

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai pengaruh *Knowledge of Healthy Food* dan *Health Awareness* pada kalangan konsumen Ana Kitchen untuk *Behavioral Intention*. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*Independent variable*) adalah *Knowledge of Healthy Food* (X_1) dan *Health Awareness* (X_2), sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) adalah *behavioral intention* (Y). Menurut Sugiyono (2015), variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).

Penelitian ini dilakukan di Ana Kitchen Garut dengan unit analisis dari penelitian ini adalah kalangan konsumen yang telah menjadi konsumen atau pelanggan tetap di Ana Kitchen *healthy food catering*, Kabupaten Garut.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Arikunto (2006) metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Menurut Arikunto (2006) metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma sekaran (2013), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Adapun pengertian penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2014) yaitu penelitian yang membandingkan keberadaan suatu variabel atau lebih hingga yang berbeda atau pada waktu yang berbeda. Penelitian ini terdiri dari dua tujuan, yaitu memperoleh hasil temuan berupa gambaran mengenai *Knowledge of Healthy Food* dan *Health Awareness* pada konsumen di Ana Kitchen Garut. Berdasarkan jenis penelitiannya

yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*.

3.3 Operasional Variabel

Variabel yang diteliti adalah pengaruh *Knowledge of Healthy Food* (X1) dan *Health Awareness* (X2) terhadap *Behavioral Intention* (Y). Menurut Cooper dan Schindler (2014) operasional variabel adalah proses pengubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variabel terukur yang sesuai untuk pengujian. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Skala | No. Item |
|--|---|---|----------|----------|
| <i>Knowledge of Healthy Food</i> (X1): Pengetahuan tentang makanan adalah salah satu anteseden penting untuk memahami perilaku pelanggan karena dapat mempengaruhi perilaku orang, seperti pilihan makanan mereka, kepercayaan diri mereka tentang status kesehatan pribadi, sikap karyawan mereka, dan jika mereka berniat untuk membeli kembali (Grainger et al., 2007) | A) <i>Consumer Perception</i> (Persepsi konsumen): 1. Pemahaman konsumen tentang pengertian makanan yang sehat. 2. Penilaian konsumen terhadap produk makanan sehat Ana Kitchen bahwa terjamin sehat. 3. Pemahaman konsumen mengenai makanan sehat dapat Mengurangi resiko dari berbagai penyakit | a. Tingkat pemahaman konsumen tentang pengertian makanan yang sehat. | Interval | 1 |
| | | b. Tingkat penilaian konsumen terhadap produk makanan sehat Ana Kitchen bahwa terjamin sehat. | | 2 |
| | | c. Tingkat pemahaman konsumen mengenai makanan sehat dapat Mengurangi resiko dari berbagai Penyakit | | 3 |

| | | | | |
|--|--|--|----------|----------------------------|
| | <p>B)Memory (ingatan konsumen serta jenis produk.):</p> <p>1.Kemampuan konsumen dalam membedakan produk makanan sehat dengan yang belum tentu sehat.</p> <p>2.Kemampuan konsumen dalam mengkategorikan produk makanan sehat Ana Kitchen sesuai kandungan gizi yang terkandung (karbohidrat, protein, dan lainnya)</p> | <p>a.Tingkat kemampuan konsumen dalam membedakan produk makanan sehat dengan yang belum tentu sehat.</p> <p>b.Tingkat kemampuan konsumen dalam mengkategorikan produk makanan sehat Ana Kitchen sesuai kandungan gizi yang terkandung (karbohidrat, protein, dan lainnya).</p> | | <p>4</p> <p>5</p> |
| | <p>C)Consumer Experience (Pengalaman saat melihat serta mencoba produk):</p> <p>1.Kesesuaian produk makanan sehat Ana Kitchen dengan selera konsumen (tekstur, rasa, aroma dan penampilan).</p> <p>2.Kemenarikan produk makanan sehat di Ana Kitchen berdasarkan variasi menu harian.</p> <p>3.Kesesuaian harapan konsumen terhadap</p> | <p>a.Tingkat kesesuaian produk makanan sehat Ana Kitchen dengan selera konsumen (tekstur, rasa, aroma dan penampilan).</p> <p>b.Tingkat kemenarikan produk makanan sehat di Ana Kitchen berdasarkan variasi menu harian.</p> <p>c.Tingkat kesesuaian harapan konsumen</p> | Interval | <p>6</p> <p>7</p> <p>8</p> |

