



Penentu Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Makanan Sehat di Kabupaten Gresik di Masa Pandemi COVID-19

***Noor Shania Mashunna**

Universitas Negeri Surabaya,
Indonesia

Luthfiyah Nurlaela

Universitas Negeri Surabaya,
Indonesia

Lucia Tri Pangesthi

Universitas Negeri Surabaya,
Indonesia

Mauren Gita Miranti

Universitas Negeri Surabaya,
Indonesia

***Corresponding author:**

Noor Shania Mashunna, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia.

✉ noormashunna16050394050@mhs.unesa.ac.id

Article Info :

Article history:

Received: February 4, 2024

Revised: April 5, 2024

Accepted: June 10, 2024

Keywords:

external factors;
internal factors;
decision making;
healthy food;
COVID-19

Kata Kunci:

faktor eksternal;
faktor internal;
pengambilan keputusan;
makanan sehat;
COVID-19

Abstract

Background: The COVID-19 pandemic, which has persisted since 2020, has posed serious health risks and increased public awareness of the importance of maintaining immunity through the consumption of healthy and nutritious food. One form of preventive behavior during the pandemic is reflected in consumers' decisions to purchase healthy food, which may be influenced by various external and internal factors.

Objective: This study aims to examine the partial and simultaneous effects of external and internal factors on consumers' decisions to purchase healthy food during the COVID-19 pandemic in Gresik Regency.

Methods: This research employed a quantitative approach with a causal associative design using a survey method. The sampling technique applied was purposive sampling, involving 100 respondents. Data were collected online through Google Forms distributed via WhatsApp, Twitter, and Instagram. The data were analyzed using the paired sample t-test and the F-test (ANOVA).

Results: The results indicate that consumers' decisions to purchase healthy food in Gresik Regency during the COVID-19 pandemic were significantly influenced by external factors, including family, social class, and convenience (significance value = 0.000). In contrast, internal factors such as knowledge, lifestyle, and perception did not have a significant effect on consumer decision-making (significance value = 0.687). Simultaneously, the combination of external and internal factors had a significant effect on consumers' purchasing decisions (significance value = 0.000).

Conclusion: Consumer decisions to purchase healthy food during the COVID-19 pandemic in Gresik Regency were predominantly influenced by external factors rather than internal factors. Nevertheless, when considered jointly, both external and internal factors play an important role in shaping healthy food purchasing decisions.

Abstrak

Latar Belakang: Pandemi COVID-19 yang telah berlangsung sejak tahun 2020 telah menimbulkan risiko kesehatan yang serius dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kekebalan melalui konsumsi makanan sehat dan bergizi. Salah satu bentuk perilaku preventif di masa pandemi tercermin dari keputusan konsumen untuk membeli makanan sehat, yang mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak parsial dan simultan dari faktor eksternal dan internal terhadap keputusan konsumen untuk membeli makanan sehat selama pandemi COVID-19 di Kabupaten Gresik.

Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling, melibatkan 100 responden. Data dikumpulkan secara online melalui Google Formulir yang didistribusikan melalui WhatsApp, Twitter, dan Instagram. Data dianalisis menggunakan uji-t sampel berpasangan dan uji-F (ANOVA).

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk membeli makanan sehat di Kabupaten Gresik selama pandemi COVID-19 secara signifikan dipengaruhi oleh faktor eksternal, termasuk keluarga, kelas sosial, dan kenyamanan (nilai signifikansi = 0,000). Sebaliknya, faktor internal seperti pengetahuan, gaya hidup, dan persepsi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen (nilai signifikansi = 0,687). Secara bersamaan, kombinasi faktor eksternal dan internal memiliki efek yang signifikan pada keputusan pembelian konsumen (nilai signifikansi = 0,000).

Kesimpulan: Keputusan konsumen untuk membeli makanan sehat selama pandemi COVID-19 di Kabupaten Gresik sebagian besar dipengaruhi oleh faktor eksternal daripada faktor internal. Demikian, jika dipertimbangkan bersama, faktor eksternal dan internal memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pembelian makanan sehat.

To cite this article: Mashunna, N. S., Nurlaela, L., Pangesthi, L. T., & Miranti, M. G. (2024). Penentu Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Makanan Sehat di Kabupaten Gresik di Masa Pandemi COVID-19. *Journal of Law & Social Politics*, 2 (1), 50-62. <https://doi.org/10.59261/jlsp.v2i1.36>

PENDAHULUAN

Indonesia pada tahun 2020 menghadapi pandemi yang dikenal sebagai virus SARS-CoV-2. atau virus COVID-19. Ada 9,4% atau 389.715 kasus COVID-19 di Jawa Timur, total 5.901 pasien menjalani perawatan atau isolasi mandiri, 354.816 orang dinyatakan sembuh, dan 28.998 orang meninggal. Sebagian besar dari mereka yang terinfeksi virus memiliki gejala gangguan pernapasan ringan hingga sedang yang dapat pulih tanpa memerlukan perawatan medis. Pasien dengan kondisi bawaan seperti diabetes, penyakit Kardiovaskular, penyakit pernapasan kronis, atau kanker lebih mungkin terinfeksi virus COVID-19, yang dapat menyebabkan penyakit serius dan kematian pada usia berapa pun. Beberapa orang yang terinfeksi virus COVID-19 namun tidak memiliki gejala disebut orang tanpa gejala (OTG) atau tanpa gejala. OTG mungkin terasa sehat, tetapi mereka membawa virus ini dan dapat menyebarkannya ke orang lain yang rentan terpapar virus COVID-19.

