

**PENGARUH *KNOWLEDGE OF HEALTHY FOOD* DAN *HEALTH AWARENESS* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PADA  
KONSUMEN JASA KATERING MAKANAN SEHAT DI ANA KITCHEN  
GARUT**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Pariwisata



Oleh

**Muhamad Iqbal**

**NIM 1504441**

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

**2019**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *KNOWLEDGE OF HEALTHY FOOD* DAN *HEALTH AWARENESS* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PADA  
KONSUMEN JASA KATERING MAKANAN SEHAT DI ANA KITCHEN  
GARUT**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Gitasiswhara, SE. Par., MM.  
NIP. 19611022.198603.1.002

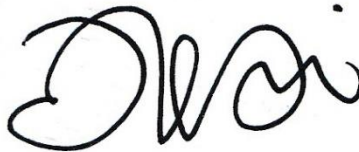
Pembimbing II



Oman Sukirman, MM.  
NIP. 19760219.201504.1.001

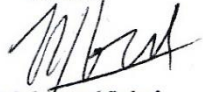
Menyetujui,

Ketua Program Studi  
Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM. Par  
NIP. 19700320.200812.2.001

Penulis



Muhamad Iqbal

NIM. 1504441

**PENGARUH *KNOWLEDGE OF HEALTHY FOOD* DAN *HEALTH AWARENESS* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PADA  
KONSUMEN JASA KATERING MAKANAN SEHAT DI ANA KITCHEN  
GARUT**

Oleh  
Muhamad Iqbal  
150441

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

© Muhamad Iqbal 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2019

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, di foto copy, atau cara lainnya tanpa izin dari peneliti.

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Knowledge of Healthy Food* dan *Health Awareness* Terhadap *Behavioral Intention* Pada Konsumen Jasa Katering Makanan Sehat di Ana Kitchen Garut**” ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, April 2021

Yang membuat pernyataan,

Muhamad Iqbal

## ABSTRAK

**Muhamad Iqbal, 2019. PENGARUH *KNOWLEDGE OF HEALTHY FOOD* DAN *HEALTH AWARENESS* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PADA KONSUMEN JASA KATERING MAKANAN SEHAT DI ANA KITCHEN GARUT. Dibimbing oleh Gitasiswhara, SE. Par., MM. dan Oman Sukirman, MM..**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan meneliti pengaruh dari *knowledge of healthy food* dan *health awareness* terhadap *behavioral intention* pada konsumen jasa katering makanan sehat di Ana Kitchen Garut. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan data hasil wawancara, observasi, studi literature, dan penyebaran angket/kuesioner. Populasi penelitian ini adalah kalangan konsumen yang pernah atau sedang menggunakan jasa katering makanan sehat di Ana Kitchen Garut. Data angket/kuesioner diperoleh dengan menyebarkannya kepada 162 responden menggunakan teknik *probability sampling*. Alat analisis data yang digunakan adalah SPSS versi 22.0 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *knowledge of healthy food* dan *health awareness* terhadap *behavioral intention* pada konsumen jasa katering makanan sehat di Ana Kitchen Garut termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan uji hipotesis bahwa *knowledge of healthy food* dan *health awareness* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Penelitian ini menghasilkan implikasi yaitu penyedia jasa katering makanan sehat seperti Ana Kitchen Garut dapat mengedukasi kepada konsumen mereka mengenai pentingnya mengonsumsi makanan sehat serta dapat melakukan inovasi pada menu makanan sehat yang ditawarkan, lalu mampu menyesuaikan strategi pemasaran yang telah diterapkan agar dapat meningkatkan penilaian baik dari konsumen dan memaksimalkan hubungan perusahaan terhadap konsumen sehingga mudah dalam mengidentifikasi keinginan mereka secara lebih tepat.

