



ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN SEHAT DI KABUPATEN GRESIK PADA MASA PANDEMI COVID-19

¹Noor Shania Mashunna, ²Luthfiyah Nurlaela, ³Lucia Tri Pangesthi, ⁴Mauren Gita Miranti

^{1,3,4}Pendidikan Tata Boga, Universitas Negeri Surabaya

²Pendidikan Vokasi, Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya

Email: noormashunna16050394050@mhs.unesa.ac.id

luthfiyahurlaela@unesa.ac.id

Abstrak

Pandemi COVID-19 terjadi semenjak tahun 2020 hingga sekarang, yang membahayakan bagi kesehatan. Penyebaran COVID-19 yang cepat menyebabkan kematian. Telah dilakukannya berbagai upaya pencegahan untuk mengurangi kasus positif COVID-19, salah satunya bisa dengan mengonsumsi makanan sehat dan bergizi. Konsumsi makanan sehat bisa diusahakan dengan banyak cara salah satunya dengan membeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor eksternal dan internal secara parsial dan simultan terhadap pilihan konsumen untuk membeli makanan sehat pada saat pandemi COVID-19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan metode survei, dan metode pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah *purposive sampling*. Jumlah responden adalah 100. Data diambil secara online menggunakan *Google Forms* yang disebar melalui *WhatsApp, Twitter dan Instagram*. Teknik analisa data dilakukan dengan menggunakan uji *paired sample t-test* dan *f-test* (Anova). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Keputusan konsumen dalam membeli makanan sehat di Kabupaten Gresik pada masa pandemi COVID-19 dipengaruhi oleh faktor eksternal: keluarga, kelas sosial, dan faktor kemudahan (signifikan 0,0). 2) Tidak adanya pengaruh faktor internal dalam pengambilan keputusan konsumen saat membeli makanan sehat di Kabupaten Gresik selama pandemi COVID-19: pengetahuan, gaya hidup dan persepsi (signifikan 0,687). 3) Pengambilan keputusan konsumen dalam membeli makanan sehat di Kabupaten Gresik pada masa pandemi COVID-19 dipengaruhi oleh kombinasi faktor eksternal dan internal (signifikan 0,000).

Keyword: Faktor Eksternal, Faktor Internal, Pengambilan Keputusan, Makanan Sehat, COVID-19

PENDAHULUAN

Pada tahun 2020, Indonesia menghadapi pandemi yang dikenal dengan virus SARS-CoV-2 atau virus COVID-19. Tercatat kasus COVID-19 di Jawa Timur sebanyak 9,4% atau 389.715 kasus, total 5.901 pasien yang menjalani perawatan maupun isolasi mandiri, 354.816 orang dinyatakan sembuh, dan 28.998 orang meninggal dunia(*Peta Sebaran / Covid19.Go.Id*, n.d.). 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, dapat menyebabkan penyakit serius dan kematian pada usia berapa pun(Organization, n.d.). Beberapa orang terinfeksi virus COVID-19 tetapi tidak memiliki gejala disebut orang tanpa gejala (OTG) atau asimptomatik. Seorang OTG mungkin merasa sehat, tetapi mereka membawa virus ini dan dapat menyebarkannya kepada orang lain yang rawan terpapar virus COVID-19 (Singhal, 2020).

Coronavirus (COVID-19) dapat menyebar dari cairan yang keluar dari mulut dan hidung orang yang terinfeksi saat mereka batuk, bersin, berbicara, atau bernapas. Bentuk pencegahan penularan COVID-19 yang terbaik adalah menjaga jarak minimal 1-2 meter tiap individu (*physical distancing*), menggunakan masker dan mencuci tangan atau menggunakan *hand sanitizer* secara teratur. Jangan hanya menjaga *physical distancing* tetapi lakukan juga vaksinasi(Organization, n.d.). Selain menerapkan protokol kesehatan untuk mencegah penularan COVID-19, penting juga untuk memperkuat sistem imun tubuh. Meningkatkan sistem kekebalan tubuh dapat dicapai melalui olahraga teratur dan makan makanan yang sehat dan gizi seimbang.

Selain itu, pandemi COVID-19 telah memberikan banyak dampak 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 yang bergizi dan kaya protein dapat bermanfaat bagi sistem metabolisme tubuh manusia. Diet sehat yang memenuhi gizi seimbang perlu diterapkan di masa pandemi COVID-19 dan membantu pemerintah menahan epidemi COVID-19 (Romadhoni, 2020).