Virus Corona (COVID-19) dapat menyebar dari cairan yang keluar, dari mulut dan hidung orang yang terinfeksi saat batuk, bersin, berbicara, atau bernapas. Bentuk pencegahan penularan COVID-19 yang terbaik adalah menjaga jarak minimal 1-2 meter per individu (physical distance), menggunakan masker dan mencuci tangan. atau menggunakan pembersih tangan secara teratur. Jangan hanya menjaga jarak fisik tetapi juga mendapatkan vaksinasi. Selain menerapkan protokol, Kesehatan. Untuk mencegah penularan COVID-19, penting juga untuk memperkuat sistem kekebalan tubuh. Meningkatkan sistem kekebalan tubuh dapat dicapai melalui olahraga teratur dan makan makanan sehat dan nutrisi seimbang. Selain itu, pandemi COVID-19 telah banyak berdampak pada semua bidang kehidupan, terutama di bidang kesehatan. Orang-orang berbondong-bondong untuk meningkatkan kualitas kesehatan mereka dan mencegah paparan virus COVID-19. Diet sebagai indikator gaya hidup mempengaruhi sistem kekebalan tubuh. Diet bergizi dan kaya protein dapat bermanfaat bagi sistem metabolisme tubuh manusia. Pola makan sehat yang memenuhi gizi seimbang perlu diterapkan di masa pandemi COVID-19 dan membantu pemerintah menahan wabah COVID-19.

Salah satu upaya untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh adalah dengan mengonsumsi makanan sehat sesuai dengan anjuran Kementerian Kesehatan di piring setiap hari seperti yang direkomendasikan oleh Kementerian Kesehatan. Itu harus terdiri dari makanan pokok yang menjadi sumber karbohidrat seperti: nasi, jagung, kentang, umbi-umbian. Lauk pauk adalah sumber protein dan mineral. Lauk hewan seperti daging, ikan, ayam, dan telur. Lauk nabati seperti tahu, tempe, dan kacang-kacangan. Sayuran dan buah-buahan adalah sumber vitamin dan manfaat. Antioksidan adalah vitamin A, C, dan E. Dan jangan lupa minum 8 gelas air.sehari.

Rekomendasi ini dapat memenuhi kebutuhan nutrisi harian tubuh untuk menjaga sistem kekebalan tubuh.

Ada dua| Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor ini dapat mempengaruhi pilihan makanan, baik secara individu maupun sebagai anggota keluarga. Faktor internal berupa pengetahuan, gaya hidup, dan persepsi tentang sesuatu, sedangkan faktor eksternal berupa lingkungan. Sindy & Linarda, (2013), Pengambilan keputusan seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kepribadian dan pengetahuan seseorang, faktor eksternal termasuk gaya hidup dan kelas sosial. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang antara lain faktor lingkungan, Rahmawati, (2019) faktor kebiasaan pribadi, faktor strategi promosi produk, faktor aktivitas, faktor waktu, faktor daya tarik dan keunikan produk, faktor asumsi, faktor pengetahuan produk, dan faktor kondisi fisik produk. Dalam penelitian lain, disebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang dibagi menjadi dua faktor, yaitu internal dan eksternal. Faktor eksternal termasuk keluarga, sosial, budaya, dan kelompok referensi, Selain itu, ada juga faktor internal yang meliputi motivasi, persepsi, sikap, gaya hidup, kepribadian, dan pembelajaran.

Basith & Fadhilah, (2018): Sindy & Linarda, (2013) Dari beberapa sumber yang telah dibaca dan ditinjau, faktor eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Keluarga, selama pandemi COVID-19 yang selama 2 tahun terakhir selalu muncul beberapa varian baru yang menyebabkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) menyebabkan individu tidak dapat bersosialisasi dengan orang lain. Namun, dia masih bertemu keluarganya di rumah. Keluarga dianggap sebagai faktor terpenting dalam mendorong individu untuk melakukan pembelian barang. Keluarga juga merupakan kelompok referensi utama dan memiliki pengaruh dominan dalam pengambilan keputusan; 2) Kelas sosial adalah beberapa kelompok yang relatif permanen dalam tatanan sosial masyarakat di mana kelompok terdiri dari orang-orang yang memiliki nilai yang sama, memiliki minat dan menunjukkan perilaku yang sama. Ini juga tetap berpengaruh bahkan selama pandemi COVID-19; 3) Faktor kenyamanan adalah faktor terpenting bagi seseorang untuk memutuskan untuk membeli makanan berulang kali. Didukung oleh hasil penelitian, ditemukan bahwa keputusan pembelian sebagian besar orang dipengaruhi oleh faktor kenyamanan untuk menghindari risiko sakit. Di masa pandemi COVID-19, kemudahan atau kenyamanan menjadi faktor yang sangat penting karena seiring dengan adanya PPKM.

Dari beberapa artikel dan sumber yang telah dibaca peneliti, faktor internal penelitian ini adalah: 1) Pengetahuan, yaitu informasi yang berkaitan dengan pemahaman tujuan dan tindakan potensial; Ini kemudian mudah diingat. Pengetahuan memiliki kemampuan untuk memprediksi sesuatu dengan mengenali pola. Pengetahuan memiliki kemampuan untuk mengendalikan perilaku. Cara memperoleh pengetahuan atau pembelajaran terjadi melalui interaksi impuls, rangsangan, tanda, reaksi dan penguatan. Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajar dan dapat diselidiki. Pengalaman belajar konsumen memfasilitasi perilaku pembeli dan pengambilan keputusan. 2) Gaya hidup mencerminkan interaksi umum individu secara keseluruhan dengan lingkungannya dan contoh umum perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup individu terkait dengan perilaku konsumen, terutama dalam pengambilan keputusan (Hanum, 2017; Kotler, 2018). tentang memilih produk atau layanan. Keputusan konsumen dipengaruhi oleh usia, pekerjaan, situasi keuangan (gaji), gaya hidup, karakter dan citra diri konsumen. 3) Persepsi, ada tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan, faktor psikologis dan faktor situasional. Faktor psikologis antara lain persepsi Augusta, (2018): Sangadji & Sopiah, (2014) akal, pembelajaran, perilaku dan karakter. Persepsi konsumen adalah proses individu dalam memilih, mengatur, dan menerjemahkan rangsangan informasi yang menjadi pemikiran yang memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Persepsi konsumen juga erat kaitannya dengan persepsi subjektif pribadi tentang realitas, sehingga apa yang dilakukan konsumen tidak didasarkan pada realitas objektif, melainkan merupakan reaksi terhadap persepsi subjektif. Oleh karena itu, persepsi digunakan sebagai salah satu faktor internal dalam penelitian ini (MS Kridani, 2020; Sangadji & Sopiah, 2014).

Dalam penelitian ini terdapat update yaitu adanya faktor COVID-19, di masa pandemi yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli makanan sehat, update tersebut memiliki faktor internal dan eksternal dalam pengambilan keputusan. Situasi pandemi COVID-19 juga mempengaruhi psikologi masyarakat, dengan tingkat stres dan kecemasan di masyarakat lebih tinggi dibandingkan sebelum pandemi COVID-19. Situasi ini kemungkinan akan mengubah perilaku konsumtif masyarakat, karena banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Apalagi mengingat setiap individu berperilaku berbeda dalam proses pembelian.

Berdasarkan latar belakang, Tujuan penelitian ini dirumuskan untuk menentukan pengaruhnya; 1) faktor eksternal pada keputusan konsumen dalam memilih makanan sehat di masa pandemi COVID-19. 2) faktor internal terhadap keputusan konsumen dalam memilih makanan sehat. selama pandemi, COVID-19. 3) faktor eksternal dan internal - pada keputusan konsumen dalam memilih makanan sehat selama pandemi COVID-19.

Motivasi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian juga mengalami transformasi signifikan selama krisis COVID-19. Vázquez-Martínez et al., (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa pandemi tidak hanya mempengaruhi aspek ekonomi tetapi juga dimensi psikologis dan sosial konsumen. Studi tersebut mengidentifikasi bahwa faktor-faktor seperti demografi, kepribadian, keluarga, budaya, dan kelas sosial berinteraksi secara kompleks dalam membentuk keputusan pembelian di masa pandemi. Konsumen cenderung menunjukkan perilaku yang lebih rasional dan terencana dalam menghadapi ketidakpastian, dengan fokus yang meningkat pada produk-produk esensial dan kesehatan.

Pandemi COVID-19 telah mengubah fundamental perilaku pembelian makanan rumah tangga secara global. Bender et al., (2022) mengungkapkan bahwa keterbatasan akses ke toko fisik dan kekhawatiran akan keamanan pangan selama pandemi mendorong konsumen untuk mengubah pola belanja mereka, dengan peningkatan signifikan dalam pembelian makanan dalam jumlah besar dan penggunaan layanan pengiriman makanan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa 62% responden memasak lebih banyak di rumah selama COVID-19, dengan 26% rumah tangga menambah kulkas dan 12% menambah freezer untuk penyimpanan makanan. Perubahan perilaku ini mencerminkan upaya konsumen untuk beradaptasi dengan kondisi pandemi yang tidak pasti.

METODE

Desain Penelitian

Percobaan ini merupakan studi kuantitatif menggunakan desain penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh antara dua atau lebih variabel. Hubungan kausal adalah hubungan kausal di mana satu variabel (bebas) atau lebih mempengaruhi variabel lain (terikat). Dalam penelitian ini, variabel yang mempengaruhi adalah faktor (X1) dan faktor internal (X2), dan variabel yang mempengaruhi adalah keputusan konsumen untuk membeli makanan sehat (Y). Metode yang digunakan adalah survei. Metode penelitian survei adalah metode yang mengumpulkan data dengan bantuan kuesioner dan wawancara.

Teknik Pengumpulan Data

Penduduk penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Gresik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam percobaan ini adalah *Target-Sampling*. Kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian ini adalah responden berusia 17 hingga 50 tahun yang berdomisili di Kabupaten Gresik. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 100 sampel dari Kabupaten Gresik, Kecamatan Kebomas, Kecamatan Manyar, Kecamatan Cerme, dan Kabupaten Bungah, sedangkan ukuran sampel yang baik untuk penelitian adalah 30-500 sampel. Penelitian dilakukan di Kabupaten Gresik pada Desember 2021 hingga Januari 2022 dengan menyebarkan kuesioner Sekaran, (2016) secara daring melalui *WhatsApp*, *Twitter*, dan *Instagram*.

Penelitian Instrumen

Dalam penelitian ini, variabel variabel bebas yang diteliti adalah faktor eksternal (X1) dan faktor internal (X2). Faktor eksternal (X1) dalam hal ini faktor keluarga, kelas sosial dan tingkat kemudahan dalam memilih makanan sehat. Adapun faktor internal (X2), termasuk faktor pengetahuan tentang makanan sehat, gaya hidup dan persepsi makanan sehat dari konsumen. Faktor-faktor tersebut akan menjadi variabel yang dibahas dalam penelitian ini sebagai faktor yang mempengaruhi masyarakat Kabupaten Gresik pada masa pandemi COVID-19, kemudian variabel terikat yang diteliti adalah pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat (Y). Faktor eksternal (X1) dan faktor internal (X2) disajikan secara rinci dalam Tabel 1.

Tabel 1. Variabel Riset dan Indikatornya

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator
1.	Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Pilihan Makanan Sehat (X1)	Faktor lingkungan konsumen yang mempengaruhi pilihan makanan sehat	Faktor Keluarga Faktor Kelas Sosial Faktor kenyamanan
2.	Faktor Internal yang Mempengaruhi Pilihan Makanan Sehat (X2)	Pengetahuan konsumen tentang makanan sehat, fungsi makanan sehat dan karakteristik makanan sehat	Faktor pengetahuan tentang makanan sehat
		Gaya hidup yang memengaruhi pilihan makanan sehat	Faktor Kehidupan yang Mempengaruhi Pilihan Makanan Sehat
		Persepsi konsumen dalam pilihan makanan sehat	Faktor persepsi yang mempengaruhi pilihan makanan sehat

Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert dari 1 – 4 dengan bantuan *Google Form* dengan tautan: <https://forms.gle/J3aQ8sMYxHsKepLy6>. Variabel dalam instrumen adalah faktor eksternal (X1), internal (X2) dan keputusan pembelian (Y). Instrumen tersebut divalidasi sebelum digunakan dengan hasil 49 pertanyaan, terdapat 2 soal tidak valid dan 47 soal valid. Dengan nilai reliabilitas 0,806, yang berarti kuesioner tersebut valid dan dapat diandalkan sehingga siap digunakan.

Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan diolah menjadi 2 tahapan dengan bantuan software SPSS versi 25, yaitu uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Uji asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dan uji multikolinearitas. Uji hipotesis kausalitas dilakukan dengan uji *Multiple Linear Regression*, uji T dan uji F (ANOVA).

Tes normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas dan/atau terikat pada distribusi normal atau abnormal dalam model regresi. Jika variabel tidak didistribusikan secara normal, hasil uji statistik akan berkurang. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui

apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel gratis. Efek multikolinearitas ini menyebabkan variabel tinggi dalam sampel. Arti standar *Kesalahan* besar dan t Hitung lebih banyak kecil dari t saat menguji koefisien. Ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan linier antara variabel bebas yang dipengaruhi oleh variabel terikat. Uji hipotesis kausalitas adalah dugaan atau jawaban sementara atas perumusan masalah yang mempertanyakan pengaruh faktor prediktif pada variabel respons.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Data Demografis Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Gresik. Ciri-ciri responden yang diambil dalam kuesioner ini adalah nama, nomor ponsel, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan. Data karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Kriteria	Kuantitas	Frekuensi Menanggapi (%)
1	Jenis kelamin		
	Wanita,	76	76
	Pria,	24	24
2	Usia		
	17-20	18	18
	21-25	69	69
	26-30	5	5
	31-35	1	1
	36-40	2	2
	41-45	1	1
	46-50	1	1
	>50	3	3
3	Pendidikan akhir		
	Dasar/Setara,	0	0
	Sekolah Menengah Pertama/Sederajat.	3	3
	Sekolah Menengah Atas/Sekolah	38	38
	Kejuruan/Sederajat.	4	4
	Ijazah.	53	53
	Sarjana	2	2
	Pascasarjana		
4	Pekerjaan		
	Mahasiswa	36	36
	Kewirausahaan	15	15
	Wiraswasta	6	6
	Karyawan Swasta	37	37
	Ibu rumah tangga	3	3
	Tidak berfungsi	3	3
5	Penghasilan		
	< Rp 2.000.000/	50	50
	Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	32	32
	Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000	7	7
	Rp 6.000.000 – Rp 8.000.000	6	6
	Rp 8.000.000 – Rp 10.000.000	2	2
	> Rp 10.000.000.	3	3

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa jenis kelamin, responden terbesar adalah perempuan, yaitu 76% (76 orang). Dengan rentang usia tertinggi 21-25 tahun sebesar 69% (69 orang). Jumlah kelompok sampel usia responden sangat berbeda, yaitu interval usia 17-20 tahun adalah 18%, 26-30 tahun adalah 5%, 31-35 tahun adalah 1%, 36-40 tahun adalah 2%, 41-45 tahun adalah 1%, 46-50 tahun adalah 1% dan >50 tahun adalah 3%. Kemudian, diketahui bahwa sebagian besar pendidikan terakhir responden adalah gelar sarjana (53%). Sebagian besar pekerjaan responden adalah karyawan swasta (37%). Dapat juga ditemukan bahwa sebagian besar pendapatan bulanan responden kurang dari Rp-2.000.000 dengan frekuensi 50% (50 orang).

Analisis Hasil Data-Responden

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tes Kolmogorov-Smirnov*, Tes Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel *free_residual* and *bound_variable*, terdistribusi secara normal. Hasil *tes Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat di Tabel 3.

Tabel 3. Hasil tes *Kolmogorov-Smirnov*

Satu Sampel Tes Kolmogorov-Smirnov		
Residu Tidak Standar		
Nx		100
Parameter Normal, b	Berarti	.0000000
	Penyimpangan jam	4.50563177
Perbedaan Paling Ekstrim	Absolutex	.080
	Positif	.060
	X negatif	-.080
Statistik Tes		.080
Asim.; Sig.l(2-berikor)		.119

Tabel 03 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi data untuk analisis *Tes Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,119. Nilai ini lebih signifikan daripada $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan distribusi normal data dalam penelitian.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan atau menguji korelasi antara variabel independen. Korelasi yang tinggi antara 2 variabel independen dalam penelitian awal dihindari karena dapat menyebabkan *kesalahan* *standard_* menjadi besar. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji multikolinearitas

Koefisiensa			
	Modem	Statistik Kolinearitas	
		Toleransi	pVIF
1	Konstan		
detik	Faktor-eksternal	.829	1.207
	Faktor Internal	.829	1.207

a. Variabel Dependen : Pengambilan Keputusan

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4 menunjukkan nilai *mToleransi* 0,829 dan nilai *nVIF* 1,207. Nilai *Toleransi* untuk penelitian ini lebih besar dari 0,1 dan nilai *VIF* untuk penelitian ini kurang dari 10, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier multiple *m* adalah model regresi yang berisi beberapa variabel independen. Tes regresi linier ganda dilakukan untuk menentukan arah dan tingkat pengaruh variabel independen pada variabel terikat. Hasil uji regresi linier berganda ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	R	R Square	Kotak R yang Disesuaikan	Std. Estimasi	Error dari
1	.56	.322	.309	4.55184	

sebuah. *Prediktor: (Konstan)*, Internal, Eksternal

Hasil uji regresi linier ganda pada Tabel 5 menunjukkan bahwa *Ro Square* adalah 0,322 atau 32,2%. Oleh karena itu, 32,2% dari koefisien penentuan variabel (Y) dipengaruhi oleh faktor eksternal (X1) dan faktor internal (X2). Di sisi lain, 67,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

4. Test-Efek Parsial (Tes. Q)

Uji-T dilakukan untuk menentukan pengaruh faktor eksternal dan internal terhadap pengambilan keputusan, masing-masing – sebagian. Tes MT dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25, hasil pengujian dapat dijelaskan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji T

Model	Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar		
	Br	Kesalahan Std.b	Bit	Televisi	Saye
(Konstan) q	29.908	3.103		9.637	.000
Eksternal	.722	.114	.582	6.342	.000
Internal	-.014	.035	-.037	-.404	.687

a. *Dependent Variable* : Pengambilan Keputusan

Hasil uji T pada Tabel 6 menunjukkan nilai signifikansi faktor eksternal sebanyak 0,000 dan faktor internal sebesar 0,687. Nilai signifikansi faktor eksternal adalah 0,000 lebih banyak dari nilai α yaitu 0,05. Dari hal ini tersebut, dapat disimpulkan bahwa selama pandemi COVID-19, faktor eksternal mempengaruhi keputusan untuk membeli makanan sehat bagi masyarakat di Kabupaten Gresik. Nilai signifikan faktor internal sebesar 0,687 lebih besar dari nilai α yaitu 0,05, namun disimpulkan bahwa faktor internal tidak mempengaruhi keputusan pembelian makanan sehat bagi masyarakat di Kabupaten Gresik selama periode COVID-19.

5. Uji Pengaruh Simultan (Tes SF)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki efek secara bersamaan atau bersama-sama pada variabel terikat. Hasil staples kosong dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Tes F

ANOVA					
Model G	Sumdog Square Sg	Dfl	Rata- rata Persegi	F	Tanda Cipta
Regresi	956.589	2	478.29 4	23 .0 85	000b
Sisa	2009.771	97	20.719		
Jumlah	2966.360	99			

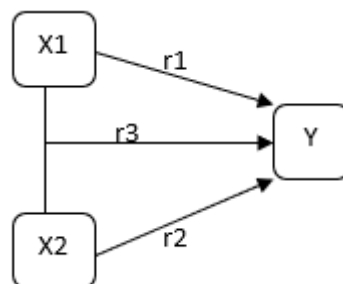
a. *Variabel Dependen:* Pengambilan Keputusan

b. *Prediktor:* v (Konstan), Internal, Eksternal

Hasil uji F pada Tabel 7 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α yaitu 0,05, yang menunjukkan bahwa faktor eksternal I dan faktor internal i mempengaruhi keputusan untuk membeli makanan sehat pada komunitas Gresik di I selama pandemi COVID-19.

Pembahasan

Menurut hasil perhitungan statistik yang disajikan dalam hasil penelitian, berikut ini adalah visual pengaruh antar variabel.



Gambar 1. Pengaruh Visual dari Setiap Variabel Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, secara visual dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh parsial dari faktor eksternal, pengaruh faktor internal sebagian dan terdapat pengaruh faktor eksternal dan internal secara bersamaan.

Pengaruh Faktor Eksternal Parsial terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Pangan Sehat di Kabupaten Gresik di Era Pandemi COVID-19

Hasil Tntest yang disajikan pada Tabel 6 menunjukkan nilai hasil sebesar 6.342 dengan nilai signifikansi faktor eksternal sebesar 0,00 yang lebih kecil dari nilai α yaitu 0,05 dengan faktor eksternal yang sebagian mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik selama pandemi COVID-19. Faktor eksternal dalam penelitian ini adalah faktor keluarga, faktor kelas sosial, dan faktor kenyamanan.

Faktor keluarga mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli makanan sehat karena orang tua mengajarkan tentang aspek kehidupan, ditambah dengan pandemi COVID-19 dimana terdapat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk menurunkan jumlah kasus wCOVID-19 sehingga sebagian besar hidup dihabiskan bersama keluarga (Helmi, 2017). Dalam penelitian lain, terungkap bahwa dalam perilaku konsumen, keluarga memiliki pengaruh langsung pada suatu keputusan. Dan bagi seorang individu, keluarga adalah kelompok referensi yang paling berpengaruh (Yuniarti, 2015).

Pengaruh kelas sosial berdampak pada seseorang dalam menggunakan uangnya, bagaimana pilihan konsumsi mencerminkan "tempat" konsumen dalam masyarakat. Konsumen sering membeli dan menampilkan produk sebagai penanda kelas sosial mereka. Kelas sosial

adalah variabel penting dalam menentukan di mana konsumen berbelanja. Kelas sosial yang berbeda memiliki perspektif yang berbeda tentang apa yang dianggap konsumen sebagai modis atau selera yang baik. Faktor kemudahan mempengaruhi pengambilan keputusan di era penyakit COVID-19 karena terbatasnya aktivitas yang dapat dilakukan oleh masyarakat akibat Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan juga protokol kesehatan.

Dalam penelitian yang ditemukan para peneliti, mengungkapkan bahwa improvisasi dilakukan oleh konsumen ketika mengalami kendala dan dalam prosesnya ada kebiasaan lama yang dibuang dan cara konsumsi baru dilakukan. Dengan adanya teknologi digital yang semakin maju, sebagian besar toko, restoran, atau layanan memiliki aplikasi dimana semua kebutuhan konsumen dapat dipenuhi dengan melakukan pengiriman menggunakan layanan pengiriman dan hal ini juga meningkatkan kenyamanan dan kemudahan (A Rohmah, 2020).

Pengaruh Faktor Internal Sebagian terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Makanan Sehat di Kabupaten Gresik di Masa Pandemi COVID-19

Perubahan kebiasaan makan selama periode lockdown juga dipengaruhi oleh berbagai faktor demografis dan psikologis. Bennett et al., (2021) dalam tinjauan sistematis mereka menemukan bahwa pembatasan akses ke makanan segar dan peningkatan waktu di rumah mengubah pola konsumsi makanan di berbagai kelompok populasi. Studi tersebut mengungkapkan bahwa meskipun beberapa konsumen meningkatkan konsumsi makanan sehat seperti buah dan sayuran, sebagian lain mengalami penurunan kualitas diet dengan meningkatnya konsumsi makanan olahan dan camilan. Faktor-faktor seperti tingkat stres, akses ke toko makanan, dan kemampuan finansial memainkan peran penting dalam menentukan arah perubahan kebiasaan makan selama pandemi, yang sejalan dengan temuan penelitian ini bahwa faktor eksternal memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam kondisi krisis kesehatan.

Kondisi pandemi COVID-19 mempengaruhi ketersediaan pangan dan akses konsumen terhadap makanan sehat, yang pada gilirannya berdampak pada keputusan pembelian. Pakravan-Charvadeh et al., (2021) dalam studinya terhadap rumah tangga di Iran menemukan bahwa pandemi mengakibatkan perubahan signifikan dalam keragaman makanan dan status keamanan pangan jangka pendek. Penelitian tersebut mengidentifikasi bahwa faktor sosio-ekonomi seperti pendapatan, status pekerjaan, dan ukuran keluarga menjadi penentu krusial dalam kemampuan rumah tangga untuk mempertahankan pola makan sehat selama periode pembatasan. Guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi memperburuk kesenjangan akses terhadap makanan bergizi, terutama di kalangan kelompok rentan dengan pendapatan rendah.

Hasil uji t yang tersedia pada Tabel 6 menunjukkan nilai signifikansi faktor internal sebesar 0,687 yang lebih besar dari nilai α 0,05 yang berarti bahwa faktor internal sebagian tidak mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik di masa pandemi COVID-19. Faktor internal dalam penelitian ini berupa faktor pengetahuan tentang makanan sehat, faktor gaya hidup, dan faktor persepsi untuk makanan sehat. Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki seseorang tentang suatu produk atau layanan. Pengetahuan adalah jumlah pengalaman dan informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang. Meskipun dalam penelitian ini, mayoritas responden adalah sarjana, namun mereka tidak menentukan faktor pengetahuan dalam penelitian ini yang berpengaruh pada pengambilan keputusan.

Cara untuk memperoleh pengetahuan atau pembelajaran bisa melalui interaksi dorongan, stimulasi, tanda, respons dan penguatan. Karena COVID-19 merupakan jenis penyakit baru yang dalam ranah pendidikan belum diajarkan secara optimal juga karena rendahnya tingkat literasi atau budaya membaca masyarakat Indonesia (Helmi, 2017). Gaya hidup adalah gaya hidup seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya. Gaya hidup menggambarkan Helmi, (2017) semua pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia, konsep gaya hidup membantu dalam memahami perubahan nilai-nilai seseorang dalam memilih suatu produk. Dengan adanya COVID-19, gaya hidup seseorang akan berubah, COVID-19 dapat menyebabkan stres, ketakutan dan gangguan psikologis yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan (Augusta, 2018).

Persepsi adalah pemahaman individu untuk memutuskan, mengevaluasi, atau menafsirkan sesuatu berdasarkan informasi yang diterima, dan keputusan tersebut menandai akhir dari proses berpikir. Menurut pendapat lain, persepsi adalah cara individu melihat pengalaman seseorang atau peristiwa, bagaimana melihat, menafsirkan, dan mengevaluasi apa yang diperoleh berdasarkan interpretasi informasi dan pesan. Dengan adanya pandemi COVID-19, persepsi seseorang terhadap segala sesuatunya juga akan berubah, padahal informasi tentang COVID-19 dan juga makanan sehat tersedia di banyak platform dengan budaya membaca masyarakat yang rendah menyebabkan informasi tersebut tidak terserap secara optimal yang membuat persepsi makanan sehat menjadi kurang penting (R Saputra, 2013).

Pengaruh Faktor Eksternal dan Faktor Internal Sebagian dan Simultan terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Pangan Sehat di Kabupaten Gresik di Masa Pandemi COVID-19

Pada Tabel 7, hasil uji-F menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,00, yang lebih kecil dari nilai α 0,05. Artinya, faktor eksternal (X1) dan 1 faktor internal (X2) mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli makanan sehat di Kabupaten Gresik di masa pandemi COVID-19. Hasil kajian mini didukung oleh teori perilaku konsumen, yang menyatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan adalah kepribadian, pembelajaran, persepsi, sikap, dan gaya hidup. Belajar M Ichsan, (2016) dimaksudkan untuk mengubah perilaku individu berdasarkan kurangnya pengalaman. Sementara itu, faktor eksternal dalam penelitian lain berupa faktor keluarga, sosial, budaya, dan kelompok rujukan (Sindy & Linarda, 2013).

Dengan adanya pandemi COVID-19 yang juga mengubah gaya hidup masyarakat, beberapa penelitian menunjukkan bahwa hasil penyesuaian pola makan orang tua, saudara kandung, dan anak sejak era pandemi menjadi lebih baik dengan mengonsumsi makanan yang berkualitas dan bergizi. Pandemi COVID-19 telah memengaruhi pola makan seseorang. Di antara perubahan yang dialami oleh responden termasuk peningkatan jumlah, jenis, dan frekuensi makan. Meningkatkan konsumsi makanan pokok, makanan ringan, sayuran, buah-buahan, air, minuman berbumbu, suplemen nutrisi, makanan ringan kemasan, dan makanan cepat saji (Mustakim, 2021).

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil kajian literatur komprehensif yang dilakukan oleh Żurek & Rudy, (2024) yang mengidentifikasi bahwa faktor sosiodemografi dan faktor individual merupakan determinan utama yang mempengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi makanan selama pandemi COVID-19. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa meskipun faktor individual dan psikologis memiliki dampak yang lebih besar terhadap perubahan perilaku konsumen pada tahap awal pandemi COVID-19, namun faktor sosiodemografi menjadi lebih penting seiring dengan berlanjutnya pandemi. Hal ini memperkuat argumen bahwa kedua kategori faktor—eksternal (sosiodemografi) dan internal (individual/psikologis)—bekerja secara bersamaan dalam membentuk keputusan pembelian makanan sehat, dengan bobot pengaruh yang dapat berubah seiring dengan durasi dan fase pandemi (Żurek & Rudy, 2024).

Perubahan perilaku pembelian makanan dan persepsi keamanan pangan selama pandemi juga dipengaruhi oleh tingkat kekhawatiran masyarakat terhadap penularan virus. AlTarrh et al., (2021) dalam studinya di Kuwait menemukan bahwa 73% responden mengubah perilaku belanja makanan mereka selama pandemi, dengan 71,2% menyatakan ketakutan tertular virus saat berbelanja langsung di toko. Studi tersebut mengidentifikasi bahwa konsumen mengadopsi strategi adaptif seperti mengurangi frekuensi berbelanja (44%), lebih memilih belanja online (33%), menghabiskan waktu lebih sedikit di toko (25,6%), dan membeli makanan dalam jumlah lebih banyak per kunjungan (27,6%). Temuan ini memperkuat bahwa faktor kenyamanan dan keamanan, sebagai bagian dari faktor eksternal, menjadi determinan krusial dalam keputusan pembelian makanan sehat di masa pandemi, sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh signifikan faktor eksternal terhadap pengambilan keputusan konsumen.

KESIMPULAN

Ada pengaruh faktor eksternal (nilai signifikansi 0,00) terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik di masa pandemi COVID-19. Tidak ada pengaruh faktor internal (nilai signifikansi 0,687) terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik selama pandemi COVID-19. Terdapat pengaruh faktor eksternal dan internal secara bersamaan (nilai signifikansi 0.000) terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik selama pandemi COVID-19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penulisan dan publikasi artikel ini. Terutama kepada Universitas Negeri Surabaya yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan untuk melaksanakan penelitian ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner, yang sangat penting bagi keberhasilan penelitian ini. Kami juga menyampaikan penghargaan kepada jurnal Jurnal Hukum & Politik Sosial yang telah memberikan ruang untuk publikasi artikel ini. Semoga artikel ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam memahami perilaku konsumen selama pandemi COVID-19.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

Setiap penulis dalam artikel ini memiliki peran penting yang berkontribusi pada setiap bagian dari penelitian ini. Noor Shania Mashunna sebagai penulis utama yang merancang ide dasar penelitian, mengumpulkan data, serta melakukan analisis statistik. Luthfiyah Nurlaela berperan dalam pengumpulan data dan analisis literatur yang relevan dengan tema penelitian. Lucia Tri Pangesthi dan Mauren Gita Miranti turut berkontribusi dalam penyusunan metodologi penelitian dan interpretasi hasil analisis. Secara kolektif, kami semua berkomitmen untuk memastikan bahwa penelitian ini memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pengambil kebijakan, akademisi, serta masyarakat dalam meningkatkan pemahaman terkait faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan sehat, khususnya di masa pandemi COVID-19.

DAFTAR PUSTAKA

- A Rohmah. (2020). Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di indonesia. *Neliti.ComA RohmahJurnal Inovasi Penelitian, 2020•neliti.Com*. <https://www.neliti.com/publications/466420/pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-perilaku-konsumen-di-indonesia>
- AlTarrah, D., AlShami, E., AlHamad, N., AlBeshar, F., & Devarajan, S. (2021). The Impact of Coronavirus COVID-19 Pandemic on Food Purchasing, Eating Behavior, and Perception of Food Safety in Kuwait. *Sustainability, 13*(16), 8987. <https://doi.org/10.3390/su13168987>
- Augusta, C. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengambilan. *Core.Ac.Ukkkdm Coffee, Cd Augustacore.Ac.Uk*. <https://Core.Ac.Uk/Download/Pdf/290462711.Pdf>
- Basith, A., & Fadhilah, F. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi keputusan pembelian produk pada McDonald's di Jatiasih Bekasi. *Journal.Ipb.Ac.IdA Basith, F FadhilahJurnal Manajemen Dan Organisasi, 2018•journal.Ipb.Ac.Id, 9*(3), 191–202. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmo/article/view/28224>
- Bender, K., Badiger, A., Roe, B., & Shu, Y. (2022). Consumer behavior during the COVID-19 pandemic: An analysis of food purchasing and management behaviors in US households through the lens of food. *Elsevier*. <https://doi.org/10.1016/J.SEPS.2021.100999>
- Bennett, G., Young, E., Butler, I., & Coe, S. (2021). The Impact of Lockdown During the COVID-19 Outbreak on Dietary Habits in Various Population Groups: A Scoping Review. *Frontiers in Nutrition, 8*, 626432. <https://doi.org/10.3389/fnut.2021.626432>
- Hanum, Z. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Core.Ac.UkZ Hanum, S HidayatJurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi, 2017•core.Ac.Uk, 06, 37–43*.

- <https://core.ac.uk/download/pdf/235003954.pdf>
- Helmi, A. (2017). Pembagian peran dalam pengambilan keputusan pembelian keluarga. *Neliti.Com A Helmi, S Sande Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank 2017, 2017•neliti.Com*. <https://www.neliti.com/publications/174187/pembagian-peran-dalam-pengambilan-keputusan-pembelian-keluarga>
- Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing*.
- M Ichsan. (2016). Psikologi pendidikan dan ilmu mengajar. *Jurnal.Ar-Raniry.Ac.Id M Ichsan JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling, 2016•jurnal.Ar-Raniry.Ac.Id*. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/cobaBk/article/view/691>
- MS Kridani. (2020). Pengaruh persepsi konsumen dan motivasi konsumen terhadap pengambilan keputusan untuk bergabung sebagai anggota dalam bisnis multi-level marketing. *Academia.Edu MS Kridani Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 2020•academia.Edu*. <https://www.academia.edu/download/87293140/pdf.pdf>
- Mustakim, M. , E. R. , & S. I. (2021). *Pola konsumsi pangan penduduk usia produktif pada masa pandemi covid-19*.
- Pakravan-Charvadeh, M. R., Mohammadi-Nasrabadi, F., Gholamrezai, S., Vatanparast, H., Flora, C., & Nabavi-Pelesaraei, A. (2021). The short-term effects of COVID-19 outbreak on dietary diversity and food security status of Iranian households (A case study in Tehran province). *Elsevier MR Pakravan-Charvadeh, F Mohammadi-Nasrabadi, S Gholamrezai, H Vatanparast Journal of Cleaner Production, 2021•Elsevier, 281*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124537>
- R Saputra. (2013). Analisa pengaruh Motivasi, persepsi, Sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil daihatsu Xenia di Sidoarjo. *Publication.Petra.Ac.Id R Saputra Jurnal Strategi Pemasaran, 2013•publication.Petra.Ac.Id*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/69>
- Rahmawati, H. (2019). *Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan*.
- Sangadji, E., & Sopiha, M. (2014). *Perilaku konsumen, Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*.
- Sekaran, B. (2016). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Sindy, S., & Linarda, F. (2013). *Perilaku Masyarakat Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional Indonesia Ditinjau Dari Faktor Eksternal & Internal*. <https://www.neliti.com/publications/82169/perilaku-masyarakat-surabaya-terhadap-keputusan-pembelian-makanan-tradisional-in>
- Vázquez-Martínez, U. J., Morales-Mediano, J., & Leal-Rodríguez, A. L. (2021). The impact of the COVID-19 crisis on consumer purchasing motivation and behavior. *Elsevier UJ Vázquez-Martínez, J Morales-Mediano, AL Leal-Rodríguez European Research on Management and Business Economics, 2021•Elsevier, 27(3)*. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100166>
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*.
- Žurek, J., & Rudy, M. (2024). Impact of the COVID-19 pandemic on changes in consumer purchasing behavior in the food market with a focus on meat and meat products—a. *Mdpi.Com J Žurek, M Rudy Foods, 2024•mdpi.Com, 13(6)*. <https://doi.org/10.3390/foods13060933>