**Kata Kunci: *Knowledge of Healthy Food, Health Awareness, Makanan Sehat, Behavioral Intention.***

## ABSTRACT

**Muhamad Iqbal, 2019. *THE EFFECT OF KNOWLEDGE OF HEALTHY FOOD AND HEALTH AWARENESS TOWARD CONSUMER'S BEHAVIORAL INTENTION OF HEALTH FOOD CATERING SERVICES IN ANA KITCHEN GARUT. Supervised by Gitasiswhara, SE. Par., MM. and Oman Sukirman, MM.***

*This study aims to examine and to research the effect of knowledge of healthy food and health awareness toward consumer's behavioral intention of healthy food catering services in Ana Kitchen Garut. The research method used is descriptive quantitative by using data from interviews, observations, literature studies, and questionnaires. The study population was consumers who had or were currently using healthy food catering services in Ana Kitchen Garut. Questionnaire/questionnaire data were obtained by distributing them to 162 respondents using probability sampling techniques. The data analysis tool used is SPSS version 22.0 for windows. The results of this study show that the knowledge of healthy food and health awareness of consumer's behavioral intentions of healthy food catering services in Ana Kitchen Garut are included in both categories. Based on the tested hypothesis it shows that knowledge of healthy food and health awareness influences behavioral intention. This research issued implications that healthy food catering service providers such as Ana Kitchen Garut can educate their consumers about the importance of eating healthy foods and can innovate on the healthy food menu that has been offered before, also able to adjust the marketing strategies that have been applied in order to improve good ratings from consumers and maximizing the company's relationship with consumers so that it is easier to identify their desires more precisely.*

**Keywords: *Knowledge of Healthy Food, Health Awareness, Healthy Food, Behavioral Intention.***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena rahmat-Nya lah saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Knowledge of Healthy Food* dan *Health Awareness Terhadap Behavioral Intention* Pada Konsumen Jasa Katering Makanan Sehat di Ana Kitchen Garut**”.

Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang sarjana pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering, fakultas pendidikan ilmu pengetahuan sosial, universitas pendidikan Indonesia.

Tidak terlepas dari segala dukungan dari semua pihak terutama dosen pembimbing, penulis beruaha menyajikan hasil penelitian ini dengan sebaik-baiknya sesuai dengan kemampuan penulis agar mudah dipahami oleh pembaca. Penulis menyadari bahwa karya tulis ini jauh dari kata sempurna, maka penulis amat terbuka terhadap kritik dan saran dari pembaca sekalian untuk kebaikan dimasa yang akan datang.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis secara khusus dan bagi pembaca secara umum serta bermanfaat pula bagi bidang keilmuan manajemen industri katering.

Bandung, 12 April 2021

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberika karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tercurah limpah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan kita selaku umatnya.

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis alam menyelesaikan skrpsi ini, baik berupa moril maupun materi. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Dewi Tunggrini, SS., MM.Par selaku Ketua Prodi Manajemen Industri Katering.
2. Gitasiswhara, SE. Par., MM, dan Oman Sukirman MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meleuangkan jadwal, tenaga, dan pikirannya, untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen, staf pengajar, dan staf akademik di lingkungan Program Studi Manajemen Industri Katering
4. Kedua orang tua beserta kedua adik penulis yang secara finansial dan moril membantu hingga diselesaikannya skripsi ini.
5. Hasna R. dan M. Iqbal M. selaku pemilik Ana Kitchen Garut yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan penelitian skripsi pada perusahaan ini. Tak lupa juga kepada staf Ana Kitchen Garut dan seluruh konsumen yang telah membantu dalam mengisi kuesioner penelitian skripsi ini..
6. Rekan – rekan seperjuangan Manajemen Industri Katering 2015 yang sangat membantu penulis baik berupa moril dan materi selama 4 tahun kuliah bersama hingga menempuh pembuatan skripsi ini.