| | | | | |
|--|---|--|----------|----|
| | manfaat yang dirasakan setelah mengonsumsi produk makanan sehat dari Ana Kitchen. | terhadap manfaat yang dirasakan setelah mengonsumsi produk makanan sehat dari Ana Kitchen | | |
| <i>Health Awareness</i> (X1): Kesadaran kesehatan dapat dikonseptualisasikan secara rasional, diturunkan secara kognitif dari keputusan untuk mengonsumsi makanan bergizi (Kang <i>et al.</i> , 2015) | A) <i>Interest in healthy</i> (Kepedulian konsumen kepada kesehatan): | | Interval | |
| | 1. Ketertarikan konsumen dalam mencari informasi tentang kesehatan (lewat media massa, media elektronik, diskusi, seminar dan lainnya). | a. Tingkat ketertarikan konsumen dalam mencari informasi tentang kesehatan. | | 9 |
| | 2. Kepedulian konsumen dalam menjaga kesehatan pribadi (seperti olahraga teratur, cek kesehatan rutin, dan lainnya). | b. Tingkat kepedulian konsumen terhadap kesehatan pribadi. (seperti olahraga teratur, cek kesehatan rutin, dan lainnya). | | 10 |
| | 3. Kebiasaan konsumen dalam mengatur pola makan sesuai dengan kondisi kesehatan. | c. Tingkat kebiasaan konsumen dalam mengatur pola makan sesuai dengan kondisi kesehatan. | | 11 |
| 4. Kekhawatiran konsumen terhadap berat badan yang dimiliki. | d. Tingkat kebiasaan konsumen dalam mengatur pola makan sesuai dengan kondisi kesehatan. | | | 12 |
| | | e. Tingkat kekhawatiran konsumen terhadap berat badan yang dimiliki. | | 13 |

| | | | | |
|--|--|--|----------|---|
| | | | | |
| | <p>B) <i>Aware to healthier food</i> (Perhatian yang tinggi makanan kesehatan):</p> <p>1. Kebiasaan konsumen membaca komposisi bahan makanan sehat pada label kemasan sebelum mengonsumsinya.</p> <p>2. Kekhawatiran konsumen mengenai kadar bahan kimia dalam makanan yang dikonsumsi dapat mempengaruhi kesehatannya (pengawet, pewarna, perasa dan lainnya).</p> <p>3. Kepedulian konsumen pada kandungan gizi makanan.</p> <p>4. Keinginan konsumen untuk mengetahui proses pengolahan produk makanan sehat di Ana Kitchen.</p> | <p>a. Tingkat kebiasaan konsumen membaca komposisi bahan makanan sehat pada label kemasan.</p> <p>b. Tingkat kekhawatiran konsumen mengenai bahan kimia dalam makanan yang dikonsumsi dapat mempengaruhi kesehatannya.</p> <p>c. Tingkat kepedulian pada kandungan gizi makanan yang dikonsumsi.</p> <p>d. Tingkat keinginan konsumen untuk mengetahui proses pengolahan produk makanan sehat di Ana Kitchen</p> | Interval | <p>14</p> <p>15</p> <p>16</p> <p>17</p> |
| | <p>C) <i>Appreciate healthy and natural foods</i></p> | | Interval | |

| | | | | |
|--|---|---|----------|----|
| | <p>(Menghargai makanan yang sehat dan alami):</p> <p>1. Keinginan konsumen untuk lebih memilih makanan sehat yang memiliki kandungan gizi seimbang dibandingkan hanya terlihat enak dan aromanya menggoda.</p> <p>2. Keinginan konsumen untuk menentukan variasi menu makanan sehat secara pribadi sesuai kebutuhannya.</p> | <p>a. Tingkat keinginan konsumen untuk lebih memilih makanan sehat yang memiliki kandungan gizi seimbang dibandingkan hanya terlihat enak dan aromanya menggoda.</p> <p>b. Tingkat keinginan konsumen untuk menentukan variasi menu makanan sehat secara pribadi sesuai kebutuhannya. Tingkat keinginan konsumen untuk menentukan variasi menu makanan sehat secara pribadi sesuai kebutuhannya</p> | | 18 |
| | | | | 19 |
| | <p>D) <i>Willing to choose healthier foods</i> (Usaha memilih makanan yang sehat):</p> <p>1. Keinginan konsumen dalam mengonsumsi makanan sehat ketika dianjurkan oleh pakar kesehatan seperti ahli gizi atau dokter.</p> <p>2. Keinginan konsumen dalam mengonsumsi makanan sehat ketika</p> | <p>a. Tingkat keinginan konsumen dalam mengonsumsi makanan sehat ketika dianjurkan oleh pakar kesehatan seperti ahli gizi atau dokter.</p> <p>b. Tingkat keinginan konsumen dalam mengonsumsi makanan</p> | Interval | 20 |
| | | | | 21 |