Salah satu usaha dalam meningkatkan sistem imun dengan mengonsumsi makanan sehat yang sesuai dengan anjuran Kemenkes di piring makan setiap hari sesuai anjuran Kementerian Kesehatan. Harus terdiri dari makanan pokok yang merupakan sumber karbohidrat seperti: beras, jagung, kentang, umbi-umbian. Lauk pauk, merupakan sumber protein dan mineral. Lauk hewani seperti daging, ikan, ayam dan telur. Lauk nabati seperti tahu, tempe dan kacang-kacangan. Sayur dan buah yang menjadi sumber vitamin dan bermanfaat sebagai antioksidan adalah vitamin A, C, dan E. Serta jangan lupa minum air putih 8 gelas sehari(KEMENKES, 2020). Anjuran tersebut dapat mencukupi kebutuhan asupan gizi harian tubuh untuk menjaga sistem imun.

Ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: faktor internal dan faktor eksternal(Felicia Linarda, 2016). Kedua faktor ini dapat mempengaruhi pemilihan makanan, baik

secara individu maupun sebagai anggota keluarga. Faktor internal berupa pengetahuan, gaya hidup, dan persepsi akan sesuatu, sedangkan faktor eksternal berupa lingkungan.

Pengambilan keputusan seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi kepribadian dan juga ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang, faktor eksternal meliputi gaya hidup dan kelas sosial(Rahmawati, 2019). Adapun faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang antara lain faktor lingkungan, 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(Basith & Fadhilah, 2018). Pada penelitian yang lain dinyatakan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang terbagi menjadi dua faktor yaitu internal dan eksternal. Faktor eksternal mencakup keluarga, sosial, kebudayaan, dan kelompok referensi(Felicia Linarda, 2016). Selain itu juga ada faktor internal yang mencakup motivasi, persepsi, sikap, gaya hidup, kepribadian, dan pembelajaran(Felicia Linarda, 2016).

Dari beberapa sumber yang telah peneliti baca dan telaah, faktor eksternal yang digunakan pada penelitian ini ialah: 1) Keluarga, di masa pandemi COVID-19 yang mana selama kurang lebih 2 tahun belakang ini selalu muncul beberapa varian baru yang menyebabkan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) menyebabkan individu tidak bisa bersosialisasi dengan orang lain. Akan tetapi tetap bertemu dengan keluarga di rumah. Keluarga dianggap sebagai faktor terpenting dalam mendorong individu melakukan pembelian barang(Holili, 2021). Keluarga juga merupakan kelompok referensi yang pokok dan memiliki pengaruh dominan dalam pengambilan keputusan (Holili, 2021); 2) Kelas sosial, adalah beberapa kelompok yang relatif permanen dalam suatu tatanan sosial masyarakat dimana kelompok terdiri dari orang-orang yang memiliki nilai (*value*) yang sama, memiliki minat dan menunjukkan perilaku yang sama (Kotler, P., & Armstrong, 2018). Hal tersebut juga tetap berpengaruh walaupun di masa pandemi COVID-19; 3) Faktor kemudahan, merupakan faktor yang paling utama bagi seseorang untuk memutuskan membeli makanan secara berulang (Santoso, 2018). Didukung oleh hasil penelitian yang sejalan didapatkan bahwa sebagian besar masyarakat dalam pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor kemudahan (*convenience*) agar terhindar dari resiko terkenanya penyakit(Santoso, 2018). Di masa pandemi COVID-19 kemudahan atau kenyamanan merupakan faktor yang sangat penting dikarenakan seiring dengan adanya PPKM.

Dari beberapa artikel dan sumber yang telah peneliti baca, faktor internal penelitian ini adalah: 1) Pengetahuan, yaitu informasi yang berkaitan dengan pemahaman tujuan dan tindakan potensial; hal ini kemudian mudah untuk diingat(Hasrul & Nurdin, 2019). Pengetahuan memiliki kemampuan untuk memprediksi sesuatu dengan mengenali pola (Hasrul & Nurdin, 2019). Pengetahuan memiliki kemampuan untuk mengontrol perilaku(Hasrul & Nurdin, 2019). Cara memperoleh pengetahuan atau pembelajaran terjadi melalui interaksi dorongan, stimulus, tanda, reaksi dan penguatan (Hanum, Z., & Hidayat, 2017). Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajar dan dapat diselidiki. Pengalaman belajar konsumen memfasilitasi perilaku pembelanja dan pengambilan keputusan(Saidan, 2015). 2) Gaya hidup mencerminkan keseluruhan individu berinteraksi secara umum dengan sekitarnya dan contoh