Bandung, 12 April 2021

Muhamad Iqbal



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	10
<b>BAB 2 KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>11</b>
2.1 Kajian Teori .....	11
2.1.1 Pariwisata.....	11
2.1.2 Wisata Kuliner .....	12
2.1.3 Jasa Boga/Katering .....	12
2.1.3.1 Pengertian Jasa Boga/Katering.....	13
2.1.3.2 Klasifikasi Jasa Boga/Katering.....	13
2.1.3.3 Jenis – Jenis Katering .....	14
2.1.4 Konsep Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.4.1 Strategi Pemasaran.....	16
2.1.5 Pengertian Perilaku Konsumen.....	18
2.1.5.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.1.6 Konsep Pengetahuan Mengenai Makanan Sehat ( <i>Knowledge of Healthy Food</i> ) .....	22
2.1.6.1 Pengetahuan Konsumen .....	22
2.1.6.2 Jenis Pengetahuan Konsumen .....	23

2.1.6.3 Pengetahuan Konsumen Mengenai Produk Makanan Sehat .....	24
2.1.7 Makanan Sehat.....	26
2.1.8 Konsep Kesadaran Kesehatan (Health Awareness).....	28
2.1.8.1 Kesadaran Konsumen.....	28
2.1.8.2 Kesadaran Kesehatan .....	29
2.1.9 Konsep Niat Berperilaku Konsumen (Behavioral Intention) .....	31
2.2 Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Kerangka Penelitian .....	35
2.4 Hipotesis .....	37
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1 Objek Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian .....	38
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	38
3.3 Operasional Variabel .....	39
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel .....	46
3.4.3 Teknik Sampling.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.7 Uji Instrumen Penelitian .....	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	54
3.8 Rancangan Analisis Deskriptif dan Verifikatif .....	56
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	56
3.8.2 Analisis Verifikatif .....	56
3.8.3 Pengujian Hipotesis .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Gambaran Umum Katering.....	61
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	61
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	62

4.1.3	Struktur Organisasi AnaKitchen .....	62
4.1.4	Deskripsi produk Anakitchen Garut .....	63
4.2	Karakteristik Konsumen .....	66
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	68
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	69
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	70
4.3	Hasil Penelitian .....	71
4.3.1	Tanggapan Responden terhadap Variabel Pengetahuan Mengenai makanan Sehat ( <i>Knowledge of Healthy Food</i> ) .....	71
4.3.1.1	Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Konsumen ( <i>Consumer Perception</i> ).....	72
4.3.1.2	Tanggapan Responden Mengenai Ingatan ( <i>Memory</i> ).....	73
4.3.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Pengalaman Konsumen ( <i>Consumer Experience</i> ) .....	75
4.3.1.4	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Knowledge of Healthy Food</i> .....	77
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Kesehatan ( <i>Health Awareness</i> ) .....	80
4.3.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian pada Kesehatan ( <i>Interest in Health</i> ).....	80
4.3.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Perhatian terhadap Makanan yang Lebih Sehat ( <i>Aware to Healthier Food</i> ) .....	82
4.3.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Menghargai Makanan yang Sehat dan Alami ( <i>Appreciate to Healthy and Natural Foods</i> ).....	84
4.3.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Usaha dalam Memilih Makanan Sehat ( <i>Willing to Choose Healthy Foods</i> ) .....	86
4.3.2.5	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kesadaran Kesehatan ( <i>Health Awareness</i> ).....	88

4.3.3 Tanggapan responden terhadap Variabel Niat Berperilaku Konsumen ( <i>Behavioral Intention</i> ) .....	91
4.3.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas terhadap Perusahaan ( <i>Loyalty to the Company</i> ).....	92
4.3.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Kesiediaan Membayar Lebih Tinggi ( <i>Willingness to Pay More</i> ).....	94
4.3.3.3 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Niat Berperilaku Konsumen ( <i>Behavioral Intention</i> ).....	95
4.4 Hasil Pengujian Verifikatif .....	98
4.4.1 Uji Normalitas.....	98
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	99
4.4.2.1 Uji Koefisiensi Korelasi.....	99
4.4.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
4.4.2.3 Analisis Koefisiensi Determinasi .....	102
4.4.3 Pengujian Hipotesis .....	101
4.4.3.1 Uji Signifikan Secara Simultan(Uji F).....	101
4.4.3.2 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	102
4.5 Hasil Temuan .....	103