| | | | | |
|--|--|--|----------|----|
| | <p>dianjurkan oleh kerabat dekat yang awam mengenai ilmu kesehatan (teman, pasangan, keluarga,dll).</p> <p>3.Kesediaan konsumen membeli produk makanan sehat Ana Kitchen walaupun jaraknya jauh dari tempat tinggal.</p> <p>4.Kesediaan konsumen untuk rutin mengonsumsi makanan sehat demi menjaga kesehatannya</p> | <p>sehat ketika dianjurkan oleh kerabat dekat yang awam mengenai ilmu kesehatan (teman, pasangan, keluarga,dll).</p> <p>c.Tingkat kesediaan konsumen membeli produk makanan sehat Ana Kitchen walaupun jaraknya jauh dari tempat tinggal.</p> <p>d.Tingkat kesediaan konsumen untuk rutin mengonsumsi makanan sehat demi menjaga kesehatannya.</p> | | 22 |
| <p><i>Behavioral Intention</i> (Y): Niat berperilaku merupakan cara terbaik untuk memprediksi perilaku konsumen di masa yang akan datang. Oleh karena itu niat berperilaku selayaknya dikelola dengan baik, karena dengan pengelolaan dan pemanfaatan yang benar, pelanggan yang setia akan menjadi aset strategis perusahaan (Peter dan Olson, 1999).</p> | <p>A) Loyalty to the company (pelanggan melakukan pembelian ulang secara teratur):</p> <p>1.Keinginan konsumen untuk membeli kembali produk makanan sehat di Ana Kitchen.</p> <p>2.Kesanggupan konsumen untuk berlangganan produk makanan sehat di Ana Kitchen (hari/minggu/bulan/tahun).</p> <p>3.Keinginan konsumen untuk merekomendasikan jasa</p> | | Interval | 23 |
| | | <p>a.Tingkat keinginan konsumen untuk membeli kembali produk makanan sehat di Ana Kitchen.</p> <p>b.Tingkat kesanggupan konsumen untuk berlangganan produk makanan sehat di Ana Kitchen (hari/minggu/bulan/tahun)</p> <p>c.Tingkat keinginan konsumen untuk merekomendasikan jasa</p> | | 24 |
| | | | | 25 |

| | | | | |
|--|---|--|----------|--------------|
| | katering makanan sehat Ana Kitchen kepada orang lain (teman, keluarga, dan lainnya) | katering makanan sehat Ana Kitchen kepada orang lain (teman, keluarga, dan lainnya). | | |
| | <p>B) Willingness to pay more (Kesediaan untuk melakukan pembayaran yang lebih tinggi):</p> <p>1. Kesesuaian harga yang ditawarkan Ana Kitchen terhadap produk makanan sehat kepada konsumen.</p> <p>2. Kesiediaan konsumen untuk membayar harga lebih untuk mendapatkan produk makanan sehat di Ana Kitchen</p> | <p>a Tingkat kesesuaian harga yang ditawarkan Ana Kitchen terhadap produk makanan sehat kepada konsumen.</p> <p>b Tingkat kesiediaan konsumen untuk membayar harga lebih untuk mendapatkan produk makanan sehat di Ana Kitchen</p> | Interval | 26 27 |

Sumber: Diolah penulis, 2019

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014) mengemukakan mengenai populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dari populasi tersebut akan diperoleh variabel-variabel yang merupakan permasalahan dalam penelitian dan diperoleh suatu pemecahan masalah yang akan menunjang keberhasilan penelitian.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sarannya. Populasi dapat dibedakan antara populasi target atau sasaran. Menurut Silalahi (2012) populasi sasaran terdiri dari individu rumah tangga atau kelompok dalam yurisdiksi yang menjadi perhatian. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah para konsumen yang berlangganan atau membeli produk makanan sehat di Ana Kitchen Garut (Silalahi, 2012). Populasi dari

penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau sedang menggunakan jasa katering makanan sehat dari Ana Kitchen Garut dan tinggal di Garut serta sekitarnya selama tahun 2018 yaitu sebanyak 400 orang (Admin Ana Kitchen Garut).

