), 36–48. <https://doi.org/10.9744/jmp.4.1.18-27>
- Winarto, O., & Richardo, D. (n.d.). Analisa Persepsi Masyarakat Surabaya terhadap Makanan Organik.
- Yamit, Z. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.