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Saran .....	107
5.2.1 Saran Praktis .....	107
5.2.2 Saran Teoritis .....	107

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik Jumlah Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari Tahun 2014-2019 .....	1
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Jawa Barat Pada Tahun 2013-2017.....	2
Tabel 1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Menurut Kota/Kabupaten di Provinsi Jawa Barat Tahun 2018 .....	3
Tabel 1.4 Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kota/Kabupaten di Provinsi Jawa Barat 2014-2016.....	4
Tabel 1.5 Pengeluaran Konsumsi Kelompok Makanan Per Bulan Menurut Kelompok Makanan di Kabupaten Garut 2017.....	6
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	39
Tabel 3.3 Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10% .....	46
Tabel 3.4 Jenis dan Sumber data Penelitian.....	49
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Knowledge of Healthy Food</i> .....	52
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas <i>Health Awareness</i> .....	52
Tabel 3.7 Hasil Uji <i>Behavioral Intention</i> .....	53
Tabel 3.8 Hasil Reliabilitas Angket <i>Knowledge of Health Food</i> .....	55
Tabel 3.9 Hasil Realibilitas Angket <i>Health Awareness</i> .....	55
Tabel 3.10 Hasil Reliabilitas Angket <i>Behavioral Intention</i> .....	55
Tabel 3.11 Interpretasi Koefisiensi Korelasi Nilai r.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	68
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	69
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	70
Tabel 4.6 Tanggapan responden Mengenai Persepsi Konsumen ( <i>Consumer Perception</i> ).....	72
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Ingatan ( <i>Memory</i> ).....	74

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Pengalaman Konsumen ( <i>Consumer Experience</i> ).....	75
Tabel 4.7 Rekapitulasi Skor Indikator Variabel Pengetahuan akan Makanan Sehat ( <i>Knowledge of Healthy Food</i> ) .....	77
Tabel 4.8 Tanggapan responden Mengenai Kepedulian pada Kesehatan ( <i>Interest in Health</i> ) .....	81
Tabel 4.9 Tanggapan responden Mengenai Perhatian terhadap Makanan yang Lebih Sehat ( <i>Aware to Healthier Food</i> ).....	83
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Menghargai Makanan yang Sehat dan Alami ( <i>Appreciate to Healthy and Natural Foods</i> ).....	85
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Usaha dalam Memilih Makanan Sehat ( <i>Willing to Choose Healthy Foods</i> ) .....	86
Tabel 4.12 Rekapitulasi skor Indikator Variabel Kesadaran Kesehatan ( <i>Health Awareness</i> ) .....	89
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas terhadap Perusahaan ( <i>Loyalty to the Company</i> ) .....	92
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Kesediaan Membayar Lebih Tinggi ( <i>Willingness to Pay More</i> ).....	94
Tabel 4.15 Rekapitulasi Skor Indikator Variabel Niat Berperilaku konsumen ( <i>Behavioral Intention</i> ) .....	96
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas .....	98
Tabel 4.17 Koefisiensi Korelasi <i>Knowledge of Healthy Food</i> dan <i>Health Awareness Terhadap Behavioral Intention</i> .....	99
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linear Berganda .....	100
Tabel 4.19 Hasil <i>Output</i> Uji anova .....	101
Tabel 4.20 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t).....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1	Logo Ana Kitchen Garut.....	61
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Ana Kitchen Garut.....	62
Gambar 4.3	Gambar Contoh Rotasi Menu Bulan April Ana Kitchen Garut.....	64
Gambar 4.4	Gambar Produk Healthy Snack Ana Kitchen Garut.....	65
Gambar 4.5	Gambar Produk Healthy Juice Ana Kitchen Garut.....	65
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
Gambar 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	71
Gambar 4.11	Garis Kontinum <i>Knowledge of Healthy Food</i> Pada Konsumen jasa Katering Makanan Sehat di Ana Kitchen Garut.....	79
Gambar 4.12	Garis Kontinum <i>Health Awareness</i> pada Konsumen Jasa Katering Makanan Sehat Ana Kitchen Garut.....	91
Gambar 4.13	Garis Kontinum <i>Behavioral Intention</i> pada Konsumen Jasa Katering Makanan sehat Ana Kitchen Garut.....	97