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2015). Berdasarkan populasi yang ada maka pengambilan sampel penelitian ini menggunakan tabel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael yaitu sebagai berikut (Sugiyono, 2009):

Tabel 3.2

Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael dari Populasi Tertentu Dengan

| N | 1% | 5% | 10% | N | 1% | 5% | 10% | N | 1% | 5% | 10% |
|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|
| 10 | 10 | 10 | 10 | 280 | 197 | 155 | 138 | 2800 | 537 | 310 | 247 |
| 15 | 15 | 14 | 14 | 290 | 202 | 158 | 140 | 3000 | 543 | 312 | 248 |
| 20 | 19 | 19 | 19 | 300 | 207 | 161 | 143 | 3500 | 558 | 317 | 251 |
| 25 | 24 | 23 | 23 | 320 | 216 | 167 | 147 | 4000 | 569 | 320 | 254 |
| 30 | 29 | 28 | 27 | 340 | 225 | 172 | 151 | 4500 | 578 | 323 | 255 |
| 35 | 33 | 32 | 31 | 360 | 234 | 177 | 155 | 5000 | 586 | 326 | 257 |
| 40 | 38 | 36 | 35 | 380 | 242 | 182 | 158 | 6000 | 598 | 329 | 259 |
| 45 | 42 | 40 | 39 | 400 | 250 | 186 | 162 | 7000 | 606 | 332 | 261 |
| 50 | 47 | 44 | 42 | 420 | 257 | 191 | 165 | 8000 | 613 | 334 | 263 |
| 55 | 51 | 48 | 46 | 440 | 265 | 195 | 168 | 9000 | 618 | 335 | 263 |
| 60 | 55 | 51 | 49 | 460 | 272 | 198 | 171 | 10000 | 622 | 336 | 263 |
| 65 | 59 | 55 | 53 | 480 | 279 | 202 | 173 | 15000 | 635 | 340 | 266 |
| 70 | 63 | 58 | 56 | 500 | 285 | 205 | 176 | 20000 | 642 | 342 | 267 |
| 75 | 67 | 62 | 59 | 550 | 301 | 213 | 182 | 30000 | 649 | 344 | 268 |
| 80 | 71 | 65 | 62 | 600 | 315 | 221 | 187 | 40000 | 663 | 345 | 269 |
| 85 | 75 | 68 | 65 | 650 | 329 | 227 | 191 | 50000 | 655 | 346 | 269 |
| 90 | 79 | 72 | 68 | 700 | 341 | 233 | 195 | 75000 | 658 | 346 | 270 |
| 95 | 83 | 75 | 71 | 750 | 352 | 238 | 199 | 100000 | 659 | 347 | 270 |
| 100 | 87 | 78 | 73 | 800 | 363 | 243 | 202 | 150000 | 661 | 347 | 270 |
| 110 | 94 | 84 | 78 | 850 | 373 | 247 | 205 | 200000 | 661 | 347 | 270 |
| 120 | 102 | 89 | 83 | 900 | 382 | 251 | 208 | 250000 | 662 | 348 | 270 |
| 130 | 109 | 95 | 88 | 950 | 391 | 255 | 211 | 300000 | 662 | 348 | 270 |
| 140 | 116 | 100 | 92 | 1000 | 399 | 258 | 213 | 350000 | 662 | 348 | 270 |
| 150 | 122 | 105 | 97 | 1100 | 414 | 265 | 217 | 400000 | 662 | 348 | 270 |
| 160 | 129 | 110 | 101 | 1200 | 427 | 270 | 221 | 450000 | 663 | 348 | 270 |
| 170 | 135 | 114 | 105 | 1300 | 440 | 275 | 224 | 500000 | 663 | 348 | 270 |
| 180 | 142 | 119 | 108 | 1400 | 450 | 279 | 227 | 550000 | 663 | 348 | 270 |
| 190 | 148 | 123 | 112 | 1500 | 460 | 283 | 229 | 600000 | 663 | 348 | 270 |
| 200 | 154 | 127 | 115 | 1600 | 469 | 286 | 232 | 650000 | 663 | 348 | 270 |
| 210 | 160 | 131 | 118 | 1700 | 477 | 289 | 234 | 700000 | 663 | 348 | 270 |
| 220 | 165 | 135 | 122 | 1800 | 485 | 292 | 235 | 750000 | 663 | 348 | 270 |
| 230 | 171 | 139 | 125 | 1900 | 492 | 294 | 237 | 800000 | 663 | 348 | 271 |
| 240 | 176 | 142 | 127 | 2000 | 498 | 297 | 238 | 850000 | 663 | 348 | 271 |
| 250 | 182 | 146 | 130 | 2200 | 510 | 301 | 241 | 900000 | 663 | 348 | 271 |
| 260 | 187 | 149 | 133 | 2400 | 520 | 304 | 243 | 950000 | 663 | 348 | 271 |
| 270 | 192 | 152 | 135 | 2600 | 529 | 307 | 245 | 1000000 | 663 | 348 | 271 |
| | | | | | | | | ∞ | 664 | 349 | 272 |