umum perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari(Kotler, P., & Armstrong, 2018). Gaya hidup individu berhubungan dengan perilaku konsumen, terutama dalam pengambilan keputusan tentang memilih produk atau jasa (Augusta, 2018). Keputusan konsumen dipengaruhi oleh usia, pekerjaan, keadaan keuangan (gaji), gaya hidup, karakter dan citra diri konsumen(Augusta, 2018). 3) Persepsi, terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan, faktor psikologis dan faktor situasional(Sangadji, 2013). Faktor psikologis meliputi persepsi, alasan, pembelajaran, perilaku dan karakter(Sangadji, 2013). Persepsi konsumen merupakan proses individu dalam pemilihan, pengorganisasian, dan penerjemahan rangsangan informasi yang menjadi pemikiran yang berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian konsumen(*ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PRODUK YAKULT (Studi Pada Konsumen Yakult Di Purwokerto Selatan) - Repository Perpustakaan*, n.d.). Persepsi konsumen juga erat kaitannya dengan persepsi subjektif pribadi terhadap realitas, sehingga apa yang dilakukan konsumen tidak didasarkan pada realitas objektif, tetapi merupakan reaksi terhadap persepsi subjektif(Kridani, 2020). Oleh karena itu, persepsi dijadikan salah satu faktor internal dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini terdapat pembaharuan yaitu adanya faktor COVID-19, pada masa pandemi yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian makanan sehat, pembaharuan tersebut terdapat faktor internal maupun eksternal dalam pengambilan keputusan. Situasi pandemi COVID-19 juga mempengaruhi psikologi masyarakat, dengan tingkat tekanan dan kecemasan di masyarakat lebih tinggi dibandingkan sebelum pandemi COVID-19(Vindegard & Benros, 2020). Situasi ini kemungkinan akan mengubah perilaku konsumtif masyarakat, karena banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Terutama mengingat bahwa setiap individu berperilaku berbeda dalam proses pembelian(Putri, Afrianingsih ; Hasnah ; Palomas, 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh; 1) faktor eksternal terhadap keputusan konsumen dalam memilih makanan sehat pada masa pandemi COVID-19. 2) faktor internal terhadap keputusan konsumen dalam memilih makanan sehat pada masa pandemi COVID-19. 3) faktor eksternal dan internal terhadap keputusan konsumen dalam memilih makanan sehat pada masa pandemi COVID-19.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Percobaan ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi adanya pengaruh antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan sebab akibat dimana satu variabel (bebas) atau lebih mempengaruhi variabel lainnya (terikat) (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, variabel yang mempengaruhi adalah faktor eksternal (X_1) dan faktor internal (X_2), dan variabel yang dipengaruhi adalah keputusan konsumen dalam membeli makanan sehat(Y).

Metode yang digunakan adalah survei. Metode penelitian survei adalah metode yang mengumpulkan data memanfaatkan bantuan kuesioner dan wawancara(Islamy, 2019).

Teknik Pengambilan Data

Populasi 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 sampai dengan 50 tahun yang berdomisili di Kabupaten Gresik. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 100 sampel dari Kecamatan Gresik, Kecamatan Kebomas, Kecamatan Manyar, Kecamatan Cerme, dan Kecamatan Bungah, sedangkan besar sampel yang baik untuk penelitian adalah 30-500 sampel (Sekaran, 2016). Penelitian dilakukan di Kabupaten Gresik sejak Desember 2021 hingga Januari 2022 dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *WhatsApp*, *Twitter*, dan *Instagram*.

Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini variabel bebas yang dikaji 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. Sedangkan untuk faktor internal (X2) meliputi faktor pengetahuan akan makanan sehat, gaya hidup dan persepsi atas 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 dikaji adalah pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat (Y). Faktor eksternal (X1) dan faktor internal (X2) secara rinci tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel Penelitian dan Indikatornya

No	Variabel	Konsep	Indikator
		I	Variabel
1.	Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Makanan Sehat	Faktor lingkungan konsumen yang mempengaruhi pemilihan makanan sehat	Faktor Keluarga Kelas Sosial Kemudahan (Convenience)
		Mempilih makanan sehat	
		Sehat	
		(X1)	
2.	Faktor Internal yang Memengaruhi Makanan Sehat	Pengetahuan konsumen tentang makanan sehat,	Faktor pengetahuan tentang makanan sehat