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 SK Ujian Sidang
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Rekapitulasi Data
- Lampiran 4 Dokumentasi
- Lampiran 5 Riwayat Hidup Penulis



## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. (2004). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik kabupaten Garut. (2018). *Kabupaten Garut dalam Angka*. Garut.
- Baker, S., Thompson, K. E., Engelken, J., & Huntley, K. (2004). Mapping the values driving organic food choice. *European Journal of Marketing*, 38(8), 995–1012. <https://doi.org/doi:10.1108/03090560410539131>
- Basu Swashta. (2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Basu Swastha & T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Baudot, B. (1991). International Issues in the Advertising of Health-related Products. *European Journal of Marketing*, 25(6), 24–36. <https://doi.org/doi:10.1108/030905691101351>
- Bogue, J., Coleman, T., & Sorenson, D. (2005). Determinants of Consumers dietary behaviour for health-enhancing foods. *British Food Journal*, 107(1), 4–16.
- Bui, M., Burton, S., Howlett, E., & Kozup, J. (2008). What Am I Drinking? The Effects of Serving Facts Information on Alcohol Beverage Containers. *Journal of Consumer Affairs*, 42(1), 81–99. <https://doi.org/doi:10.1111/j.1745-6606.2007.00095>
- Cooper, D.R. & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Dawson, J., Marshall, D., Taylor, M., Cummins, S., Sparks, L., & Anderson, A. S. (2008). Accessing health food: availability and price of a healthy food basket in Scotland. *Journal of Marketing Management*, 24(9–10), 893–913. <https://doi.org/doi:10.1362/026725708x1957>
- Depbudpar R.I. *Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). The psychology of attitudes. *Psychology and Marketing*, 12(5), 794. <https://doi.org/doi:10.1002/mar.4220120509>
- Engel, Blackwell, & Miniard. (2010). *Perilaku Konsumen (Jilid I)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fadiati, A. (2011). *Mengelola Usaha Jasaboga yang Sukses*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Fitria, H. & Kaswara, R. A. (2009). *Buku Pintar Berbisnis Katering*. Jakarta: Transmedia.
- Gede, P. I., Nyoman, S. I., Putu, A. I., Wayan, W. I., & Putu, W. I. G. (2005).