Sumber: Sugiyono, 2009

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jika jumlah populasinya adalah 400 orang maka diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 162 responden dengan taraf kesalahan 10%.

3.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2013) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012), meliputi *systematic random sampling*, *propotionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan area (*cluster*) sampling (sampling menurut daerah). Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012), yaitu meliputi sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, *purposive sampling*, sampling jenuh/sensus, dan *snowball sampling*.

Penelitian ini menggunakan teknik *systematic random*. *Systematic sampling* merupakan bagian dari teknik *probability sampling* karena penelitian ini adalah populasi bergerak yang bersifat homogen dan dapat digunakan tanpa pengetahuan bingkai. Peneliti memilih metode tersebut agar mudah dalam menentukan objek untuk dijadikan sampel tetap yaitu dengan menerapkan aturan pada setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013) bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Secara umum terdapat beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner, serta studi literatur. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Teknik komunikasi langsung dengan pihak Ana Kitchen Garut untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan Ana Kitchen Garut. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan maksud untuk mendapat informasi langsung

dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian di Ana Kitchen Garut.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti yaitu katering makanan sehat Ana Kitchen Garut khususnya mengenai cara pengolahan untuk makanan sehat itu sendiri.

3. Angket/Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memperi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman serta penilaian pada keseluruhan hasil *Health Awareness*, *Knowledge of Healthy Food* serta *Behavioral Intention*. Kuesioner ditujukan kepada konsumen yang pernah atau sedang menggunakan jasa katering makanan sehat Ana Kitchen Garut dan tinggal di daerah Garut dan sekitarnya. Cara penyebaran kuesioner dilakukan dengan menyebarkan formulir kuesioner secara *online*.

4. Studi Literatur

Studi Literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti, terdiri dari *health awareness*, *knowledge of healthy food*, dan *behavioral intention*.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis diantaranya data primer dan data sekunder. Menurut Uma Sekaran (2013) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti pada variabel untuk tujuan khusus penelitian. Sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada.

Berdasarkan data dan sumber daya yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya pada tabel 3.3, sebagai berikut:

Tabel 3.3
Jenis dan Sumber Data Penelitian

| No. | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|-----|--|------------|---|
| 1 | Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2014-2018 | Sekunder | Badan Pusat Statistik |
| 2 | Jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Jawa Barat tahun 2013-2017 | Sekunder | Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat |
| 3 | Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Menurut Kabupaten/Kabupaten di Provinsi Jawa Barat tahun 2018 | Sekunder | Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat |
| 4 | Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kabupaten/Kabupaten di Provinsi Jawa Barat 2014-2016 | Sekunder | Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat |
| 5 | Pengeluaran Konsumsi kelompok Makanan Per Bulan Menurut Kelompok Makanan di Kabupaten Garut, 2017 | Sekunder | Survei Sosial Ekonomi Nasional, Maret 2017. Badan Pusat Statistik Garut |
| 6 | Jumlah pelanggan Ana Kitchen tahun 2019 | Sekunder | Data Administrasi Ana Kitchen Garut |

Sumber: Diolah penulis, 2019

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Wardiyanta (2006) dalam melakukan penelitian, seorang peneliti memerlukan sebuah alat ukur untuk dapat memperoleh data yang berkualitas dan sesuai dengan maksud tujuan peneliti.