No	Variabe l	Konsep Variabel	Indikator	
	Pemilih an	fungsi makanan		
	Makan an	sehat serta ciri-ciri		
	Sehat (X2)	makanan sehat		
			Gaya hidup yang mempengar uhi pemilihan makanan sehat	Faktor hidup (Life style) yang mempengaruhi pemilihan makanan sehat
			Persepsi konsumen dalam pemilihan makanan sehat	Faktor persepsi yang mempengaruhi pemilihan makanan sehat

Instrumen pengambilan data menggunakan kuisioner dengan skala Likert dari 1 – 4 dengan bantuan *Google Form* dengan *link*: <https://forms.gle/J3aQ8sMYxHsKepLy6>. adapun variabel di dalam instrumen adalah faktor eksternal (X1), faktor internal (X2) dan keputusan pembelian (Y). Instrumen sebelum digunakan divalidasi terlebih dahulu dengan hasil dari 49 butir pertanyaan terdapat 2 pertanyaan tidak valid dan 47 butir pertanyaan valid. Dengan nilai reliabilitas sebesar 0.806, yang berarti kuesioner tersebut valid dan *reliable* sehingga siap untuk digunakan.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul diolah menjadi 2 tahap menggunakan bantuan perangkat lunak 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 Regresi Linier Berganda, uji T dan uji F (ANOVA).

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas dan/atau terikat berdistribusi normal atau tidak normal dalam model regresi. Jika variabel tidak berdistribusi normal, hasil uji statistik akan berkurang(Ghozali, 2016). Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan korelasi antara variabel bebas. Efek dari multikolinearitas ini menyebabkan tingginya variabel dalam sampel. Artinya standar *error*nya

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Makanan Sehat di Kabupaten Gresik pada Masa Pandemi Covid-19

besar dan t hitung lebih kecil dari t tabel saat pengujian koefisien. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan linier antara variabel bebas yang dipengaruhi oleh variabel terikat(Ghozali, 2016). Uji hipotesis kausalitas adalah dugaan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang mempertanyakan pengaruh faktor prediktor terhadap variabel respon (Ahmadriswan Nasution, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Data Demografi Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Gresik. Karakteristik responden yang diambil dalam kuisioner ini adalah nama, nomor handphone, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan. Data karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

N o.	Kriteria	Jumlah h	Frekuensi i	Responden (%)
1.	Jenis kelamin			
	- Perempuan	76	76	
	- Laki-laki	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 terakhir			
	- SD/Sederajat	0	0	
	- SMP/Sederajat	3	3	
	- SMA/SMK/Sederaja	38	38	
	- t	4	4	
	- Diploma	53	53	
	- Sarjana	2	2	
	- Pascasarjana			
4.	Pekerjaan			

- Pelajar/Mahasiswa	36	36
- Wirausaha	15	15
- Wiraswasta	6	6
- Pegawai Swasta	37	37
- Ibu rumah tangga	3	3
- Tidak bekerja	3	3
<hr/>		
5. Penghasilan		
- < Rp 2.000.000	50	50
- Rp 2.000.000 –	32	32
Rp 4.000.000	7	7
- Rp 4.000.000 –	6	6
Rp 6.000.000	2	2
- Rp 6.000.000 –	3	3
Rp 8.000.000		
- Rp 8.000.000 –		
Rp 10.000.000		
- > Rp 10.000.000		

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa jenis kelamin responden terbesar adalah perempuan yaitu 76% (76 orang). Dengan rentang usia terbanyak adalah 21-25 tahun sebesar 69% (69 orang). Jumlah kelompok sampel usia responden sangatlah berbeda yaitu interval usia 17-20 tahun sebesar 18%, 26-30 tahun sebesar 5%, 31-35 tahun sebesar 1%, 36-40 tahun sebesar 2%, 41-45 tahun sebesar 1%, 46-50 tahun sebesar 1% dan >50 tahun sebesar 3%. Kemudian, diketahui bahwa Sebagian besar pendidikan terakhir responden ialah sarjana sebesar 53%. Adapula Sebagian besar pekerjaan responden adalah pegawai swasta sebesar 37%. Serta dapat diketahui bahwa Sebagian besar penghasilan per bulan dari responden adalah kurang dari Rp 2.000.000 dengan frekuensi kemunculan 50% (50 orang).