*Hospitality Industry and Tourism education (The Case of Indonesia).*

- Glanz, K., Basil, M., Maibach, E., Goldberg, J., & Snyder, D. (1998). Why americans eat what they do. *Journal of the American Dietetic Association*, 98(10), 1118–1126. [https://doi.org/doi:10.1016/s0002-8223\(98\)00260-0](https://doi.org/doi:10.1016/s0002-8223(98)00260-0)
- Golan, E., Mancino, L., & Unnevehr, L. (2009). Food policy: check the list of ingredients. *Amber Waves*, 7(2), 16–22.
- Gould, S. J. (1988). Consumers attitudes toward health and health care: a differential perspective. *Journal Consumer Affairs*, 2, 96–118.
- Grainger, C., Senauer, B., & Runge, C. F. (2007). Nutritional improvements and student food choices in a school lunch program. *Journal of Consumer Affairs*, 41(2), 265–284.
- Gregory, S., McTyre, C., & Dipietro, R. B. (2006). Fast Food to Healthy Food. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7(4), 43–64. [https://doi.org/doi:10.1300/jl49v07n04\\_03](https://doi.org/doi:10.1300/jl49v07n04_03)
- Halawa, E. (2007). Kesadaran. website: <https://niasonline.net/2007/02/14/kesadaran> [diakses pada 20 Maret 2019]
- Hanifah, N., & Luthfeni. (2006). *Makanan yang Sehat*. Bandung: Azka Press.
- I Gusti Bagus Rai Utama. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Jin, N., Line, N. D., & Lee, S. (2017). The Health Conscious Restaurant Consumer. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(9), 2103–2120. <https://doi.org/doi:10.1108/ijchm-03-2016-0170>
- Juliandi, A., & Irfan. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Jun, J., Kang, J., & Arendt, S. W. (2014). The effects of health value on healthful food selection intention at restaurants: Considering the role of attitudes toward taste and healthfulness of healthful foods. *International Journal of Hospitality Management*, 42, 85–91. <https://doi.org/doi:10.1016/j.ijhm.2014.06.002>
- Kang, J., Jun, J., & Arendt, S. W. (2015). Understanding customers healthy food choices at casual dining restaurants: using the value-attitude-behavior model. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 12–21. <https://doi.org/doi:10.1016/j.ijhm.2015.04.005>
- Kemp, E., & Bui, M. (2011). Healthy brands: establishing brand credibility, commitment and connection among consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 28(6), 429–437. <https://doi.org/doi:10.1108/07363761111165949>
- Kim, S. Y., Nayga, R. M., & Capps, O. (2000). The effect of food label use on nutrient intakes: an endogenous switching regression analysis. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 25(1), 215–231.
- Kim, H. J., Park, J., Kim, M., & Ryu, K. (2013). Relationship between lifestyle of

health and sustainability and healthy food choices for seniors. *International Journal of Hospitality Management*, *b(4)*, 558–576. <https://doi.org/doi:101108/09596111311322925>

Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kraft, F. B., & Goodell, P. W. (1993). Identifying the health conscious consumer. *Journal of Health Care Marketing*, *19*, 87–97.

Lean, M. E. J. (2013). *Ilmu Pangan, Gizi & Kesehatan* (terj. N. N. dan A. Fajriyah, Ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Lee, S. M., Jin, N. (Paul), & Kim, H. S. (2013). Relationships among Knowledge of Healthy Food, Health Concern, and Behavioral Intention: Evidence from the United States and South Korea. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, *14(4)*, 344–363. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2013.802621>

Lewis H. (2008). *Global market review of functional foods: Forecasts to 2012*. Bromsgrove, U.K: Aroq Ltd.

lifestyle.kompas.com. (2015). Diet Katering, Tren Gaya Hidup yang Tengah Digemari Warga Ibukota. website: <https://lifestyle.kompas.com/read/2015/03/30/134040520/Diet.Katering.Tren.Gaya.Hidup.yang.Tengah.Digemari.Wanita.Ibukota> [diakses pada 15 Februari 2019]

Lin, L.-Y., & Chen, C.-S. (2006). The influence of the country-of –origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions: an empirical study of insurance and catering services in Taiwan. *Journal of Consumer Marketing*, *23(5)*, 248–265.

Lin, N., & Lin, B. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*.

Long, L. A. (2004). *Culinary tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Lynch, R. A., Elledge, B. L., Griffith, C. C., & Boatright, D. T. (2003). A comparison of food safety knowledge among restaurant managers, by source of training and experience, in Oklahoma County, Oklahoma. *Journal of Environmental Health*, *66(2)*, 9–14.

Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.

Marmi. (2013). *Gizi Dalam Kesehatan Reproduksi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Michaelidou, N., & Hassan, L. (2008). The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions towards Organic Food. *International Journal of Consumer Studies*, *32*, 163–170.

Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior* (6 Edition). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen: Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Neuhouser, M. ., Kristal, A. R., & Patterson, R. E. (1999). Use of Food Nutrition Labels is associated with Lower Fat Intake. *Journal of the American Dietetic Association*, 99(1), 332–340.
- Newsom, J. T., McFarland, B. H., Kaplan, M. S., Huguet, N., & Zni, B. (2005). The health consciousness myth: implications of the near independence of major health behaviours in the North American population. *Social Science and Medicine*, 60, 433–437.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- O’Dea, J. A., & Abraham, S. (2001). Knowledge, beliefs, attitudes, and behaviors related to weight control, eating disorders, and body image in Australian trainee home economics and physical education teachers. *Journal of Nutrition Education*, 33(6), 332–340.
- pejuangtanahair.org. (2017). kesadaran-gizi-masyarakat-memprihatinkan. Retrieved from 15/07/2017 website: [pejuangtanahair.org/kesadaran-gizi-masyarakat-memprihatinkan/+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=id](http://pejuangtanahair.org/kesadaran-gizi-masyarakat-memprihatinkan/+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=id) [diakses pada 15 Februari 2019]
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 18 Tahun 2014 Pasal 1 Ayat 2
- Permen kesehatan RI No. 1096/MENKES/PER/VI/2011 pasal 1 ayat 1.
- Peter J. Paul & Jerry C. Olson. (1999). *Consumer Behavior, Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran* (Jilid kedua). Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I). Jakarta: PT. Indeks.
- Pitana, I. G. & R. C. (2008). *Petunjuk Pengembangan Ekowisata Budaya dan Kuliner, Ekoturisme-Teori dan Praktek*. Aceh: BRR NAD-Nias.
- Plank, R. E., & Gould, S. J. (1990). Health conciousness, scientific orientation and wellness; an examination of th e determinants of wellness attitudes and behaviours. *Health Making Quarterly*, 7, 65–83.
- R.I, D. K. dan K. (2006). *Laporan Hasil Penelitian Pengembangan ODTW di Luar Jawa-Bali*.
- Reek, M., & Keith, R. E. (1984). Knowledge and use of United States dietary goals by university students. *Nutrition Reports International (USA)*, 29(3), 559–564.
- Ruggless, R. (2011). “Restaurant add mor lower-calorie dishes: Chains from Dunkin’ Donuts to Applebee’s target dieters with new mnu items:”, *Nation’s Restaurant News*.”
- Sakamaki, R., Toyama, K., Amamoto, R., Liu, C. J., & Shinfuku, N. (2005). Nutritional knowledge, food habits and health attitude of Chinese university students—a cross sectional study. *Nutrition Journal*, 4(1), 4–11.

- Schiffman & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Jakarta: Indeks.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for Business* (1 and 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Merode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suharso & Retnoningsih. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Yogyakarta: C.V Andi.
- Trepka, M. J., Murunga, V., Cherry, S., Huffman, F. G., & Dixon, Z. (2006). Food safety beliefs and barriers to safe food handling among WIC program clients, Miami, Florida. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 38(6), 371–377.
- Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Vassallo, M., Saba, A., Arvola, A., Dean, M., Messina. F.,... Shepherd, R. (2009). Willingness to Use Functional Breads: Applying the health belief model across four european countries,. *Appetite*, 52(2), 452–460.
- Wahab, S. (1999). *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Pradnya Paramitha.
- Wansink, B., & Chandon, P. (2006). Can “Low-Fat” Nutrition Labels Lead to Obesity? *Journal of Marketing Research*, 43(4), 605–617. Zainahttps://doi.org/doi:10.1509/jmkr.43.4.605
- Worsley, A. (2002). Nutrition Knowledge and Food Consumption:Can Nutrition Knowledge Change Food Behaviour? *Asia Pasific Journal of Clinical Nutrition*, 11(3), 579–585.
- www.garutkab.go.id. (2018). Dinas Ketahanan Pangan Dorong Pola Konsumsi Pangan Beragam, Bergizi, Seimbang dan Aman. Retrieved from 07/12/2018 website: <https://www.garutkab.go.id/news/dinas-ketahanan-pangan-dorong-pola-konsumsi-pangan-beragam-bergizi-seimbang-dan-aman> [diakses pada 15 Februari 2019]
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral

Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31.  
<https://doi.org/doi:10.2307/1251929>