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pertanyaan pada angket tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket. Dasar pengambilan keputusan untuk menyatakan angket dikatakan valid adalah jika nilai significant test butir pertanyaan lebih kecil dari nilai significancy yang telah ditetapkan yakni 0.05 (Bagus Rai Utama, 2012). Instrumen yang telah disusun, disebar dan diisi oleh responden, kemudian dapat dilakukan pengujian validitas secara statistik. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut (Juliandi & Irfan, 2014):

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \times \sum X^2 - (\sum X)^2\} \times \{n \times \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan: r_{xy} = Koefisien validitas yang dicari

n = Banyaknya responden

x = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadran dalam distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadran dalam distribusi Y

Langkah-langkah pengujian dengan korelasi adalah sebagai berikut (Juliandi & Irfan, 2014):

1. Korelasikan skor-skor suatu nomor angket dengan skor total seluruh item.
2. Jika nilai korelasi (r) yang diperoleh adalah positif, kemungkinan butir yang diuji tersebut adalah valid.

3. Walaupun positif, perlu pula nilai korelasi (r) yang dihitung tersebut dilihat signifikannya dengan cara:

a) Item pertanyaan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

b) Item pertanyaan dikatakan valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

r_{tabel} yang digunakan untuk menguji validitas data didapat dari rumus $(df) n-2$, dimana n adalah jumlah responden sebagai uji coba. Maka dari itu, $(df) 30-2 = 28$. Dengan menggunakan $\alpha 0.05$ maka r_{tabel} yang didapatkan yaitu 0.3610.

4. Butir instrument yang tidak valid (salah) tidak layak untuk dijadikan item dalam instrument penelitian.

Peneliti menggunakan SPSS sebagai alat untuk mengetahui validitas data yang didapatkan dari data yang telah diperoleh peneliti pada penelitian ini.

a. Variabel *Knowledge of Healthy Food* (X1)

Adapun hasil dari perhitungan untuk variabel *Knowledge of Healthy Food* dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas *Knowledge of Healthy Food*

| No | Variabel | r_{hitung} | R_{tabel} | Hasil Uji |
|----|----------|--------------|-------------|-----------|
| 1 | Q1 | 0.620 | 0.3610 | Valid |
| 2 | Q2 | 0.581 | 0.3610 | Valid |
| 3 | Q3 | 0.515 | 0.3610 | Valid |
| 4 | Q4 | 0.616 | 0.3610 | Valid |
| 5 | Q5 | 0.436 | 0.3610 | Valid |
| 6 | Q6 | 0.586 | 0.3610 | Valid |
| 7 | Q7 | 0.620 | 0.3610 | Valid |
| 8 | Q8 | 0.705 | 0.3610 | Valid |

Sumber: Data Diolah Penulis (2019)

Berdasarkan tabel 3.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa angka yang didapat dari r_{hitung} pada setiap pernyataan memperoleh angka yang lebih besar di bandingkan r_{tabel} . Hal tersebut dapat membuktikan bahwa semua pernyataan yang diajukan pada variabel

(X1) yaitu *knowledge of healthy food* sudah valid/dapat dijadikan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

b. Variabel *Health Awareness* (X2)

Adapun hasil dari perhitungan untuk variabel *health awareness* dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas *Health Awareness*

| No | Variabel | r_{hitung} | R_{tabel} | Hasil Uji |
|----|----------|--------------|-------------|-----------|
| 1 | Q9 | 0.602 | 0.3610 | Valid |
| 2 | Q10 | 0.710 | 0.3610 | Valid |
| 3 | Q11 | 0.473 | 0.3610 | Valid |
| 4 | Q12 | 0.385 | 0.3610 | Valid |
| 5 | Q13 | 0.679 | 0.3610 | Valid |
| 6 | Q14 | 0.567 | 0.3610 | Valid |
| 7 | Q15 | 0.561 | 0.3610 | Valid |
| 8 | Q16 | 0.457 | 0.3610 | Valid |
| 9 | Q17 | 0.580 | 0.3610 | Valid |
| 10 | Q18 | 0.624 | 0.3610 | Valid |
| 11 | Q19 | 0.483 | 0.3610 | Valid |
| 12 | Q20 | 0.435 | 0.3610 | Valid |
| 13 | Q21 | 0.397 | 0.3610 | Valid |
| 14 | Q22 | 0.463 | 0.3610 | Valid |