2. Hasil Analisis Data Responden

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini merupakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah residual variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal. Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

<i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
Unstandardized Residual		
N	100	
Normal Parameters,a	Mean	.0000000
	Std.	4.50563177
	Deviation	

Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.060
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.119

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat signifikansi data untuk analisis Uji *Kolmogrov-Smirnov* adalah 0.119. Nilai ini lebih signifikan dari $\alpha = 0.05$ yang menunjukkan distribusi normal data dalam penelitian.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui atau menguji adanya korelasi dari antara 2 variabel bebas. Korelasi tinggi antara 2 variabel bebas pada penelitian ini dihindari karena dapat menyebabkan standar *error* menjadi besar. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Constant		
Faktor Eksternal	.829	1.207
Faktor Internal	.829	1.207

a. *Dependent Variabel* : Pengambilan Keputusan

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4 menunjukkan nilai *Tolerance* sebesar 0.829 dan nilai *VIF* sebesar 1.207. Nilai *Tolerance* untuk penelitian ini lebih besar dari 0.1 dan nilai *VIF* untuk penelitian ini lebih kecil dari 10, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

c. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah model regresi yang memuat beberapa variabel bebas. Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji regresi linier berganda ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Mod	R	R	Adjuste	Std. Error of
el	Square	d R	the	
	e	Square	Estimate	
1	.568	.322	.309	4.55184
	a			

a. *Predictors: (Constant), Internal, Eksternal*

Hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 5 menunjukkan bahwa *R Square* sebesar 0.322 atau 32.2%. Oleh karena itu, sebesar 32.2% koefisien determinasi 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.

d. Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari faktor eksternal dan internal terhadap pengambilan keputusan, masing – masing secara parsial. Uji T dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25, hasil uji T dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji T

Model	B	Std. Error	Unstandar	Standard	Sig
			dized	zed	
	Coefficien		Coefficie		
	ts		nts		
(Constant)	29.908	3.103		9.637	.000
Eksternal	.722	.114	.582	6.342	.000
Internal	-	.035	-.037	-	.687
		.014		.404	.7

a. *Dependent Variable* : Pengambilan Keputusan

Hasil uji T pada Tabel 6 menunjukkan nilai signifikansi faktor eksternal sebesar 0.000 dan faktor internal sebesar 0.687. Nilai signifikansi faktor eksternal adalah 0.000 lebih kecil dari nilai α yaitu 0.05. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa selama masa pandemi COVID-19, faktor eksternal mempengaruhi keputusan pembelian makanan sehat masyarakat di Kabupaten Gresik. Nilai signifikan dari faktor internal adalah 0.687 lebih besar dari nilai α yaitu 0.05, namun disimpulkan bahwa faktor internal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan sehat masyarakat di Kabupaten Gresik pada masa COVID-19.

e. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Dilakukannya uji F adalah untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA^b

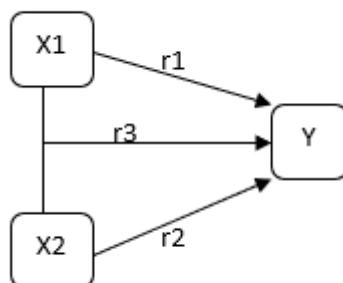
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	956.589	2	478.294	23.085	.000 ^b
Residual	2009.771	97	20.719		
Total	2966.360	99			

- a. *Dependent Variable*: Pengambilan Keputusan
b. *Predictors*: (Constant), Internal, Eksternal

Hasil uji F pada Tabel 7 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang mana lebih kecil dari α yaitu 0.05, yang menunjukkan bahwa faktor eksternal dan faktor internal mempengaruhi keputusan pembelian makanan sehat masyarakat Gresik secara simultan selama pandemi COVID-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut hasil perhitungan statistik yang tersaji pada hasil penelitian, berikut merupakan visual pengaruh antar variabel.



Gambar 1. Visual Pengaruh Setiap Variabel Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, secara visual dapat dilihat bahwa adanya pengaruh faktor eksternal secara parsial, adanya pengaruh faktor internal secara parsial serta adanya pengaruh faktor eksternal dan internal secara simultan.

1. Pengaruh Faktor Eksternal Secara Parsial Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Sehat Di Kabupaten Gresik Di Era Pandemi COVID -19

Pada hasil uji T yang tersaji pada Tabel 6 menunjukkan nilai hasil 6.342 dengan nilai signifikansi faktor eksternal sebesar 0.00 yang mana lebih kecil dari nilai α yaitu 0.05 berarti faktor eksternal secara parsial mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik pada masa pandemi COVID-19. Faktor eksternal dalam penelitian ini berupa faktor keluarga, faktor kelas sosial, dan faktor kemudahan.

Faktor keluarga mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengambil pembelian makanan sehat dikarenakan orang tua mengajarkan tentang aspek-aspek kehidupan (Felicia Linarda, 2016), ditambah lagi dengan adanya pandemi COVID-19 yang mana adanya

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk menekan jumlah kasus COVID-19 sehingga sebagian besar kehidupan dihabiskan bersama keluarga(Arief Helmi, 2017a). Pada penelitian lainnya diungkapkan bahwa dalam perilaku konsumen, keluarga memiliki pengaruh secara langsung terhadap suatu keputusan(Yuniarti, 2015). Dan bagi seorang individu keluarga merupakan kelompok referensi yang paling berpengaruh.

Pengaruh kelas sosial memiliki dampak pada seseorang dalam menggunakan uangnya, bagaimana cara pemilihan konsumsi merefleksikan “tempat” konsumen dalam masyarakat(*PENGARUH BUDAYA, SUB BUDAYA, KELAS SOSIAL, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP PERILAKU KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE TRADISIONAL OLEH MAHASISWA DI SURABAYA / Giantara / Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa, n.d.*). Konsumen sering membeli dan menunjukkan produk sebagai penanda kelas sosialnya. Kelas sosial merupakan variabel yang penting dalam menentukan dimana seorang konsumen berbelanja. Berbagai kelas sosial mempunyai sudut pandang yang berbeda mengenai apa yang konsumen anggap sesuai dengan mode atau selera yang baik(*PENGARUH BUDAYA, SUB BUDAYA, KELAS SOSIAL, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP PERILAKU KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE TRADISIONAL OLEH MAHASISWA DI SURABAYA / Giantara / Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa, n.d.*).

Faktor kemudahan mempengaruhi pengambilan keputusan di era hawar COVID-19 karena terbatasnya kegiatan yang bisa dikerjakan oleh masyarakat karena adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan juga protokol kesehatan. Dalam penelitian yang peneliti temukan, mengungkapkan improvisasi yang dilakukan konsumen ketika mengalami kendala dan dalam prosesnya ada kebiasaan yang lama dibuang dan cara baru untuk mengonsumsi dilakukan(Rohmah, 2020). Dengan adanya teknologi digital yang mana yang semakin maju kebanyakan toko-toko, tempat makan, ataupun jasa telah ada aplikasinya(Rohmah, 2020) yang mana semua kebutuhan konsumen dapat dipenuhi dengan melakukan pengiriman menggunakan jasa *delivery* dan hal ini juga meningkatkan kenyamanan dan kemudahan(Rohmah, 2020).

2. Pengaruh Faktor Internal Secara Parsial Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Sehat Di Kabupaten Gresik Pada Masa Pandemi COVID -19

Hasil uji T yang tersedia pada Tabel 6 menunjukkan nilai signifikansi faktor internal sebesar 0.687 yang mana lebih besar dari nilai α yaitu 0.05 berarti faktor internal secara parsial tidak mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik di masa pandemi COVID-19. Faktor internal pada penelitian ini berupa faktor pengetahuan akan makanan sehat, faktor gaya hidup, dan faktor persepsi akan makanan sehat.

Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki oleh seseorang mengenai suatu produk atau jasa(Arief Helmi, 2017b). Pengetahuan merupakan jumlah pengalaman serta informasi tentang produk maupun jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang(NOVITASARI, 2018a). Meskipun pada penelitian ini mayoritas responden adalah sarjana tidak menentukan faktor pengetahuan dalam penelitian ini berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Cara memperoleh pengetahuan atau pembelajaran dapat melalui interaksi dorongan, rangsangan, pertanda, respon dan penguatan(Hanum, Z., & Hidayat, 2017). Karena COVID-

19 merupakan jenis penyakit baru yang mana dalam ranah pendidikan belum diajarkan secara maksimal juga karena rendahnya tingkat literasi atau budaya membaca masyarakat Indonesia(Kotler, P., & Armstrong, 2018).