Sumber: Data Diolah Penulis (2019)

Berdasarkan tabel 3.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa angka yang didapat dari r_{hitung} pada setiap pernyataan memperoleh angka yang lebih besar di bandingkan r_{tabel} . Hal tersebut dapat membuktikan bahwa semua pernyataan yang diajukan pada variabel (X2) yaitu *health awareness* sudah valid/dapat dijadikan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

c. Variabel *Behavioral Intention* (Y)

Adapun hasil dari perhitungan untuk variabel *behavioral intention* dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas *Behavioral Intention*

| No | Variabel | r_{hitung} | R_{tabel} | Hasil Uji |
|----|----------|--------------|-------------|-----------|
| 1 | Q23 | 0.603 | 0.3610 | Valid |
| 2 | Q24 | 0.579 | 0.3610 | Valid |
| 3 | Q25 | 0.521 | 0.3610 | Valid |
| 4 | Q26 | 0.563 | 0.3610 | Valid |
| 5 | Q27 | 0.640 | 0.3610 | Valid |

Sumber: Data Diolah Penulis (2019)

Berdasarkan tabel 3.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa angka yang didapat dari r_{hitung} pada setiap pernyataan memperoleh angka yang lebih besar di bandingkan r_{tabel} . Hal tersebut dapat membuktikan bahwa semua pernyataan yang diajukan pada variabel (Y) yaitu *behavioral intention* sudah valid/dapat dijadikan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu tingkat kemantapan suatu alat ukur (Sugiyono, 2009). Alat ukur yang reliabel adalah alat ukur yang dapat mengungkap data yang cukup dapat dipercaya.

Uji reliabilitas dapat memperlihatkan sejauh mana alat/instrumen yang digunakan dapat memberikan hasil dari pengukuran secara baik atau konsisten. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus koefisien alpha ronbach yaitu > 0.60 (Sudjana, 2005), rumusnya yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum q_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan: r_{11} = reliabilitas instrument

n = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Kriteria uji:

Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan reliabel.

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan tidak reliabel.

Peneliti menggunakan SPSS sebagai alat untuk mengetahui reliabilitas data yang didapatkan dari data yang telah diperoleh peneliti. Peneliti melakukan uji coba kepada 30 orang responden yaitu konsumen yang pernah mencoba menu *healthy food* (makanan sehat) di Ana Kitchen Garut. Tujuannya untuk mengetahui reliabel atau tidaknya pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden. Hasil reliabilitas dapat dilihat dengan tabel berikut ini:

Tabel 3.7

Hasil Reliabilitas Angket *Knowledge of Healthy Food*

| Cronbach's Alpha | N of Item |
|-------------------------|------------------|
| 0.872 | 8 |

Sumber: Data Hasil Pengolahan, 2019

Berdasarkan tabel 3.7 hasil dari pengujian reliabilitas di atas menunjukkan bahwa seluruh item angket yang disebar mengenai *knowledge of healthy food* terhadap *behavioral intention* dinyatakan reliabel, karena cronbach's alpha $0.872 > 0.60$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang terdapat pada angket yang digunakan sudah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang digunakan untuk mengukur menu sudah memberikan hasil yang konsisten.

Tabel 3.8

Hasil Reliabilitas Angket *Health Awareness*

| Cronbach's Alpha | N of Item |
|-------------------------|------------------|
| 0.893 | 14 |

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 3.8 hasil dari pengujian reliabilitas di atas menunjukkan bahwa seluruh item angket yang disebar mengenai *health awareness* terhadap *behavioral intention* dinyatakan reliabel, karena cornbach's alpha $0.893 > 0.60$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang terdapat pada angket yang digunakan sudah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang digunakan untuk mengukur *health awareness* sudah memberikan hasil yang konsisten.

Tabel 3.9
Hasil Reliabilitas Angket *Behavioral Intention*

| Cronbach's Alpha | N of Item |
|------------------|-----------|
| 0.876 | 5 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel 3.9 hasil dari pengujian reliabilitas di atas menunjukkan bahwa seluruh item angket yang disebar mengenai *behavioral intention* dinyatakan reliabel, karena cornbach's alpha $0.876 > 0.60$. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang terdapat pada angket yang digunakan sudah reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian sudah memberikan hasil yang konsisten.