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya(Arief Helmi, 2017b). Gaya hidup menggambarkan seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia, konsep gaya hidup membantu dalam memahami perubahan nilai seseorang dalam memilih suatu produk(Rahardian, 2017). Dengan adanya COVID-19 maka akan berubahnya gaya hidup seseorang, COVID-19 dapat menyebabkan stress, ketakutan hingga gangguan psikologis(Augusta, 2018) yang mana dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan.

Persepsi adalah pemahaman individu untuk memutuskan, mengevaluasi, atau menafsirkan sesuatu berdasarkan informasi yang diterima, dan keputusan menandai berakhirnya proses berpikir(King, 2012). Menurut pendapat lain, persepsi merupakan cara individu melihat pengalaman suatu objek atau peristiwa, bagaimana melihat, menafsirkan dan mengevaluasi apa yang diperoleh berdasarkan interpretasi informasi dan pesan(Saputra, R., & Semuel, 2013). Dengan adanya pandemi COVID-19 maka juga akan berubah persepsi seseorang akan suatu hal, meskipun informasi akan COVID-19 dan juga makanan sehat tersedia dibanyak platform dengan rendahnya budaya membaca masyarakat(NOVITASARI, 2018b) menyebabkan informasi tersebut tidak dapat diserap dengan maksimal yang membuat persepsi akan makanan sehat itu kurang penting.

3. Pengaruh Faktor Eksternal dan Faktor Internal Secara Parsial dan Simultan Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Sehat Di Kabupaten Gresik Di Keadaan Pandemi COVID -19

Pada Tabel 7, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0.00, lebih kecil dari nilai α yaitu 0.05. Artinya faktor eksternal (X1) dan faktor internal (X2) berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik pada masa pandemi COVID-19.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori perilaku konsumen, yang mengemukakan bahwa ada dua faktor dasar yang mempengaruhi perilaku konsumen: faktor internal dan faktor eksternal(Santoso, 2018). Faktor internal yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan berupa kepribadian, pembelajaran, persepsi, sikap, dan gaya hidup(Ichsan, 2016). Belajar yang dimaksudkan adalah perubahan perilaku seorang individu yang berdasarkan pengalaman(Carroll, 2020a). Sedangkan faktor eksternal pada penelitian yang lain berupa faktor keluarga, sosial, kebudayaan, dan kelompok referensi(Felicia Linarda, 2016).

Dengan adanya pandemi COVID-19 juga mengubah pola hidup dari masyarakat, beberapa penelitian menunjukkan hasil penyesuaian pola makan orang tua, saudara kandung, dan anak-anak sejak era pandemic menjadi lebih baik dengan mengonsumsi makanan yang berkualitas dan bergizi(Carroll, 2020b)(Elmacoğlu, 2021). Pandemi COVID-19 mempengaruhi pola makan individu. Diantara perubahan yang dialami responden mencakup peningkatan jumlah, jenis dan frekuensi makan(Mustakim & Efendi, Rusman &

Sofiany, 2021). Meningkatnya konsumsi makanan pokok, makanan selingan, sayur dan buah, air putih, minuman berrempah, suplemen gizi, jajanan kemasan, dan makanan cepat saji(Mustakim & Efendi, Rusman & Sofiany, 2021).

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh faktor eksternal (nilai signifikansi 0.00) pada pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik pada masa pandemi COVID-19

Tidak terdapat pengaruh faktor internal (nilai signifikansi 0.687) pada pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik pada masa pandemi COVID-19

Terdapat pengaruh faktor eksternal dan internal secara bersama-sama (nilai signifikansi sebesar 0.000) pada pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian makanan sehat di Kabupaten Gresik pada masa pandemi COVID-19.

REFERENSI

Ahmadriswan Nasution. (2020). *BAHAN AJAR FSA ANGKATAN KE-21 TAHUN 2020/Pengujian Hipotesis*. PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN BADAN PUSAT STATISTIK.

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PRODUK YAKULT (Studi pada Konsumen Yakult di Purwokerto Selatan) - *repository perpustakaan*. (n.d.). Retrieved July 8, 2022, from <http://repository.ump.ac.id/4494/>

Arief Helmi, S. (2017a). PEMBAGIAN PERAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KELUARGA. *PROSIDING SENDI_U* 3, 464–469.

Arief Helmi, S. (2017b). PEMBAGIAN PERAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KELUARGA. *PROSIDING SENDI_U* 3, 464–469.

Augusta, C. D. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih Coffeeshop (Studi Pada Konsumen Coffee Toffee Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Universitas Brawijaya*, 6(2).