3.8 Rancangan Analisis Deskriptif dan Verifikatif

3.8.1 Analisis Deskriptif

Peneliti melakukan analisa data dengan analisis deskriptif. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan hasil dari variabel X1 dan X2 serta Y dalam upaya menjawab tujuan dari penelitian yang bersifat deskriptif.

3.8.2 Analisis Verifikatif

Variabel-variabel dalam penelitian ini disusun dalam bentuk angket, guna melihat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Angket yang telah disusun diharapkan dapat memberikan keterangan data mengenai *knowledge of healthy food* dan *health awareness* terhadap *behavioral intention*. Maka dari itu diperlukan analisis regresi berganda untuk mengetahui besaran variabel *knowledge of healthy food* (X1) dan *health awareness* (X2) terhadap *behavioral intention* (Y).

Langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik analisis data verifikatif adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk dapat mengetahui variabel dependen, independent atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Pada penelitian ini pengujian asumsi normalitas dengan menggunakan Kolmogrov-Smirnov.

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi mempunyai banyak jenis yang dapat dipilih dalam melakukan penelitian. Peneliti menggunakan analisis korelasi *pearson product moment* (r). Teknik analisis PPM (*pearson product moment*) termasuk teknik analisis parametric yang menggunakan data interval dan ratio dengan persyaratan tertentu (Ridwan & Sunarto, 2013). Rumus yang digunakan yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \times \sum X^2 - (\sum X)^2\} \times \{n \times \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan: r_{xy} = Koefisien validitas yang dicari

n = Banyaknya responden

x = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadran dalam distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadran dalam distribusi Y

Korelasi PPM dikembangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga $(-1 \leq r \leq +1)$. Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasi negative sempurna; apabila $r = 0$ artinya tidak ada korelasi dan apabila $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.10
Interpretasi Koefisiensi Korelasi Nilai r

| Interval Koefisiensi | Tingkat Hubungan |
|----------------------|------------------|
| 0.80 – 1.000 | Sangat kuat |
| 0.60 – 0.799 | Kuat |
| 0.40 – 0.599 | Cukup kuat |
| 0.20 – 0.399 | Rendah |
| 0.00 – 0.199 | Sangat rendah |

Sumber: Riduwan, 2013

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya (X1), (X2), (X3),..., (Xn) hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Riduwan, 2013). Kegunaannya yaitu untuk meramalkan nilai variabel terikat (Y) jika variabel bebas minimal dua. Maka persamaan regresi ganda dirumuskan dengan:

$$\hat{y} = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

keterangan :

\hat{y} = Variabel terikat yang diproyeksikan

a = Nilai konstanta harga Y jika X=0

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan

x = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diproyeksikan

4. Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisiensi determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisiensi determinasi merupakan kuadrat koefisiensi korelasi (r^2). Adapun rumus koefisiensi korelasi determinasi adalah sebagai berikut (Buchari Alma, 2009):

$$\hat{R} = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KP = Nilai Koefisiensi determinasi

R = Koefisiensi korelasi

3.8.3 Pengujian Hipotesis

1. Uji Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji bahwa keseluruhan variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent, uji F dapat dilakukan dengan cara menghitung hasil Fhitung dengan Ftabel dengan $\alpha = 0.1$.

Hasil perhitungan dapat diartikan sebagai berikut:

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya signifikan.

Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak signifikan.

$$\frac{S_1^2}{S_2^2}$$

(Alfianika,2016)

Keterangan:

F = Kehomogenan varians

S_1^2 = Varians terbesar

S_2^2 = Varian terkecil

Jika nilai f sudah ditetapkan, maka dibandingkan dengan nilai f yang terdapat di dalam distribusi f dengan taraf signifikan 5% dan dk pembilang = $n_1 - 1$, dk penyebut $n_1 - 1$. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti kelompok data mempunyai varian dan memiliki varian tidak homogenya.

2. Uji Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dengan rumusan hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk pengujian signifikan koefisien korelasi hipotesis, dihitung dengan menggunakan uji t dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2011})$$

Keterangan:

t = t hitung

n = ukuran sampel

r = nilai koefisien korelasi

Dalam kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Ha diterima atau Ho ditolak).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti variabel X berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Y (Ha diterima atau Ho ditolak).