Basith, A., & Fadhilah, F. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk pada McDonald 's di Jatiasih. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 9(3), 191–202.

Carroll, N. et al. (2020a). The impact of covid-19 on health behavior, stress, financial and food security among middle to high income canadian families with young children. *Nutrients*, 12(8), 1–14.

Carroll, N. et al. (2020b). The impact of covid-19 on health behavior, stress, financial and food security among middle to high income canadian families with young children. *Nutrients*, 12(8), 1–14.

- Elmacoğlu, F. et al. (2021). Evaluation of nutritional behaviour related to COVID-19. *Public Health Nutrition*, 24(3), 512–518.
- Felicia Linarda, S. (2016). *Perilaku Masyarakat Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional Indonesia Ditinjau Dari Faktor Eksternal & Internal*. 45–62.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE DI KOTA MEDAN. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37–43.
- Hasrul & Nurdin, S. (2019). Pengaruh pengetahuan keluarga terhadap status gizi balita. *Jurnal Kebidanan Dan Keperawatan 'Aisyiyah*, 15(2), 147–156.
- Holili, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Marketplace Shopee. In *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Ichsan, M. (2016). PSIKOLOGI PENDIDIKAN DAN ILMU MENGAJAR. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 2(1).
- Islamy, I. (2019). *Penelitian Survei dalam Pembelajaran dan Pengajaran Bahasa Inggris*. www.researchgate.net/publication/335223420 Penelitian Survei dalam Pembelajaran Pengajaran Bahasa Inggris
- KEMENKES. (2020). Panduan Gizi Seimbang Pada Masa Pandemi COVID-19. *Artikel Kesehatan*.
- King, L. A. (2012). *Psikologi Umum Sebuah Pandangan Apresiatif*. (Alih bahasa: Brian Marwensdy). Salemba Humanika.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing. *Pearson in Pearson*.
- Kridani, M. S. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Bergabung Sebagai Anggota Dalam Bisnis Multi-Level Marketing. *Psikoborneo*, 8(2), 289–296.
- Mustakim & Efendi, Rusman & Sofiany, I. R. (2021). Pola Konsumsi Pangan Penduduk Usia Produktif Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ikesma: Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 7(1), 1–12.
- Novitasari, F. (2018a). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Dan Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Produk Pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung*. Uin Satu Tulungagung.

Novitasari, F. (2018b). *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Dan Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Produk Pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung*. UIN Satu Tulungagung.

Organization, W. H. (n.d.). *Coronavirus*. Retrieved September 12, 2021, from https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional Oleh Mahasiswa Di Surabaya | Giantara | Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. (n.d.). Retrieved July 18, 2022, from <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/1457>

Peta Sebaran / Covid19.go.id. (n.d.). Retrieved September 12, 2021, from <https://covid19.go.id/peta-sebaran>

Putri, Afrianingsih ; Hasnah ; Palomas, C. ; Y. (2021). Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Coffee Shop Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 5(4), 1308–1321.

Rahardian, D. A. (2017). *Hubungan Antara Persepsi Diri Terhadap Pengambilan Keputusan dalam Menentukan Tujuan Studi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Rahmawati, H. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan. *Universitas Negeri Padang*.

Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1373–1378.

Romadhoni, W. (2020). *Pentingnya Pola Makan Bergizi Dan Seimbang Di Era Pandemi Covid-19*. 1, 2–6.

Saidan. (2015). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Genggam Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Sangadji, E. M. & S. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. ANDI.

Santoso, S. O. & A. J. & M. K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Makanan Pada Remaja Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa Universitas Petra Surabaya*, 6(1).

Saputra, R., & Samuel, H. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, 1(1).

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Makanan Sehat di Kabupaten Gresik pada Masa Pandemi Covid-19

Sekaran, U. B. R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Son.

Singhal, T. (2020). A Review of Coronavirus Disease-2019 (COVID-19). *The Indian Journal of Pediatrics*, 1–6.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alphabet.

Vindegard, N., & Benros, M. E. (2020). COVID-19 pandemic and mental health consequences: Systematic review of the current evidence. *Brain, Behavior, and Immunity*, 89, 531–542. <https://doi.org/10.1016/J.BBI.2020.05.048>

Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Pustaka Setia.

Copyright holder:

Noor Shania Mashunna, Luthfiyah Nurlaela, Lucia Tri Pangesthi, Mauren Gita Miranti (2024)

First publication right:

Journal of Law and Social Politic (JOLASTIC)

This article is licensed under:

