

**PERAN HEALTH CONSCIOUSNESS DAN FOOD SAFETY CONCERN PADA
ATTITUDES DAN INTENTION TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MIE
PADA WARUNG BAKMI KUNANTI DI MUNTILAN**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : Firdha Kutresnaningdian
Nomor Mahasiswa : 08311293
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2012**

**PERAN HEALTH CONSCIOUSNESS DAN FOOD SAFETY CONCERN PADA
ATTITUDES DAN INTENTION TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MIE
PADA WARUNG BAKMI KUNANTI DI MUNTILAN**

SKRIPSI

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh
gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Indonesia**



Oleh :

Nama : Firdha Kutresnaningdian
Nomor Mahasiswa : 08311293
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2012**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan di sebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Januari 2012
Penulis,

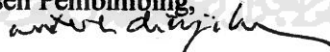


Firdha Kutresnaningdian

**PERAN HEALTH CONSCIOUSNESS DAN FOOD SAFETY CONCERN PADA
ATTITUDES DAN INTENTION TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MIE
PADA WARUNG BAKMI KUNANTI DI MUNTILAN**

Nama : **Firdha Kutresnaningdian**
Nomor Mahasiswa : **08311293**
Jurusan : **Manajemen**
Bidang Konsentrasi : **Pemasaran**

Yogyakarta, Januari 2012
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,




Drs. Albari, M.Si

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

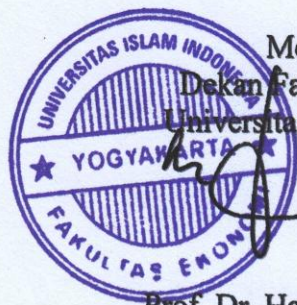
Peran Health Consciousness dan Food Safety Concern Pada Attitude dan Intention Terhadap Pembelian Produk Mie Pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan

**Disusun Oleh: FIRDHA KUTRESNANINGDIAN
Nomor Mahasiswa: 08311293**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 15 Februari 2012

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Albari, M.Si

Penguji : Dr. Anas Hidayat, MBA



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk ayah dan ibuku,

Terimakasih atas kasih sayang yang
melimpah untukku

Untuk suamiku,

Semangat dalam hidupku



HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya sholatku, ibadahku, hidupku, matiku hanya untuk Allah
Tuhan semesta alam”



ABSTRAKSI

Skripsi ini berjudul Peran Health Consciousness dan Food Safety Concern Pada Attitude dan Intention Terhadap Pembelian Produk Mie Pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh positif health consciousness dan food safety concern terhadap attitude yang selanjutnya berpengaruh terhadap purchase intention.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari kuesioner yang dibagikan kepada konsumen potensial Warung Bakmi Kunanti. Populasinya adalah orang-orang yang belum pernah membeli mie di Warung Bakmi Kunanti Muntilan, sedangkan pengambilan sampel menggunakan sampel accidental (kebetulan) yaitu peneliti memilih responden berdasarkan kebetulan saat menemui responden. Sampel yang digunakan sebanyak 96 orang responden.

Metode pengolahan data dan analisis menggunakan analisis regresi berganda, determinasi berganda, determinasi parsial serta uji asumsi klasik yang terdiri dari multikolinearitas, heterokedastisitas, normalitas data dan uji linieritas. Pengujian hipotesis menggunakan uji f dan uji t dengan taraf signifikansi 5%.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa responden berdasarkan analisis deskriptif memberikan penilaian sangat baik pada health consciousness dengan rata-rata 4,34, food safety concern sebesar 4,16 (baik), attitude sebesar 3,99 (baik) dan purchase intention sebesar 3,47 (baik). Sedangkan berdasarkan analisis regresi linier berganda pada model 1 menunjukkan bahwa uji t dan uji f variabel health consciousness dan food safety concern berpengaruh signifikan terhadap attitude. Dalam hal ini health consciousness merupakan faktor yang paling memiliki pengaruh dominan terhadap attitude. Pada model 2 menunjukkan uji f variabel health consciousness, food safety concern dan attitude berpengaruh signifikan terhadap purchase intention, pada uji t variabel food safety concern dan attitude berpengaruh signifikan terhadap purchase intention. Dalam hal ini attitude merupakan faktor yang paling memiliki pengaruh dominan terhadap purchase intention pada pembelian produk mie di Warung Bakmi Kunanti Muntilan.

Kata Kunci : Health Consciousness, Food Safety Concern, Attitude, Purchase Intention.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **PERAN HEALTH CONSCIOUSNESS DAN FOOD SAFETY CONCERN PADA ATTITUDE DAN INTENTION TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MIE PADA WARUNG BAKMI KUNANTI DI MUNTILAN.**

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penelitian sampai penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemurahan dan karuniaNya.
2. Bapak Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. Albari, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang senantiasa sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukannya kepada penulis.
4. Orang tuaku tercinta, terima kasih untuk kasih sayang dan doanya yang tak pernah putus. Untuk merekalah aku dedikasikan segala pencapaianku selama ini.

5. Untuk suamiku tercinta, Eman Sumantri. Terima kasih atas kehadiranmu dan dukunganmu.
6. Semua pihak yang telah banyak membantu penelitian sampai penulisan skripsi ini.

Atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan, hanya doa yang dapat penulis pintakan, semoga Allah SWT memberikan balasan dan menjadikannya amal ibadah yang mulia. Amin.

Penulis berharap hasil ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Januari 2012

Penulis,



Firdha Kutresnaningdian

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Berita Acara.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Halaman Motto.....	vii
Abstraksi.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Kontribusi Ilmu.....	6
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Pendahuluan.....	7
2.2	Landasan Teori.....	7
2.2.1	Health Consciousness.....	7
2.2.2	Food Safety Concern.....	9
2.2.3	Attitude.....	11
2.2.4	Purchase Intention.....	12
2.3	Kerangka Penelitian.....	14

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendahuluan.....	15
3.2	Lokasi Penelitian.....	15
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	15
3.3.1	Health Consciousness.....	15
3.3.2	Food Safety Concern.....	16
3.3.3	Attitude.....	16
3.3.4	Purchase Intention.....	17
3.4	Jenis dan Teknik Pengambilan Data.....	17
3.5	Pengambilan Populasi dan Sampel.....	18
3.6	Uji Kualitas Data.....	20
3.7	Teknik Analisis.....	21
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	21
3.7.2	Uji Regresi Linier Berganda.....	21

3.7.3 Analisis Statistik.....	23
a. Uji F.....	23
b. Uji T.....	24
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	25
1. Uji Multikolinieritas.....	25
2. Uji Heteroskedastisitas.....	26
3. Uji Normalitas.....	27
4. Uji Linieritas.....	28
3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	29
3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	29
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pendahuluan.....	31
4.2 Uji Kualitas Data.....	31
4.2.1 Uji Validitas.....	31
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	33
4.3 Analisis Deskriptif.....	34
4.3.1 Variabel Health Consciousness.....	35
4.3.2 Variabel Food Safety Concern.....	36
4.3.3 Variabel Attitude.....	37
4.3.4 Variabel Purchase Intention.....	37
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda Model I.....	38
4.4.1 Pengaruh Health Consciousness dan Food Safety Concern terhadap Attitude.....	39

4.4.1.1 Uji F.....	39
4.4.1.2 Uji T.....	40
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.4.2.1 Uji Multikolinieritas.....	41
4.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.4.2.3 Uji Normalitas.....	42
4.4.2.4 Uji Linieritas.....	43
4.4.3 Koefisien Determinasi Berganda.....	44
4.4.4 Koefisien Determinasi Parsial.....	45
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda Model II.....	45
4.5.1 Pengaruh Health Consciusness, Food Safety Concern dan Attitude terhadap Purchase Intention.....	45
4.5.1.1 Uji F.....	46
4.5.1.2 Uji T.....	47
4.5.2 Model Regresi Ulang Pengaruh Health Consciusness, Food Safety Concern dan Attitude terhadap Purchase Intention.....	47
4.5.2.1 Uji F.....	48
4.5.2.2 Uji T.....	49
4.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5.3.1 Uji Multikolinieritas.....	49
4.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.5.3.3 Uji Normalitas.....	51
4.5.3.4 Uji Linieritas.....	52
4.5.4 Koefisien Determinasi Berganda.....	53

4.5.5 Koefisien Determinasi Parsial.....	54
4.6 Pembahasan dan Implikasi.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.3. Penilaian Variabel Health Consciousness	35
Tabel 4.4. Penilaian Variabel Food Safety Concern.....	36
Tabel 4.5. Penilaian Variabel Attitude.....	37
Tabel 4.6. Penilaian Variabel Purchase Intention.....	38
Tabel 4.7. Estimasi Regresi Linier Berganda Model I.....	39
Tabel 4.8. Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 4.9. Uji Lagrange Multiplier.....	44
Tabel 4.10 Estimasi Regresi Linier Berganda Model II.....	46
Tabel 4.11 Estimasi Regresi Ulang Linier Berganda Model II.....	48
Tabel 4.12. Uji Multikolinieritas.....	50
Tabel 4.13. Uji Lagrange Multiplier.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.3 Kerangka Penelitian.....	14
4.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	42
4.4.2.3 Uji Normalitas.....	43
4.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.5.3.3 Uji Normalitas.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Rekapitulasi Data Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas & Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Model I
- Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Model II
- Lampiran 6 Tabel Pearson (Product Moment)
- Lampiran 7 Tabel Chi Square



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pangan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat ditinggalkan dalam kehidupan sehari-hari. Tanpa makan dan minum yang cukup jumlah dan mutunya, manusia tidak akan produktif dalam melakukan aktivitasnya. Makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia untuk mempertahankan hidup. Dalam hierarki kebutuhan manusia yang dicetuskan oleh Abraham Maslow, makanan termasuk di dalam physiological needs. Di mana makanan berada pada tingkat dasar pemenuhan kebutuhan manusia yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Makanan pada awalnya dibutuhkan hanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup manusia. Namun kini seiring dengan pola konsumsi manusia, maka pilihan ragam dan cita rasa makanan yang lezat menjadi salah satu faktor yang penting dalam mengkonsumsi makanan. Perubahan gaya hidup yang serba praktis dan cepat juga menuntut penyajian makanan yang instan maupun cepat.

Dalam beberapa tahun terakhir, faktor gaya hidup telah menjadi penting dan diterapkan secara luas dalam menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan makanan (Chen, 2009). Konsumen dimasyarakat modern memberi informasi tentang isu-isu kesehatan melalui inisiatif mereka sendiri dan membaca dari koran, buku, majalah dan lain-lain. Dengan teknologi informasi, konsumen memiliki banyak akses untuk mencari berbagai informasi. Kesadaran dan kepedulian konsumen terhadap kesehatan, keamanan makanan dan isu-isu etis merupakan salah satu *trend* perilaku konsumen yang beberapa tahun ini mencuat di Indonesia.

Konsep kesehatan penting untuk membantu memberikan kesadaran kepada masyarakat tentang arti pentingnya kesehatan yang menyeluruh. *Health Consciousness* (kesadaran kesehatan) adalah sikap peduli yang timbul dari dalam diri untuk berbuat positif terhadap segala sesuatu yang dikonsumsi untuk tubuh. Banyak konsumen percaya bahwa makanan organik tumbuh lebih aman dan memberikan manfaat kesehatan lebih besar dari alternatif konvensional dan memiliki sikap positif terhadap produk organik (Shaharudin et al., 2010).

Dalam persaingan industri makanan yang semakin ketat, maka banyak sekali perusahaan yang melakukan perilaku tidak etis, semisal dengan menggunakan bahan-bahan kimia dalam produksi makanan tersebut. Menurut UU Pangan yang dimaksud dengan *Food Safety Concern* (perhatian terhadap keamanan makanan) adalah kondisi atau upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan pencemaran biologis, kimia atau bahan lain yang dapat mengganggu, merugikan dan membahayakan kesehatan manusia. Sumber pencemaran yang mempengaruhi keamanan pangan, yaitu bahaya biologi, bahaya kimia dan bahaya fisik. Bahaya biologi merupakan bahaya yang berasal dari jasad hidup terutama jasad renik berupa bakteri maupun jamur, bisa juga berasal dari bahan mentah, air yang tercemar dan peralatan yang tidak higienis. Bahaya kimia berasal dari formalin, hasil metabolisme mikroba dan penggunaan bahan tambahan makanan yang melebihi ambang batas yang telah ditetapkan. Bahaya fisik berupa kerikil, potongan gelas, potongan ranting dan benda-benda berbahaya yang lain yang dapat membahayakan konsumen. Kurangnya pengetahuan maupun pemahaman pengusaha industri pangan khususnya industri rumah tangga dan industri kecil merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi jaminan keamanan pangan.

Attitude (sikap) merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk berperilaku dengan cara yang terus menerus menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu obyek tertentu (Schiffman and Kanuk, 2007). Sikap disebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis sosial kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen. *Attitude* dalam penelitian ini melihat sebuah sikap yang positif atau negatif dari benak konsumen terhadap produk organik.

Intention (minat) merupakan satu faktor individu yang mempengaruhi perilaku konsumen, niat adalah suatu bentuk pikiran yang nyata dari refleksi rencana pembeli untuk membeli beberapa unit dalam jumlah tertentu dari beberapa merek yang tersedia dalam periode waktu tertentu (Schiffman dan Kanuk, 2007). Dapat didefinisikan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen dimasa yang akan datang.

Objek yang nantinya akan diteliti yaitu produk mie pada Warung Bakmi Kunanti yang beralamat di jalan Dr. Sutomo Muntilan. Usaha yang didirikan pada tahun 1989 telah memiliki banyak pelanggan. Salah satu yang menjadi daya tarik konsumen adalah cita rasa dan bahan yang digunakan dalam pembuatan mie. Proses produksi mie tersebut menggunakan bahan-bahan alami tanpa adanya bahan tambahan yang berbahaya bagi kesehatan. Setiap produksi mie hanya mampu bertahan untuk sehari, sehingga setiap hari ada proses produksi mie.

Dalam beberapa penelitian yang pernah dilakukan, beberapa alasan ditemukan untuk melihat pertimbangan konsumen terhadap pembelian produk organik. Sebagai contoh, *Magnuson et al.* (2001) menemukan *health* menjadi *predictor* yang paling kuat untuk *attitude* dan *purchase intention* terhadap makanan organik dibandingkan dengan *environmental motives*. Berbeda dengan hal tersebut, *Honkanen et al.* (2006) menemukan bahwa *environmental* dan *animal motives* mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap *have a attitude*. Menurut Michaelidou dan Hassan (2007), pemahaman *motives* dibalik pembelian hasil organik dengan menjelaskan peran *health consciousness*, *food safety concern* dan *ethical self-identity* dalam memprediksi *attitude* dan *intention*. Bersamaan dengan itu, peneliti mencoba menjelaskan peran *health consciousness* dan *food safety concern* untuk menentukan *attitude* dan *intention*, yang mana sering diabaikan dalam konteks pembelian makanan organik. Penelitian Michaelidou dan Hassan (2007) tersebut yang menjadi dasar dalam penelitian ini.

Untuk itu penelitian ini mengangkat isu mengenai peran *health consciousness* dan *food safety concern* pada *attitudes* dan *intentions* terhadap pembelian produk mie pada Bakmi Kunanti di Muntilan. Hal ini bermanfaat untuk melihat kepedulian masyarakat selaku konsumen terhadap makanan yang dikonsumsi, kesehatan dirinya, serta kelestarian lingkungan. Dari penelitian ini juga dapat dilihat apakah terdapat perubahan kecenderungan dalam pola konsumsi masyarakat. Ini berguna bagi para pemasar untuk menangkap perubahan kecenderungan tersebut dan segera mempersiapkan formulasi strategi yang tepat untuk menghadapinya.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada penjelasan di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalahnya yaitu:

1. Apakah *health consciousness* dan *food safety concern* berpengaruh positif terhadap *attitude* dalam pembelian produk mie pada Bakmi Kunanti di Muntilan.
2. Apakah *health consciousness*, *food safety concern* dan *attitude* berpengaruh secara positif terhadap *purchase intention* dalam pembelian produk mie pada Bakmi Kunanti di Muntilan.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan yang ada, maka hasil yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menetapkan adanya pengaruh *health consciousness* dan *food safety concern* terhadap *attitude* dalam pembelian produk mie pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan.
2. Untuk menetapkan adanya pengaruh *health consciousness*, *food safety concern* dan *attitude* terhadap *purchase intention* dalam pembelian produk mie pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kontribusi Ilmu

Secara umum, akan menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dari informasi yang diperoleh, serta diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan disiplin ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran serta diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian yang lebih lanjut.

1.4.2 Kontribusi Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi penting mengenai perubahan *trend* konsumsi masyarakat dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh Bakmi Kunanti dalam menyikapi perubahan tersebut.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pendahuluan

Kajian pustaka ini dimaksudkan untuk mendokumentasikan dan mengkaji hasil penelitian yang pernah ada, penjelasan yang mendukung pada topik penelitian yang akan dilakukan, serta penjelasan tentang konsep, variabel, indikator penelitian, pengukuran dan asumsi pada area yang sama.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Health Consciousness (Kesadaran Kesehatan)

Health consciousness adalah suatu kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan termotivasi dalam memperbaiki, mempertahankan, menjaga kesehatan dan kualitas hidup dengan menerapkan pola hidup sehat (Michaelidou and Hassan, 2007). Kekhawatiran untuk kesehatan seseorang dinyatakan sebagai faktor dalam membentuk sikap positif terhadap makanan organik (Chen, 2009). Terdapat empat dimensi *health consciousness* yaitu *interest in health* (kepedulian dalam kesehatan), *more aware that food intake does affect their health* (lebih menyadari bahwa asupan makanan mempengaruhi kesehatan), *appreciate healthy and natural foods* (menghargai makanan yang sehat dan alami), *choose healthier foods* (memilih makanan sehat) (Michaelidou and Hassan, 2007).

Health consciousness dilihat dari kalangan orang yang lebih tua dan yang muda memiliki perbedaan cara pandang dalam pola konsumsi makanan. Sehingga perlunya metode pendekatan dalam menyampaikan pengetahuan tentang pentingnya kesadaran

kesehatan khususnya dalam pola konsumsi makanan yang alami dan sehat. Bagi orang yang lebih tua biasanya mereka sudah lebih mengetahui dan perhatian akan pentingnya kesadaran kesehatan. Dengan begitu mereka menginginkan asupan makanan yang sehat, bergizi dan bernutrisi untuk menjaga kesehatan tubuh mereka yang semakin rentan terhadap penyakit. Sedangkan untuk kalangan pemuda mereka masih kurang mengetahui dan perhatian akan pentingnya kesadaran kesehatan. Sehingga mereka lebih cenderung memilih makanan yang hanya memiliki rasa yang enak dan penampilan yang menarik.

Kekhawatiran untuk kesehatan seseorang dinyatakan sebagai faktor dalam membentuk sikap positif terhadap makanan organik (Chen, 2009). *Health consciousness* berhubungan dengan *attitudes* dipengaruhi oleh perhatian konsumen terhadap isu kesehatan. *Health information orientation* merupakan usaha konsumen untuk mencari informasi mengenai kesehatan (Shaharudin et al., 2010). Konsumen Indonesia pada saat ini semakin terbuka terhadap informasi, di mana konsumen dapat memperoleh informasi dan berita dengan semakin cepat karena didukung oleh perkembangan teknologi. Sehingga sebuah peristiwa dapat menjadi perhatian masyarakat luas. Apabila perhatian masyarakat ini berkembang maka dapat merubah sesuatu menjadi *trend*. Semisal, mengenai isu penggunaan formalin pada mie menyebabkan konsumen menjadi peduli pada kesehatan dan berhati-hati dalam membeli makanan.

H1 : *Health consciousness* berpengaruh positif terhadap *attitude*

Penelitian sebelumnya berhasil mengidentifikasi *interest in health* sebagai motive utama dalam *purchase of organic food* (Michaelidou and Hassan, 2007). Sebagai tambahan kesadaran kesehatan ditemukan meramalkan *predict attitude*,

intention and purchase of organic foods (Magnusson et al., 2001). Menurut Shaharudin et al. (2010), motif yang paling sering untuk membeli makanan organik adalah karena konsumen mempunyai persepsi bahwa makanan organik sehat untuk dikonsumsi. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa harapan untuk sehat menjadi motif internal yang paling kuat supaya konsumen memiliki niat untuk membeli produk organik. Apabila ditarik sebuah alur, maka sebenarnya konsumen akan berniat membeli produk organik dikarenakan manfaat yang nantinya akan diperoleh setelah mengonsumsi produk tersebut.

Konsumen makanan organik mungkin lebih mengetahui bahwa jumlah makanan yang mereka konsumsi dapat mempengaruhi kesehatan. Tentu mereka sangat menghargai kesehatan dan lebih perhatian dalam memilih makanan yang alami dan sehat untuk menjaga serta meningkatkan kesehatan mereka (Shaharudin et al., 2010). Setelah konsumen mengetahui bahwa makanan organik menyehatkan, maka kecenderungan untuk melakukan pembelian makanan organik akan semakin besar. Jika hal tersebut berkembang secara terus-menerus dan konsumen merasa puas mengonsumsi makanan organik, maka akan muncul loyalitas konsumen.

H2 : *Health consciousness* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*

2.2.2 Food Safety Concern (Perhatian terhadap Keamanan Makanan)

Food safety concern adalah kepedulian konsumen akan hasil makanan dari penggunaan obat kimia, bahan tambahan buatan, dan bahan pengawet, yang mana sering dihubungkan dengan metode pertanian (Michaelidou and Hassan, 2007). *Food safety concern* merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam konsumsi sehari-hari. Dengan demikian sesungguhnya pangan selain harus tersedia

dalam jumlah cukup juga harus memenuhi persyaratan lain, yaitu sehat, aman dan halal. Setiap orang berhak atas makanan dan bahan makanan yang sehat dan halal.

The '*food safety*' *factor attitudes* termasuk: produk konvensional yang cukup aman untuk dimakan; pertanian organik menyediakan produk makanan yang lebih aman dan pembayaran extra untuk mengkonsumsi makanan organik (Michaelidou and Hassan, 2007). Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa makanan yang aman adalah makanan yang memenuhi standar kualitas kesehatan. Dimana produk makanan konvensional pun dapat memenuhi kriteria *food safety*. Namun, dalam penelitian ini yang akan digunakan adalah produk makanan organik. Hal tersebut disebabkan produk makanan organik memiliki semacam garansi makanan yang aman bagi kesehatan.

H3 : *Food safety concern* berpengaruh positif terhadap *attitude*

Food safety concern memiliki peranan penting dalam *literature* sebelumnya sebagai *motive* dalam purchasing *organic food* (Michaelidou and Hassan, 2007). Chen, (2009) memberikan pendapat bahwa organik menghasilkan pembeli perhatian tentang keselamatan makanan dan mereka bersedia membayar untuk hasil seperti itu. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen bersedia mengeluarkan upaya yang lebih untuk mengkonsumsi hasil organik yang disebabkan adanya kepedulian mereka akan konsumsi makanan yang aman. Shahrudin et al. (2010) memberikan pendapatnya bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan untuk membayar pengurangan risiko keracunan makanan adalah pengalaman pribadi, sikap terhadap keracunan makanan, pengawasan lebih terhadap risiko keracunan makanan dan karakteristik konsumen itu sendiri.

H4 : *food safety concern* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*

2.2.3 Attitude Toward Organic (Sikap Terhadap Organik)

Attitude didefinisikan sebagai “*affective evaluation*”, yang dibentuk dari kepercayaan mengenai *consequences of behaviour*. *Attitude* dalam penelitian ini melihat sebuah sikap yang positif atau negatif dari benak konsumen terhadap produk organik. Sikap merupakan kecenderungan yang nantinya dapat dipelajari. Hal ini menunjukkan bahwa sikap berkaitan dengan perilaku membeli, dalam hal ini adalah pembelian produk mie di Bakmi Kunanti. Dalam hal ini sikap mempunyai kualitas untuk memotivasi, hal ini dapat digunakan oleh pemasar untuk mengarahkan konsumen memiliki gaya hidup sehat.

Dalam menjelaskan *attitude toward organic*, Schiffman dan Kanuk (2007) membagi sikap menjadi tiga komponen sebagai berikut:

a. Kognitif

Komponen kognitif yaitu pengetahuan dan persepsi yang diperoleh berdasarkan kombinasi pengalaman langsung dengan obyek sikap dan informasi yang berkaitan dengan berbagai sumber. Kognitif berhubungan dengan pengenalan dan pengetahuan obyek beserta atributnya.

b. Afektif

Emosi atau perasaan konsumen mengenai produk atau merek tertentu merupakan komponen afektif dari sikap tertentu. Emosi ini dianggap sangat evaluatif, yaitu mencakup penilaian seseorang terhadap obyek sikap secara langsung dan menyeluruh. Melihat dari komponen afektif ini adalah bagaimana kemampuan Warung Bakmi Kunanti mempengaruhi keadaan emosional konsumen untuk memahami manfaat produk organik. Sehingga produk organik tersebut nantinya memiliki respon yang positif di benak konsumen.

c. Konasi

Komponen konatif berhubungan dengan kecenderungan bahwa individu akan melakukan tindakan khusus atau berperilaku dengan cara tertentu terhadap obyek sikap tertentu. Komponen ini mencakup perilaku sesungguhnya itu sendiri. Komponen konatif seringkali dianggap sebagai pernyataan konsumen untuk membeli. Konsumen lebih mungkin untuk benar-benar melakukan pembelian merek-merek yang dinilai positif.

Attitude sangat mempengaruhi *behavior* konsumen dalam pembelian. Hal ini didukung oleh penelitian bahwa *attitude* ditemukan memiliki hubungan korelasi yang kuat dengan *behaviour* dan *behavioural intention* pada *multiple contexts* (Michaelidou and Hassan, 2007). Dalam konteks makanan organik, Magnusson et al. (2001) menemukan *attitude* dapat menjelaskan *purchase intention*.

H5 : *Attitude* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*

2.2.4 Purchase Intention (Minat Beli)

Minat beli (*purchase intention*) merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, 1998).

Menurut Schiffman dan Kanuk (1994) menyatakan bahwa motivasi sebagai kekuatan dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap obyek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut. Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari obyek yang

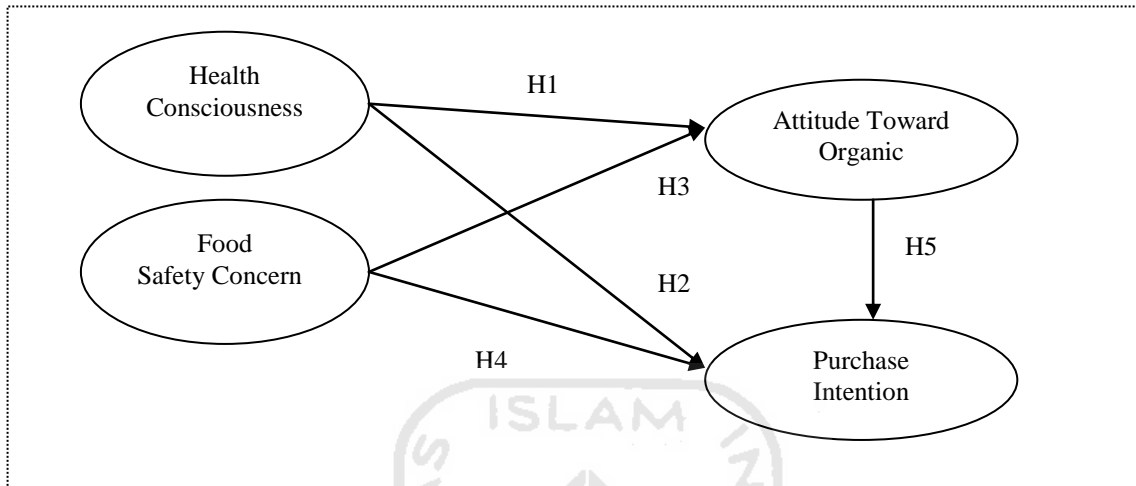
bersangkutan. Implikasinya dalam pemasaran adalah untuk kemungkinan orang tersebut berminat untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak.

Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat untuk memprediksi perilaku konsumen dimasa yang akan datang. Salah satu teori yang dapat menerangkan hubungan antara sikap, minat dan perilaku adalah teori dari Fishbein dan Ajzen, tentang model intensi perilaku (*Fishbein's Behavioral Intention Model*) atau lebih dikenal dengan teori *Reasoned Action* (Tarkiainen dan Sundqvist, 2005).

Perilaku seseorang pada dasarnya sangat ditentukan oleh niat untuk bertindak (Shaharudin et al. 2010). Sementara itu minat berperilaku sangat tergantung pada sikap dan norma subyektif atas perilaku. Sebenarnya sikap dan norma subyektif seseorang juga dipengaruhi oleh keyakinan atas akibat dari perilaku. Niat merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Niat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan. Niat juga mencerminkan kemauan seseorang untuk melakukan sesuatu tindakan tertentu. Dengan kemampuan memahami niat ataupun kecenderungan yang mendasari konsumen untuk mengkonsumsi produk organik dengan baik.

2.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan pengembangan hipotesis yang diurai pada bagian sebelumnya, maka dapat dibuat kerangka penelitian menjadi seperti :



Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendahuluan

Metode penelitian merupakan seluruh rangkaian kegiatan yang akan dilakukan dalam rangka membuktikan atau menyanggah hipotesis yang dirumuskan, serta menjawab pertanyaan penelitian seperti yang telah dirumuskan pada perumusan masalah. Untuk menjawab masalah penelitian dan membuktikan hipotesis diperlukan fakta lapangan (data empiris) dari hasil penelitian. Bagian ini dapat meliputi uraian sebagai berikut:

3.2 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Magelang dan Yogyakarta tepatnya pada konsumen potensial mie di Warung Bakmi Kunanti.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel bebas (variabel independent) merupakan variabel yang diharapkan mempengaruhi variabel terikat (variabel dependent). Dalam penelitian ini, variabel independent terdiri dari health consciousness, food safety concern dan attitude. Sedangkan variabel dependent terdiri dari attitude dan purchase intention.

3.3.1 Health Consciousness

Health Consciousness merupakan kesiapan untuk melakukan tindakan kesehatan ((Michaelidou and Hassan, 2007). Konsumen yang sadar akan kesehatan mengetahui

dan peduli terhadap keadaannya untuk menjadi lebih baik dan lebih termotivasi memperbaiki atau mempertahankan kesehatan dan kualitas hidupnya sebaik mungkin dengan mencegah penyakit dengan menerapkan pola hidup sehat dan sadar diri mengenai kesehatan. Indikatornya adalah :

- a. Konsumen menyadari kesehatan dirinya.
- b. Konsumen peduli terhadap kesehatan dirinya.
- c. Konsumen menghargai makanan sehat dan alami.
- d. Konsumen dapat memilih makanan yang sehat.

3.3.2 Food Safety Concern

Food safety concern merupakan kekhawatiran konsumen tentang residu dalam makanan yang dihasilkan dari semprotan kimia, pupuk, aditif buatan dan pengawet, yang sering dikaitkan dengan metode pertanian (Michaelidou and Hassan, 2007).

Indikatornya adalah :

- a. Konsumen peduli terhadap additive buatan.
- b. Konsumen peduli terhadap bahan pengawet pada makanan.
- c. Konsumen peduli terhadap bahan kimia yang ada dalam makanan.

3.3.3 Attitude Toward Organic

Attitude merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk berperilaku dengan cara yang terus menerus menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu obyek tertentu (Schiffman and Kanuk, 2007). Dalam konteks penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah produk mie pada Bakmi Kunanti yang berupa berasal dari bahan-bahan alami. Indikatornya adalah :

- Konsumen menunjukkan sikap yang positif terhadap produk organik

3.3.4 Purchase Intention

Minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, 1998).

Niatan ini berdasarkan beberapa pertimbangan terkait, kesadaran akan makanan, kesehatan, dan lingkungan. Di mana konsumen sudah memiliki niatan untuk mengkonsumsi produk makanan organik, daripada produk makanan konvensional. Indikatornya adalah :

- Konsumen akan melakukan pembelian kembali.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti langsung dari subjek penelitian (responden). Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode angket atau kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Supardi, 2005). Data diambil dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket ke responden secara langsung.

Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 4 bagian :

Bagian I : berisi pertanyaan tentang health consciousness

Bagian II : berisi pertanyaan tentang food safety concern

Bagian III : berisi pertanyaan tentang attitudes toward organic

Bagian IV : berisi pertanyaan tentang purchase intention

Jawaban responden dianalisis dengan menggunakan skala Likert, yaitu skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap butir yang menggunakan produk atau jasa. Pada umumnya, skala Likert menggunakan skala pengukuran dalam jumlah yang ganjil misalnya tiga atau lima.

Dalam penelitian ini akan menggunakan lima skala, yang terdiri:

Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi poin	: 5
Jawaban Setuju (S) diberi poin	: 4
Jawaban Cukup Setuju (CS) diberi poin	: 3
Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi poin	: 2
Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi poin	: 1

3.5 Pengambilan Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan data yang menjadi objek inferensi. Populasi juga dapat diartikan yaitu sekumpulan objek, orang atau keadaan yang memiliki suatu karakteristik umum yang sama. Target populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang belum pernah membeli mie di Warung Bakmi Kunanti Muntilan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini tidak diketahui besarnya, maka peneliti akan menggunakan metode non-probability sampling. Lebih tepatnya lagi menggunakan sampel kebetulan (accidental) yaitu peneliti memilih responden berdasarkan kebetulan saat menemui responden.

Sampel merupakan bagian dari populasi atau *subset* atau subkelompok populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen potensial mie pada

Bakmi Kunanti di Muntilan yang pada saat itu peneliti sedang melakukan pengumpulan data.

Untuk menentukan jumlah sampelnya dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Algifari, 2000):

$$n=0.25 \left(\frac{Z_{1/2} \alpha}{E} \right)^2$$

Dimana:

n = jumlah sampel

Z = nilai z yang ditentukan oleh derajat kepercayaan atau keyakinan

α = tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti

E = deviasi sampling maksimum

Tingkat signifikansi (α) yang digunakan adalah sebesar 5%, karena biasanya tingkat signifikansi tersebut yang digunakan dalam pengujian statistic. Karena $\alpha = 5\%$, maka $Z_{1/2}\alpha = 1.96$ (dari tabel z).

Disamping itu deviasi sampling maksimal (E) sebesar 10%, yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pengambilan data tidak boleh melebihi sejumlah 10% dari keseluruhan responden. Jika melebihi 10%, maka pengambilan sampel harus diulang. Besarnya sampel minimal yang diperlukan sebesar:

$$n=0.25 \left(\frac{1.96}{0.1} \right)^2$$
$$n=96.04$$

n=96 (dibulatkan)

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel adalah 96 responden dan dalam hal ini dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti.

3.6 Uji Kualitas Data

Penelitian dilakukan pada calon konsumen mie Warung Bakmi Kunanti. Penelitian akan dilakukan terhadap responden sebanyak 96 responden, baru dapat dilakukan analisis data. Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Sebelum melakukan analisis terhadap data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan hasil yang bias.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Data dikatakan valid atau shahih jika mampu mengukur yang diinginkan dan dapat mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Untuk memudahkan perhitungan, pada penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* dengan bantuan paket program SPSS versi 17.0. Suatu indikator dianggap valid jika r hitung $>$ r table dan bernilai positif serta pada $\alpha = 5\%$ (Ghozali, 2006).

Setelah alat ukur telah dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda (Ghozali, 2006).

Rumus statistik yang digunakan untuk menentukan koefisien reliabilitas konsistensi internal adalah *Cronbach Alpha*. Koefisien reliabilitas dapat langsung diketahui dalam output pengujian validitas dengan melihat koefisien alphanya. Semakin besar nilai *cronbach alpha*, maka instrumen penelitian dan data yang diperoleh

memiliki konsistensi yang baik, handal dan dapat dipercaya. Penelitian yang baik adalah penelitian yang *cornbach alphanya* mendekati angka 1.

Kriteria yang digunakan (Ghozali, 2006) adalah:

- Jika nilai $\alpha \geq 0,60$, maka instrumen yang digunakan reliabel
- Jika nilai $\alpha < 0,60$, maka instrumen yang digunakan tidak reliabel

3.7 Teknik Analisis

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Analisis ini bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Data yang terkumpul dari kuesioner, biasanya memiliki nilai yang beragam sehingga akan sulit untuk mengartikan nilai yang diperoleh. Maka dari itu digunakan suatu nilai yang cenderung merupakan nilai sentral yang mewakili semua data dalam kuesioner. Data tersebut biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisis berdasarkan data dalam tabel tersebut.

3.7.2 Uji Regresi Linier Berganda

Metode regresi linear berganda dapat digunakan untuk melihat pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen yang digunakan untuk menguji hubungannya dengan variabel dependen. Variabel tersebut adalah *health consciousness* dan *food safety concern* untuk dilihat pengaruhnya secara bersama-sama terhadap *attitude toward*

organic dan *purchase intention*. Dalam hal ini, analisis regresi linier berganda merupakan teknik yang tepat untuk digunakan.

Uji Regresi Linier Berganda Model I

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana :

Y : attitude toward organic

b_n : koefisien regresi dari variabel X_1, X_2

X_1 : health consciousness

X_2 : food safety concern

Uji Regresi Linier Berganda Model II

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Dimana :

Y : purchase intention

b_n : koefisien regresi dari variabel X_1, X_2, X_3, X_4

X_1 : health consciousness

X_2 : food safety concern

X_3 : attitude

3.7.3 Analisis Statistik

a. Pengujian Hipotesis dengan Uji Serentak (Uji F)

Hipotesis merupakan dugaan secara logis hubungan antara dua variabel atau lebih yang ditunjukkan dalam pernyataan yang dapat diuji kebenarannya. Uji ini digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) (Ghozali, 2006), maka digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi secara keseluruhan.

Langkah- langkah pengujiannya adalah:

1. Merumuskan hipotesis operasional.

Ho : tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y)

Ha : ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y)

Misalnya pada Model 1

Ho: tidak ada pengaruh positif health consciousness dan food safety concern terhadap attitude terhadap organik produk mie pada Bakmi Kunanti.

Ha: ada pengaruh positif health consciousness dan food safety concern terhadap attitude terhadap organik produk mie pada Bakmi Kunanti.

2. Menetapkan taraf signifikansi (α) dan atau derajat kebebasan (df) pengujian.

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%.

3. Melakukan kriteria perhitungan. Sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

Ho diterima jika probabilitasnya $\geq \alpha$

Ho ditolak jika probabilitasnya $< \alpha$

4.Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS

5.Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir (3) dan (4)

b. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji T)

Pembuktian hipotesis dapat pula menggunakan uji t untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individu (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2006).

Langkah- langkah pengujiannya adalah:

1.Merumuskan hipotesis operasional.

Ho : tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

Ha : ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

Misalnya pada Model I :

Ho: tidak ada pengaruh positif health consciousness atau food safety concern secara parsial terhadap attitude terhadap organik produk mie pada Bakmi Kunanti.

Ha: ada pengaruh positif health consciousness atau food safety concern secara parsial terhadap attitude terhadap organik produk mie pada Bakmi Kunanti.

2.Menetapkan taraf signifikansi (α) dan atau derajat kebebasan (df) pengujian.

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%.

3.Melakukan kriteria perhitungan. Sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

Ho diterima jika probabilitasnya $\geq \alpha$

Ho ditolak jika probabilitasnya $< \alpha$

4. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS
5. Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir (3) dan (4)

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak (Ghozali, 2006). Kriteria penentuan bebas atau tidaknya model regresi linier berganda tersebut dari multikolinieritas dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan toleransi (Ghozali, 2006).

Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10

Prosedur pengujian multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional:

Ho: tidak ada pengaruh multikolinieritas

Ha: ada pengaruh multikolinieritas

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

Ho diterima jika VIF ≤ 10 dan toleransi $\geq 0,1$

Ha ditolak jika VIF > 10 dan toleransi $< 0,1$

3. Menghitung nilai VIF dan toleransi

Perhitungan nilai VIF dan toleransi dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3)

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2006). Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Model regresi yang terbaik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya (Ghozali, 2006). Deteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah distudentized (Ghozali, 2006).

Langkah pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional:

Ho: tidak ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda

Ha: ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

Ho diterima jika residual pada gambar Scatterplot terlihat menyebar secara acak

Ha ditolak jika residual pada gambar Scatterplot terlihat tidak menyebar secara acak

3. Membuat gambar Scatterplot

Pembuatan gambar Scatterplot dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sample kecil. Uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Selain itu, dapat dilakukan dengan melihat probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Apabila distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2006).

Langkah pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional:

Ho: data residual berdistribusi normal

Ha: data residual tidak berdistribusi normal

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

Ho diterima jika data tersebar sekitar garis diagonal grafik normal plot

Ha ditolak jika data tersebar jauh dari sekitar garis diagonal grafik normal plot

3. Membuat grafik normal plot

Pembuatan grafik normal plot dilakukan dengan menggunakan program SPSS

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3).

4. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik (Ghozali, 2006). Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi mengenai model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik.

Uji yang dapat digunakan untuk uji linieritas yaitu uji lagrange multiplier (Ghozali, 2006). Uji ini merupakan uji alternatif yang dikembangkan oleh Engle tahun 1982. Estimasi dengan uji ini bertujuan untuk mendapatkan nilai c^2 hitung atau $n \times R^2$.

Langkah-langkah dalam pengujian lagrange multiplier:

1. Lakukan regresi dengan persamaan utama LMSCR = f (LGD)
2. Jika dianggap persamaan utama tersebut besar spesifikasinya maka nilai residualnya harus dihubungkan dengan nilai kuadrat variabel independen dengan persamaan regresi:
$$U_t = B_0 + B_1 \text{LGD}^2$$
3. Dapatkan nilai R^2 untuk menghitung c^2 hitung
4. Jika c^2 hitung > c^2 tabel, maka hipotesis yang menyatakan model linear ditolak.

Adapun prosedur pengujian hipotesisnya:

1. Menentukan hipotesis operasional:
Ho: spesifikasi model terbentuk fungsi linier
Ha: spesifikasi model tidak terbentuk fungsi linier
2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:
Ho diterima jika nilai c^2 hitung < c^2 tabel

Ha ditolak jika nilai c^2 hitung $\geq c^2$ tabel

3. Perhitungan

Tahap perhitungan berdasarkan alat analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan program SPSS

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3)

3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006). Uji R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentasi variabel dependen (*attitude toward organic* dan *purchase intention*) yang dijelaskan oleh variabel independennya (*health consciousness* dan *food safety concern*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai R^2 diperoleh dari output hasil regresi. Jika $R^2 = 1$, berarti suatu kecocokan yang sempurna. Jika $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik model untuk digunakan.

3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah serta menetapkan variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006). Harga koefisien determinasi parsial dapat dicari dengan mengkuadratkan koefisien korelasi parsial (r) yang diperoleh dengan menggunakan program pengolahan

data SPSS. Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap *attitude toward organic* dan *purchase intention*.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Pendahuluan

Setelah dilakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen potensial Warung Bakmi Kunanti di Muntilan sebanyak 96 responden, selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data ini digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Sebelum dilakukan analisis terhadap data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan hasil yang bias.

4.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dalam ini dilakukan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini, telah memenuhi kriteria valid dan reliabel atau tidak. Pengujian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2006). Untuk memudahkan perhitungan, pada penelitian ini menggunakan korelasi product moment dengan bantuan program SPSS versi 17.00. Suatu indikator dianggap valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif serta pada $\alpha = 5\%$ (Ghozali, 2006). Dengan jumlah sampel (N) sebanyak 96 responden maka dapat ditentukan besarnya r_{Tabel} yaitu 0,1688.

Dari hasil uji validitas diperoleh Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kriteria
Health Consciousness	Saya banyak berfikir tentang kesehatan saya	0.545	0.1688	Valid
	Saya waspada terhadap perubahan pada kesehatan saya	0.686	0.1688	Valid
	Saya biasanya menyadari kesehatan saya	0.588	0.1688	Valid
	Saya bertanggung jawab atas keadaan kesehatan saya	0.498	0.1688	Valid
	Saya sadar keadaan kesehatan saya ketika pada suatu hari saya berpergian	0.347	0.1688	Valid
Food Safety Concern	Saat ini sebagian besar makanan mengandung obat kimia	0.467	0.1688	Valid
	Saya sangat prihatin tentang jumlah bahan pengawet dalam makanan	0.369	0.1688	Valid
	Kualitas makanan pada saat ini menjadi perhatian saya.	0.426	0.1688	Valid
	Keamanan makanan pada saat ini menjadi perhatian saya	0.283	0.1688	Valid
Attitude Toward Organic	Makanan organik lebih sehat	0.320	0.1688	Valid
	Makanan organik memiliki kualitas unggul	0.353	0.1688	Valid
	Makanan organik lebih enak	0.475	0.1688	Valid
	Makanan organik lebih menarik	0.481	0.1688	Valid
	Makanan organik tidak memiliki efek berbahaya	0.228	0.1688	Valid
	Makanan organik telah menjadi mode (tren)	0.243	0.1688	Valid
Purchase Intention	Saya akan membeli produk mie di Warung Bakmi Kunanti	0.843	0.1688	Valid
	Saya berniat untuk membeli produk mie di Warung Bakmi Kunanti dalam waktu dekat	0.494	0.1688	Valid
	Saya mencoba mengonsumsi produk mie di Warung Bakmi Kunanti yang termasuk makanan organik dengan pertimbangan manfaat kesehatan jangka panjang saya	0.327	0.1688	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat diketahui hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) pada variable health consciousness, food safety concern, attitude dan purchase intention seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,1688$). Dengan mengacu pendapat yang dikemukakan Ghazali (2006), maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Artinya seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2006). Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan melalui pengambilan jawaban secara *one shot* atau pengukuran sekali saja (Ghozali, 2006). Pada penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS 17.00. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2006). Hasil uji reliabilitas dapat ditunjukkan pada table 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Kriteria
Health consciousness	0.760	0.6	Reliabel
Food safety concern	0.603	0.6	Reliabel
Attitude	0.609	0.6	Reliabel
Purchase intention	0.705	0.6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2011

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas untuk seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari nilai kritisnya yaitu 0,6. Dengan demikian mengacu pendapat Ghazali (2006), sehingga dapat disimpulkan bahwa

seluruh butir pertanyaan yang tertuang dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan handal atau reliabel.

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk yang lebih ringkas. Data tersebut biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisis berdasarkan data dalam tabel tersebut. Pada bagian ini akan dikemukakan hasil analisis deskripsi penilaian konsumen potensial terhadap health consciousness, food safety concern dan attitudes toward organik. Untuk menjelaskan hasil penilaian responden terhadap variabel penelitian, dilakukan berdasarkan nilai rata-rata pada setiap variabel. Penilaian responden tertinggi dengan skor rata-rata 5 dan skor penilaian terendah adalah 1 maka dapat ditentukan interval sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}}{\text{Jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Sehingga dapat ditentukan range jawaban sebagai berikut :

Skor rata-rata antara **1.00 – 1.80** : Sangat tidak baik/Sangat tidak puas

Skor rata-rata antara **1.81 – 2.60** : Tidak baik/Tidak puas

Skor rata-rata antara **2.61 – 3.40** : Cukup baik/Cukup puas

Skor rata-rata antara **3.41 – 4.20** : Baik/Puas

Skor rata-rata antara **4.21 – 5.00** : Sangat baik/Sangat puas

Berdasarkan kriteria jawaban tersebut maka dapat dijelaskan deskriptif penilaian responden terhadap variabel penelitian sebagai berikut :

4.3.1 Variabel Health Consciousness (X_i)

Penilaian terhadap variabel health consciousness meliputi penilaian mengenai penilaian konsumen terhadap dirinya sendiri. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel health consciousness seperti pada Tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3

Penilaian Variabel Health Consciousness

Item Pertanyaan	Rata-rata	Kriteria
Saya banyak berfikir tentang kesehatan saya	4.46	Sangat Baik
Saya waspada terhadap perubahan pada kesehatan saya	4.36	Sangat Baik
Saya biasanya menyadari kesehatan dirinya	4.20	Baik
Saya bertanggung jawab atas keadaan kesehatan saya	4.40	Sangat Baik
Saya sadar keadaan kesehatan saya ketika pada suatu hari saya berpergian	4.31	Sangat Baik
Rata-rata	4.34	Sangat Baik

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap health consciousness adalah sebesar 4.34 (Sangat Baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada konsumen banyak berfikir tentang kesehatan dirinya dengan rata-rata sebesar 4.46 (Sangat Baik) dan penilaian terendah pada item konsumen biasanya menyadari kesehatan dirinya dengan rata-rata sebesar 4.20 (Baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap health consciousness masing-masing individu karena berada pada interval 4.21 - 5.00. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen sangat menyadari kesehatan dirinya.

4.3.2 Variabel Food Safety Concern (X_2)

Penilaian terhadap variabel food safety concern meliputi penilaian mengenai penilaian konsumen terhadap keamanan makanan. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel food safety concern seperti pada Tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4

Penilaian Variabel Food Safety Concern

Item Pertanyaan	Rata-rata	Kriteria
Saat ini sebagian besar makanan mengandung obat kimia	3.85	Baik
Saya sangat prihatin tentang jumlah bahan pengawet dalam makanan	4.16	Baik
Kualitas makanan pada saat ini menjadi perhatian saya.	4.31	Sangat Baik
Keamanan makanan pada saat ini menjadi perhatian saya	4.33	Sangat Baik
Rata-rata	4.16	Baik

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap food safety concern adalah sebesar 4.16 (Baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada keamanan makanan saat ini menjadi perhatian konsumen dengan rata-rata sebesar 4.33 (Sangat Baik) dan penilaian terendah pada item saat ini sebagian besar makanan mengandung obat kimia dengan rata-rata sebesar 3.85 (Baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang baik terhadap food safety concern karena berada pada interval 3.41 - 4.20. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen perhatian terhadap keamanan makanan.

4.3.3 Variabel Attitude (X_3 & Y_1)

Penilaian terhadap variabel attitude meliputi penilaian mengenai sikap konsumen terhadap makanan organik. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel attitude seperti pada Tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5

Penilaian Variabel Attitude

Item Pertanyaan	Rata-rata	Kriteria
Makanan organik lebih sehat	4.44	Sangat Baik
Makanan organik memiliki kualitas unggul	4.25	Sangat Baik
Makanan organik lebih enak	3.78	Baik
Makanan organik lebih menarik	3.70	Baik
Makanan organik tidak memiliki efek berbahaya	4.13	Baik
Makanan organik telah menjadi mode (tren)	3.65	Baik
Rata-rata	3.99	Baik

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap attitude adalah sebesar 3.99 (Baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada makanan organik lebih sehat dengan rata-rata sebesar 4.44 (Sangat Baik) dan penilaian terendah pada item makanan organik telah menjadi mode (tren) dengan rata-rata sebesar 3.65 (Baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang baik terhadap attitude karena berada pada interval 3.41 - 4.20. Hasil ini menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap makanan organik.

4.3.4 Variabel Purchase Intention (Y_2)

Penilaian terhadap variabel purchase intention meliputi penilaian mengenai minat pembelian terhadap makanan organik. Dari hasil jawaban responden yang telah

dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel purchase intention seperti pada Tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6

Penilaian Variabel Purchase Intention

Item Pertanyaan	Rata-rata	Kriteria
Saya akan membeli produk mie di Warung Bakmi Kunanti	3.44	Baik
Saya berniat untuk membeli produk mie di Warung Bakmi Kunanti dalam waktu dekat	3.28	Cukup Baik
Saya mencoba mengkonsumsi produk mie di Warung Bakmi Kunanti yang termasuk makanan organik dengan pertimbangan manfaat kesehatan jangka panjang saya	3.69	Baik
Rata-rata	3.47	Baik

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap purchase intention adalah sebesar 3.47 (Baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada konsumen mencoba mengkonsumsi produk mie di Warung Bakmi Kunanti yang termasuk makanan organik dengan pertimbangan manfaat kesehatan jangka panjang dengan rata-rata sebesar 3.69 (Baik) dan penilaian terendah pada item konsumen berniat untuk membeli produk mie di Warung Bakmi Kunanti dalam waktu dekat dengan rata-rata sebesar 3.28 (Cukup Baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang baik terhadap purchase intention karena berada pada interval 3.41 - 4.20. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen mempunyai niatan untuk membeli produk mie di Warung Bakmi Kunanti.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda Model I

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh health consciousness dan food safety concern terhadap attitude. Dengan analisis regresi ini juga dapat diketahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap attitude.

4.4.1 Pengaruh Health Consciousness dan Food Safety Concern terhadap Attitude.

Model regresi linier berganda untuk health consciousness dan food safety concern terhadap attitude mempunyai formula sebagai berikut :

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linier berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 17.00. SPSS adalah suatu program *software* computer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik.

Hasil regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh health consciousness dan food safety concern terhadap attitude toward organic dapat ditunjukkan pada Tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Estimasi Regresi Linier Berganda Model I

Variabel Independent	Koef. Beta	Sig-t	½ p	r partial	r² partial
Health Consciousness	0.203	0.047	0.023	0.205	0.042
Food Safety Concern	0.183	0.073	0.036	0.184	0.033
<i>Adjusted R Square</i>	0.069				
Sig-F	0.013				

Depend. Var : Attitude

Sumber : Data primer diolah, 2011

4.4.1.1 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan **Sig f** yang dihasilkan oleh regresi linier berganda dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Hasil uji F diperoleh sig F sebesar 0,013. Karena $0,013 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel health consciousness dan food safety concern terhadap attitude pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan.

Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif yang signifikan variabel health consciousness dan food safety concern terhadap attitude pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan di dukung. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kesadaran kesehatan konsumen dan keamanan makanan maka konsumen akan menunjukkan sikap yang positif.

4.4.1.2 Uji T

Hipotesis dari penelitian ini adalah satu arah (positif), maka harga p-nya adalah separuh dari harga p yang ada dalam matriks (Hadi S., 1997). Dengan uji satu arah ada kemungkinan suatu statistik yang tadinya dinyatakan tidak signifikan bisa menjadi signifikan (Hadi S., 1997). Hasil uji t pada health consciousness diperoleh sig sebesar $0,023 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial health consciousness terhadap attitude. Hal ini berarti semakin tinggi kesadaran konsumen maka sikapnya akan semakin tinggi. Hasil uji t food safety concern diperoleh sig t sebesar $0,036 > 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan variabel food safety concern terhadap attitude.

4.4.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian yang digunakan dalam asumsi klasik adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas.

4.4.2.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini dilakukan dengan pengujian *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8

Uji Multikolinieritas

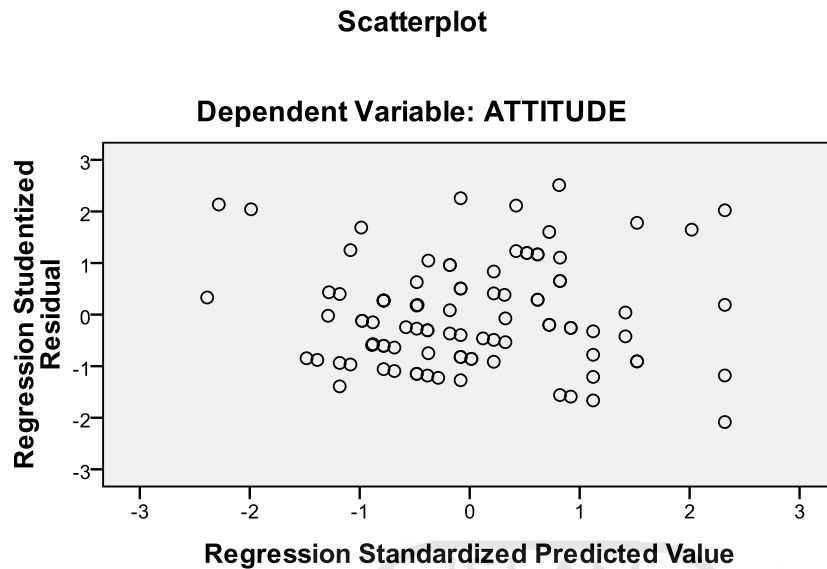
Variabel Independent	Tolerance	VIF	Keterangan
Health Consciousness	0.963	1.038	Tidak terjadi multikolinieritas
Food Safety Concern	0.963	1.038	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa seluruh variabel independent yang terdiri dari health consciousness dan food safety concern memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

4.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan plot residual yaitu dengan melihat sebaran residual untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y. Jika ditemukan plot residual membentuk pola tertentu maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar 4.1 berikut :

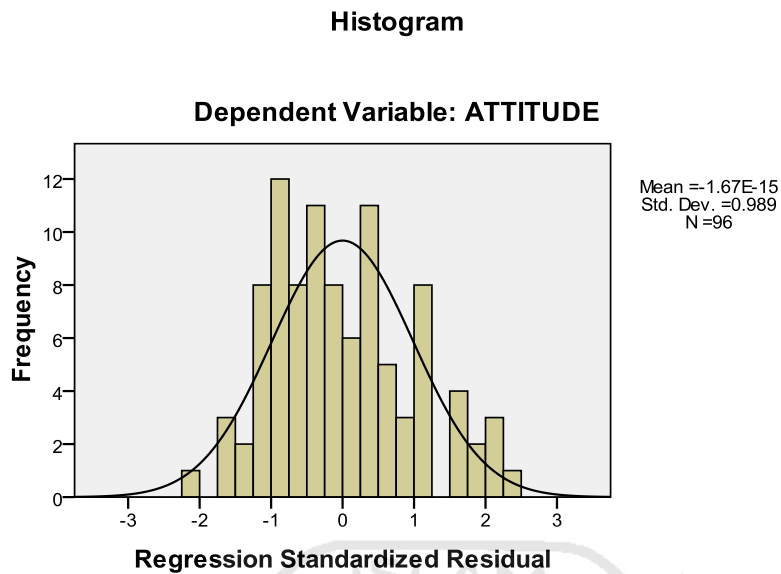


Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas Regresi Model I

Berdasarkan gambar 4.1 diatas terlihat data residual pada model regresi menyebar baik diatas maupun dibawah titik 0 dan tidak membentuk pola tertentu.. Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

4.4.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kurva normal. Jika sebaran residual mendekati kurva normal, maka dapat dinyatakan bahwa sebaran data adalah normal. Hasil pengujian normalitas dapat ditunjukkan pada gambar 4.2 berikut :



Gambar 4.2 Uji Normalitas Regresi Model I

Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa sebaran data mengikuti kurva normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data berdistribusi normal.

4.4.2.4 Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat merupakan hubungan linier atau non linier. Hasil uji linieritas digunakan uji Lagrange Multiplier (Uji LM), yang menghasilkan nilai Chi Square yang dihitung dari nilai $R^2 \times Observed$. Jika nilai $Chi\ Square < Chi\ Square\ Tabel$, maka hubungan kedua variable adalah linier. Hasil uji linieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.9

Uji Lagrange Multiplier

R Square	N	X² Hitung	DF	X² Tabel
0.003	96	0.003	95	118,75

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji linieritas diperoleh nilai R Square sebesar 0,003 dan jumlah observasi $N = 96$, sehingga dapat dihitung besarnya X^2 hitung = $96 \times 0,003 = 0,288$. nilai chi square hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan X^2 tabel, dengan $DF = 95$ adalah sebesar 118,75. Dengan demikian X^2 hitung < X^2 tabel, sehingga model regresi memiliki hubungan yang linier antara variabel independent terhadap variabel dependent.

Berdasarkan hasil keenam uji yaitu uji F, uji T, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas telah memenuhi persyaratan yang ditentukan, sehingga peneliti melanjutkan penelitian dan model bisa digunakan sebagai analisis data.

4.4.3 Koefisien Determinasi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara serentak terhadap variabel tidak bebas dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi berganda atau *Adjusted R²*. Pada Tabel 4.7 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) = 0.089 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 8.9% sisanya sebesar 91.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.4.4 Koefisien Determinasi Parsial

Hasil koefisien determinasi parsial (r^2) pada persamaan pertama pada Tabel 4.7 diketahui pengaruh health consciousness terhadap attitude adalah sebesar 0.042 artinya attitude dapat dijelaskan oleh variabel health consciousness sebesar 4.2% dan pengaruh food safety concern terhadap attitude sebesar 0.033 artinya attitude dapat dijelaskan oleh variabel food safety concern sebesar 3.3%. Dengan demikian variabel health consciousness merupakan variabel yang dominan mempengaruhi attitude dalam pembelian produk mie di Warung Bakmi Kunanti.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda Model II

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh health consciousness, food safety concern dan attitude terhadap purchase intention. Dengan analisis regresi ini juga dapat diketahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap purchase intention.

4.5.1 Pengaruh Health Consciousness, Food Safety Concern dan Attitude terhadap Purchase Intention.

Model regresi linier berganda untuk health consciousness, food safety concern dan attitude terhadap purchase intention mempunyai formula sebagai berikut :

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linier berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 17.00. SPSS adalah suatu program

software computer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik.

Hasil regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh health consciousness, food safety concern dan attitude terhadap purchase intention dapat ditunjukkan pada Tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10

Estimasi Regresi Linier Berganda Model II

Variabel Independent	Koef. Beta	Sig-t	½ p	r partial	r² partial
Health Consciousness	0.038	0.698	0.349	0.041	0.001
Food Safety Concern	0.198	0.042	0.021	0.210	0.044
Attitude	0.356	0.000	0.000	0.356	0.126
<i>Adjusted R Square</i>	0.208				
Sig-F	0,000				

4.5.1.1 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan **Sig f** yang dihasilkan oleh regresi linier berganda dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Hasil uji F diperoleh sig F sebesar 0,000. Karena $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel health consciousness, food safety concern dan attitude terhadap purchase intention pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan.

Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif yang signifikan variabel health consciousness, food safety concern dan attitude terhadap purchase intention pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan di dukung. Hal ini berarti

semakin tinggi tingkat kesadaran kesehatan konsumen, keamanan makanan dan sikap maka konsumen akan menunjukkan minat beli yang tinggi.

4.5.1.2 Uji T

Hipotesis dari penelitian ini adalah satu arah (positif), maka harga p -nya adalah separuh dari harga p yang ada dalam matriks (Hadi S., 1997). Dengan uji satu arah ada kemungkinan suatu statistik yang tadinya dinyatakan tidak signifikan bisa menjadi signifikan (Hadi S., 1997). Hasil uji t pada health consciousness diperoleh sig sebesar $0,349 > 0,05$ maka H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan health consciousness terhadap purchase intention. Hasil uji t food safety concern terhadap purchase intention diperoleh sig t sebesar $0,021 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara signifikan food safety concern terhadap purchase intention. Dan hasil uji t pada variabel attitude diperoleh sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan variabel attitude terhadap purchase intention.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel health consciousness tidak berpengaruh signifikan terhadap purchase intention. Oleh karena itu dilakukan analisis regresi ulang tanpa menggunakan variabel health consciousness.

4.5.2 Model Regresi Ulang Pengaruh Health Consciousness, Food Safety Concern dan Attitude terhadap Purchase Intention.

Model regresi linier berganda untuk health consciousness, food safety concern dan attitude terhadap purchase intention mempunyai formula sebagai berikut :

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linier berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 17.00. SPSS adalah suatu program *software* computer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik.

Hasil regresi ulang linier berganda pada model II untuk mengetahui pengaruh food safety concern dan attitude terhadap purchase intention dapat ditunjukkan pada Tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11
Estimasi Regresi Ulang Linier Berganda Model II

Variabel Independent	Koef. Beta	Sig-t	½ p	r partial	r² partial
Food Safety Concern	0.204	0.034	0.017	0.218	0.047
Attitude	0.363	0.000	0.000	0.370	0.136
<i>Adjusted R Square</i>	0.206				
Sig-F	0.000				

4.5.2.1 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan **Sig f** yang dihasilkan oleh regresi linier berganda dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Hasil uji F diperoleh sig F sebesar 0,000. Karena $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel food safety concern dan attitude terhadap purchase intention pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan.

Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif yang signifikan variabel food safety concern dan attitude terhadap purchase intention pada

Warung Bakmi Kunanti di Muntilan di dukung. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat keamanan makanan dan sikap maka konsumen akan menunjukkan minat beli yang tinggi.

4.5.2.2 Uji T

Hipotesis dari penelitian ini adalah satu arah (positif), maka harga p -nya adalah separuh dari harga p yang ada dalam matriks (Hadi S., 1997). Dengan uji satu arah ada kemungkinan suatu statistik yang tadinya dinyatakan tidak signifikan bisa menjadi signifikan (Hadi S., 1997). Hasil uji t food safety concern terhadap purchase intention diperoleh sig-t sebesar $0,017 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan food safety concern terhadap purchase intention. Dan hasil uji t pada variabel attitude diperoleh sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan variabel attitude terhadap purchase intention.

4.5.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian yang digunakan dalam asumsi klasik adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas.

4.5.3.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini dilakukan dengan pengujian *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.12 berikut :

Tabel 4.12

Uji Multikolinieritas

Variabel Independent	Tolerance	VIF	Keterangan
Food Safety Concern	0.951	1.052	Tidak terjadi multikolinieritas
Attitude	0.951	1.052	Tidak terjadi multikolinieritas

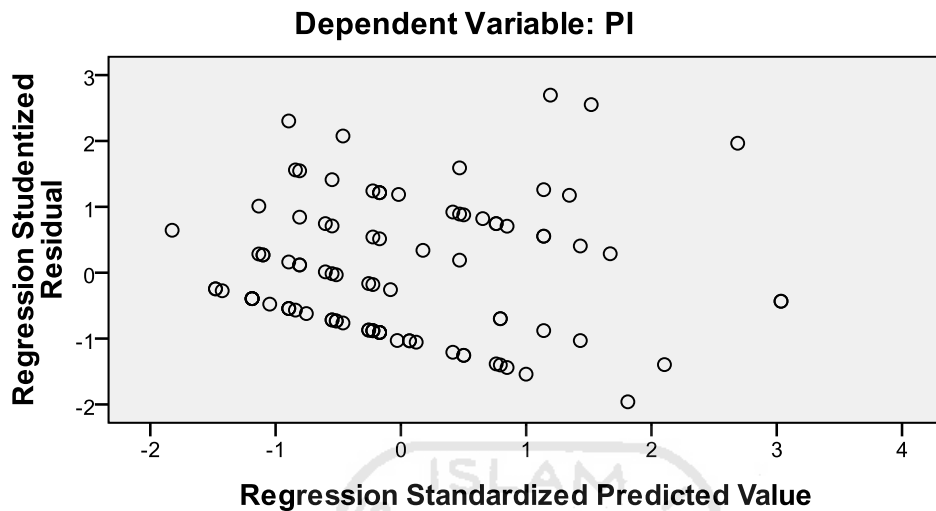
Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa seluruh variabel independent yang terdiri dari food safety concern dan attitude memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

4.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan plot residual yaitu dengan melihat sebaran residual untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y. Jika ditemukan plot residual membentuk pola tertentu maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat ditunjukkan pada gambar 4.3 berikut :

Scatterplot

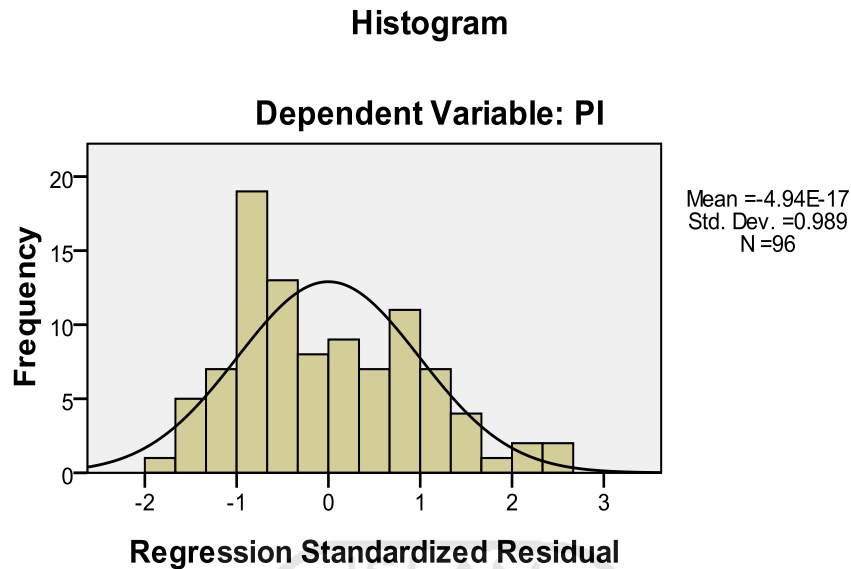


Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Regresi Model II

Berdasarkan gambar 4.3 diatas terlihat data residual pada model regresi membentuk pola tertentu.. Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini terjadi gejala Heteroskedastisitas.

4.5.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kurva normal. Jika sebaran residual mendekati kurva normal, maka dapat dinyatakan bahwa sebaran data adalah normal. Hasil pengujian normalitas dapat ditunjukkan pada gambar 4.4 berikut :



Gambar 4.4 Uji Normalitas Regresi Model II

Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa sebaran data cenderung mengikuti kurva normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data berdistribusi normal.

4.5.3.4 Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat merupakan hubungan linier atau non linier. Hasil uji linieritas digunakan uji Lagrange Multiplier (Uji LM), yang menghasilkan nilai Chi Square yang dihitung dari nilai R Square * Observed. Jika nilai Chi Square < Chi Square Tabel, maka hubungan kedua variable adalah linier. Hasil uji linieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.13 berikut :

Tabel 4.13

Uji Lagrange Multiplier

R Square	N	X² Hitung	DF	X² Tabel
0.002	96	0.002	95	118,75

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji linieritas diperoleh nilai R Square sebesar 0,002 dan jumlah observasi $N = 96$, sehingga dapat dihitung besarnya X^2 hitung = $96 \times 0,002 = 0,192$. nilai chi square hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan X^2 tabel, dengan $DF = 95$ adalah sebesar 118,75. Dengan demikian X^2 hitung < X^2 tabel, sehingga model regresi memiliki hubungan yang linier antara variabel independent terhadap variabel dependent.

Berdasarkan hasil keenam uji yaitu uji F, uji T, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas dapat disimpulkan bahwa regresi linear berganda model II yang telah dilakukan, terjadi satu penyimpangan pada uji asumsi klasik yaitu terjadi gejala heteroskedastisitas. Namun, bila uji lainnya seperti uji F, uji T, uji multikolinieritas, uji normalitas, dan uji linieritas menunjukkan hasil yang baik maka kejadian tersebut masih bisa ditoleransi dan dengan demikian dapat disimpulkan bahwa regresi linear berganda model II hanya terjadi satu penyimpangan asumsi klasik, yaitu pada heteroskedastisitas sehingga model tersebut masih layak untuk digunakan pada penelitian selanjutnya.

4.5.4 Koefisien Determinasi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara serentak terhadap variabel tidak bebas dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi berganda atau

Adjusted R². Pada Tabel 4.11 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) = 0.206 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 20.6% sisanya sebesar 79.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.5.5 Koefisien Determinasi Parsial

Hasil koefisien determinasi parsial (r^2) pada persamaan pertama pada Tabel 4.11 diketahui pengaruh food safety concern terhadap purchase intention adalah sebesar 0.047 artinya purchase intention dapat dijelaskan oleh variabel food safety concern sebesar 4.7% dan pengaruh attitude terhadap purchase intention sebesar 0.136 artinya purchase intention dapat dijelaskan oleh variabel attitude sebesar 13.6%. Dengan demikian variabel attitude merupakan variabel yang dominan mempengaruhi purchase intention dalam pembelian produk mie di Warung Bakmi Kunanti.

4.6 Pembahasan dan Implikasi

Berdasarkan hasil analisis model 1 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel health consciousness dan food safety concern berpengaruh secara signifikan terhadap attitude. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel health consciousness dan food safety concern berpengaruh secara signifikan terhadap attitude. Sedangkan hasil analisis model 2 dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel health consciousness, food safety concern dan attitude berpengaruh secara signifikan terhadap purchase intention dalam pembelian produk mie di Warung Bakmi Kunanti Muntilan. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel food safety concern dan attitude

berpengaruh secara signifikan terhadap purchase intention dalam pembelian produk mie di Warung Bakmi Kunanti Muntilan.

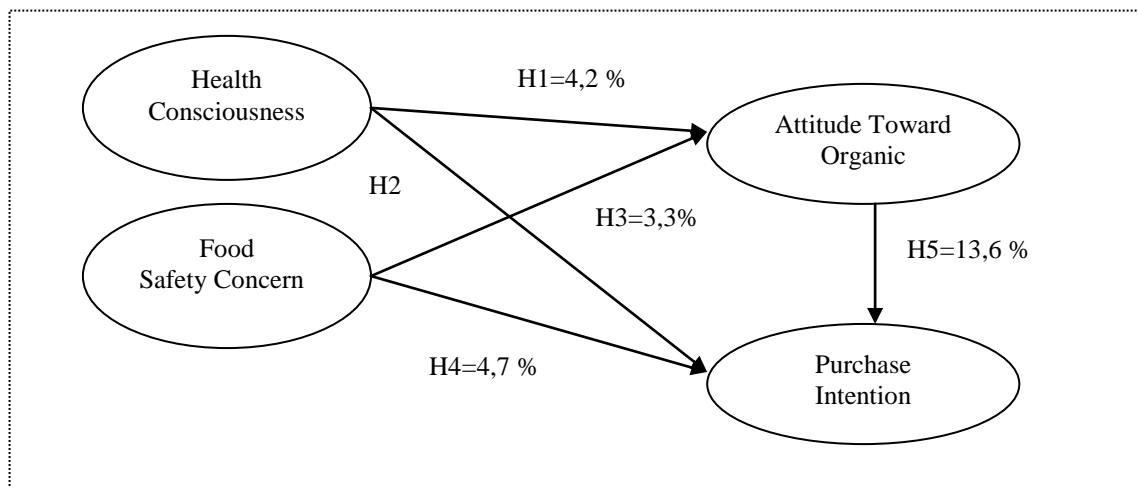
Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Michaelidou dan Hassan (2007), yang menyimpulkan bahwa health consciousness dan food safety concern dalam memprediksi attitude dan intention.

Berdasarkan pengujian asumsi klasik pada model 1, menunjukkan bahwa pada model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinieritas, karena semua variabel memiliki nilai tolerance $> 0,1$. Data pada model regresi menyebar dan tidak membentuk pola tertentu sehingga tidak terjadi penyimpangan heterokedastisitas. Pengujian normalitas diketahui bahwa sebaran data mendekati kurva normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data berdistribusi normal. Dan model regresi menunjukkan hubungan yang linier karena nilai X^2 hitung $< X^2$ tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut layak untuk digunakan pada penelitian selanjutnya. Sedangkan pengujian asumsi klasik model 2, menunjukkan bahwa pada model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinieritas, karena semua variabel memiliki nilai tolerance $> 0,1$. Data pada model regresi membentuk pola tertentu sehingga terjadi penyimpangan heterokedastisitas. Pengujian normalitas diketahui bahwa sebaran data mendekati kurva normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data berdistribusi normal. Dan model regresi menunjukkan hubungan yang linier karena nilai X^2 hitung $< X^2$ tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut hanya terjadi satu penyimpangan asumsi klasik, yaitu pada heteroskedastisitas sehingga model tersebut masih layak untuk digunakan pada penelitian selanjutnya.

Pada variabel health consciousness menunjukkan ada pengaruh signifikan terhadap attitude, tetapi tidak untuk purchase intention. Hal ini mungkin disebabkan konsumen potensial belum mengetahui secara pasti bahwa mie yang digunakan dalam Warung Bakmi Kunanti merupakan mie hasil olahan sendiri yang menggunakan bahan-bahan alami. Untuk itu, perlu adanya suatu informasi atau keterangan yang dipasang dalam warung tersebut sehingga konsumen potensial mengetahui tentang bahan yang digunakan dalam proses pembuatan mie. Setelah konsumen mengetahuinya maka akan ada ketertarikan minat beli yang nantinya konsumen dapat menikmati hasil masakan yang berbeda dari yang lain.

Pada variabel food safety concern menunjukkan ada pengaruh signifikan terhadap attitude dan purchase intention. Hal ini berarti jika keamanan dan kualitas makanan semakin baik maka akan menunjukkan sikap yang positif dan minat beli konsumen semakin tinggi. Apabila warung tersebut menawarkan produk makanan yang berkualitas, mempertahankan penggunaan bahan-bahan yang alami dalam proses pembuatan mie maka konsumen potensial akan meningkat.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dapat digambarkan pengaruh variabel health consciousness, food safety concern dan attitude terhadap purchase intention sebagai berikut :



Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa attitude merupakan dimensi yang paling berpengaruh dominan terhadap purchase intention. Oleh karena itu pengelola Warung Bakmi Kunanti hendaknya mempertahankannya dengan cara menjaga kualitas makanan. Strategi yang hendaknya dilakukan yaitu dengan menawarkan produk dengan kualitas yang terjamin mutunya. Baik dari bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan mie maupun proses pembuatan yang dilakukan secara tradisional.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel health consciousness dan food safety concern secara bersama-sama terhadap attitude. Sedangkan variabel yang paling dominan mempengaruhi attitude adalah variabel health consciousness. Hal ini berarti kesadaran akan kesehatan merupakan pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan sikap terhadap makanan organik.
2. Secara parsial variabel health consciousness dan food safety concern berpengaruh signifikan terhadap attitude dalam pembelian produk mie di Warung Bakmi Kunanti
3. Terdapat pengaruh signifikan variabel health consciousness, food safety concern dan attitude secara bersama-sama terhadap purchase intention. Sedangkan variabel yang paling dominan mempengaruhi purchase intention adalah variabel attitude. Hal ini berarti sikap terhadap makanan organik merupakan pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan minat beli terhadap makanan organik.
4. Secara parsial variabel food safety concern dan attitude berpengaruh signifikan terhadap purchase intention dalam pembelian produk mie di Warung Bakmi Kunanti

5.2 Saran

Berdasar kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi pengelola Warung Bakmi Kunanti di Muntilan, yaitu :

1. Dimensi attitude terbukti paling berpengaruh terhadap purchase intention di Warung Bakmi Kunanti Muntilan. Strategi yang hendaknya dilakukan yaitu dengan melakukan inovasi dan terus meningkatkan promosi produk yang lebih menarik sehingga dapat meyakinkan konsumen potensial dengan tetap menjaga kualitas mie sebagai produk yang aman dan sehat untuk dikonsumsi.
2. Memberikan informasi-informasi tentang manfaat makanan untuk kesehatan bagi masyarakat umum sebagai konsumen atau konsumen potensial agar mengerti dan benar-benar memahami kesadaran kesehatan dan makanan sehat khususnya produk mie pada Warung Bakmi Kunanti sebagai salah satu makanan organik tradisional.

Daftar Pustaka

- Algifari. (2000). *Analisis Regresi: Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi Kedua, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Assael, H. (1998). *Customer Behaviour and marketing Action*. 6th Edition. New York: International Thomson Publishing.
- Chen, M.F. (2009). Attitude toward organic foods among Taiwanese as related to health consciousness, environmental attitudes and the mediating effects of a healthy lifestyle. *British Food Journal*, Vol.111 No.2, pp. 165-178.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (1997). *Manual SPS Paket Midi*, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Magnusson, M.K., Avrola, A., Hursti Koivisto, U.K., Aberg, L. & Sjoden, P.O. (2001). Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal*, 103, 209–226.
- Michaelidou, N and Hassan L.M. (2008). The role of health consciousness, food safety concern and ethical identity on attitudes and intentions towards organic food. *International Journal of Consumer Studies* 32, 163–170
- Shaharudin, M.R., Pani, J.J., Mansor, S.W., Elias, S.J. (2010). Factors affecting purchase intention of organic food in Malaysia's Kedah State. *Cross-Cultural Communication*, Vol.6 No.2, pp.105-116.
- Schiffman, L.G., Kanuk., Leslie L. (2007). *Consumer Behavior*, 9th Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Tarkiainen, A. & Sundqvist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, Vol.107, pp.808–822.

Lampiran 1

Kuesioner



Kepada Yth :

Bpk. / Ibu / Sdra. / Sdri.

Konsumen Potensial Warung Bakmi Kunanti

di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul, “**Peran Health Consciousness dan Food Safety Concern Pada Attitudes dan Intention Terhadap Pembelian Produk Mie Pada Warung Bakmi Kunanti di Muntilan**”, maka saya (penulis), mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia memohon kesediaan, Bapak / Ibu / Saudara / Saudari meluangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang saya ajukan sebagaimana terlampir dalam lembar kuesioner berikut.

Setiap jawaban yang Anda berikan akan sangat berarti bagi saya, yang selanjutnya akan menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang saya lakukan. Untuk itu, maka identitas Anda akan kami jamin kerahasiaannya.

Atas partisipasi dan kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, November 2011

Hormat Saya

Firdha Kutresnaningdian

Data Responden


Nama Responden :

Jenis Kelamin : **Perempuan / Laki-laki** (Coret jawaban yang salah)

Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Mohon diberi tanda check (√) pada kotak jawaban yang menurut Anda paling tepat dan sesuai dengan penilaian saudara, semua jawaban yang Anda berikan kami anggap benar. Pilihan jawaban yang tersedia adalah :

- 
- STS** : Sangat Tidak Setuju
 - TS** : Tidak Setuju
 - CS** : Cukup Setuju
 - S** : Setuju
 - SS** : Sangat Setuju

Apabila Anda ingin mengganti jawaban cukup beri tanda (-) pada jawaban sebelumnya

Contoh :

STS	TS	CS	S	SS
	√	√		

Bagian I Penilaian Variabel Health Consciousness di Warung Bakmi Kunanti

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Saya banyak berfikir tentang kesehatan saya					
2.	Saya waspada terhadap perubahan pada kesehatan saya					
3.	Saya biasanya menyadari kesehatan saya					
4.	Saya bertanggung jawab atas keadaan kesehatan saya					
5.	Saya sadar keadaan kesehatan saya ketika pada suatu hari saya berpergian					

Bagian II Penilaian Variabel Food Safety Concern di Warung Bakmi Kunanti

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Saat ini sebagian besar makanan mengandung obat kimia					
2.	Saya sangat prihatin tentang jumlah bahan pengawet dalam makanan					
3.	Kualitas makanan pada saat ini menjadi perhatian saya.					
4.	Keamanan makanan pada saat ini menjadi perhatian saya					

Bagian III Penilaian Variabel Attitude Toward Organic di Warung Bakmi Kunanti

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Makanan organik lebih sehat					
2.	Makanan organik memiliki kualitas unggul					
3.	Makanan organik lebih enak					
4.	Makanan organik lebih menarik					
5.	Makanan organik tidak memiliki efek berbahaya					
6.	Makanan organik telah menjadi mode (tren)					

Bagian IV Penilaian Variabel Purchase Intention di Warung Bakmi Kunanti

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Saya akan membeli produk mie di Warung Bakmi Kunanti					
2.	Saya berniat untuk membeli produk mie di Warung Bakmi Kunanti dalam waktu dekat					
3.	Saya mencoba mengonsumsi produk mie di Warung Bakmi Kunanti yang termasuk makanan organik dengan pertimbangan manfaat kesehatan jangka panjang saya					

Mohon periksa kembali jawaban yang telah Anda berikan, agar tidak ada jawaban yang terlewatkan.

“TERIMA KASIH”

Lampiran 2

Rekapitulasi Data

Responden

The image features a large, bold, black text overlay on a white background. The text is arranged in three lines: "Lampiran 2" at the top, "Rekapitulasi Data" in the middle, and "Responden" at the bottom. In the background, there is a faint, light gray watermark of the logo for Universitas Islam Indonesia. The logo consists of a stylized green and white emblem with a central vertical element, surrounded by the text "UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA" in a circular arrangement.

Lampiran 3

Uji Validitas & Uji

Reliabilitas

A faint watermark of the Universitas Islam Indonesia logo is visible in the background. The logo features a central emblem with a flame-like shape, surrounded by the text 'UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA' in a circular arrangement.

VARIABEL HEALTH CONSCIOUSNESS

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
HC1	4.46	.695	96
HC2	4.36	.583	96
HC3	4.20	.690	96
HC4	4.40	.589	96
HC5	4.31	.604	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HC1	17.27	3.273	.545	.711
HC2	17.36	3.329	.686	.664
HC3	17.53	3.199	.588	.694
HC4	17.33	3.656	.498	.727
HC5	17.42	3.930	.347	.775

VARIABEL FOOD SAFETY CONCERN

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
FSC1	3.85	.649	96
FSC2	4.16	.568	96
FSC3	4.31	.509	96
FSC4	4.33	.536	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FSC1	12.80	1.255	.467	.461
FSC2	12.50	1.516	.369	.543
FSC3	12.34	1.554	.426	.505
FSC4	12.32	1.674	.283	.601

VARIABEL ATTITUDE

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.609	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ATTITUDE1	4.44	.539	96
ATTITUDE2	4.25	.665	96
ATTITUDE3	3.78	.652	96
ATTITUDE4	3.70	.682	96
ATTITUDE5	4.13	.684	96
ATTITUDE6	3.65	.808	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ATTITUDE1	19.50	4.547	.320	.576
ATTITUDE2	19.69	4.175	.353	.561
ATTITUDE3	20.16	3.923	.475	.511
ATTITUDE4	20.24	3.826	.481	.506
ATTITUDE5	19.81	4.449	.228	.610
ATTITUDE6	20.29	4.125	.243	.616

VARIABEL PURCHASE INTENTION

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PI1	3.44	.558	96
PI2	3.28	.750	96
PI3	3.69	.670	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PI1	6.97	1.167	.843	.268
PI2	7.13	1.142	.494	.668
PI3	6.72	1.510	.327	.842

Lampiran 4

Hasil Uji Regresi Linear

Berganda Model I

The image contains a large, faint watermark of the Universitas Islam Indonesia logo in the background. The logo is circular and features a central emblem with a flame-like shape. The text 'UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA' is written around the perimeter of the circle.

Hasil Uji Regresi Model 1

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	FSC, HC ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.298 ^a	.089	.069	.37925	1.976

a. Predictors: (Constant), FSC, HC

b. Dependent Variable: ATTITUDE

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.304	2	.652	4.534	.013 ^a
	Residual	13.376	93	.144		
	Total	14.681	95			

a. Predictors: (Constant), FSC, HC

b. Dependent Variable: ATTITUDE

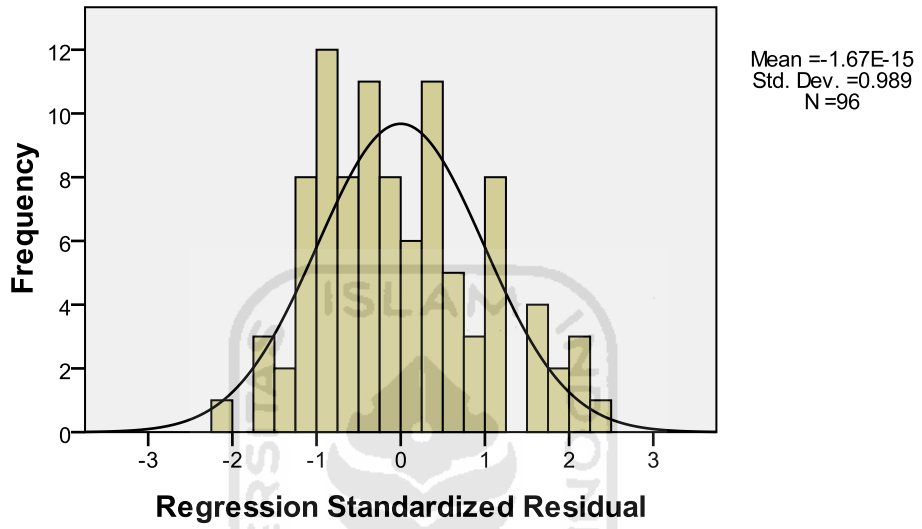
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.443	.519		4.712	.000					
	HC	.177	.088	.203	2.016	.047	.238	.205	.200	.963	1.038
	FSC	.187	.103	.183	1.810	.073	.221	.184	.179	.963	1.038

a. Dependent Variable: ATTITUDE

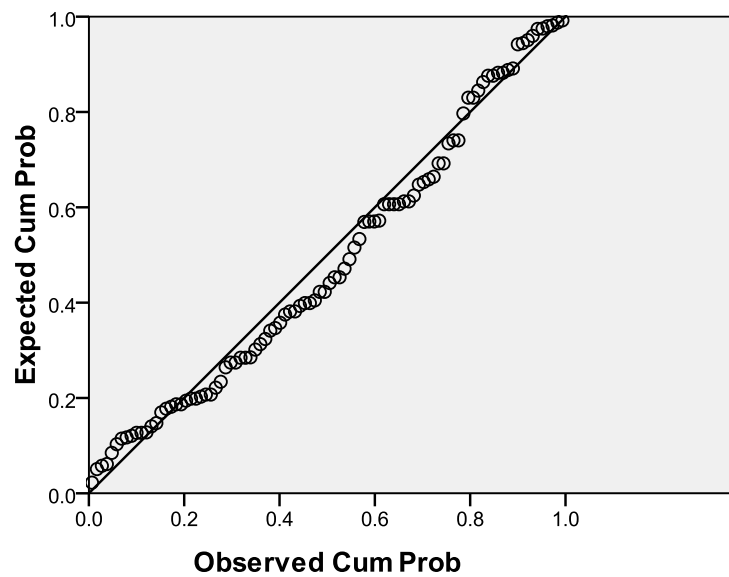
Histogram

Dependent Variable: ATTITUDE



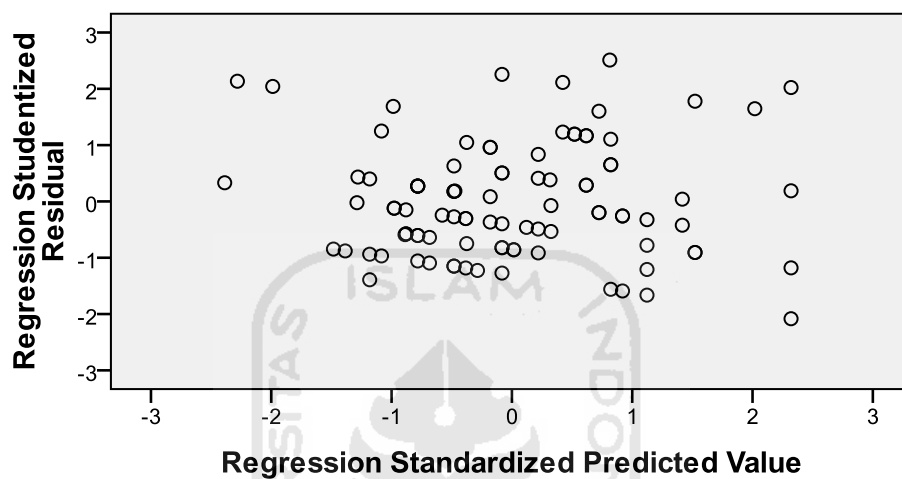
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: ATTITUDE



Scatterplot

Dependent Variable: ATTITUDE



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.059 ^a	.003	-.018	.37858740

a. Predictors: (Constant), FSCkuadrat, HCkuadrat

Lampiran 5

Hasil Uji Regresi Linear

Berganda Model II

The image features a large, bold, black text centered on a white background. The text is arranged in three lines: 'Lampiran 5' at the top, 'Hasil Uji Regresi Linear' in the middle, and 'Berganda Model II' at the bottom. A faint, light gray watermark of the Universitas Islam Indonesia logo is visible in the background, centered behind the text. The logo consists of a stylized green and white emblem with the words 'UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA' written around it.

Hasil Uji Regresi Model 2 Tahap 1

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ATTITUDE, FSC, HC ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.456 ^a	.208	.182	.47639	1.633

a. Predictors: (Constant), ATTITUDE, FSC, HC

b. Dependent Variable: PI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.470	3	1.823	8.034	.000 ^a
	Residual	20.879	92	.227		
	Total	26.349	95			

a. Predictors: (Constant), ATTITUDE, FSC, HC

b. Dependent Variable: PI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.244	.725		.337	.737					
	HC	.044	.112	.038	.389	.698	.160	.041	.036	.923	1.083
	FSC	.272	.132	.198	2.060	.042	.284	.210	.191	.931	1.074
	ATTITUDE	.476	.130	.356	3.658	.000	.408	.356	.339	.911	1.098

a. Dependent Variable: PI

Hasil Uji Regresi Model 2 Tahap 2

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ATTITUDE, FSC ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.454 ^a	.206	.189	.47421	1.636

a. Predictors: (Constant), ATTITUDE, FSC

b. Dependent Variable: PI

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.436	2	2.718	12.086	.000 ^a
	Residual	20.913	93	.225		
	Total	26.349	95			

a. Predictors: (Constant), ATTITUDE, FSC

b. Dependent Variable: PI

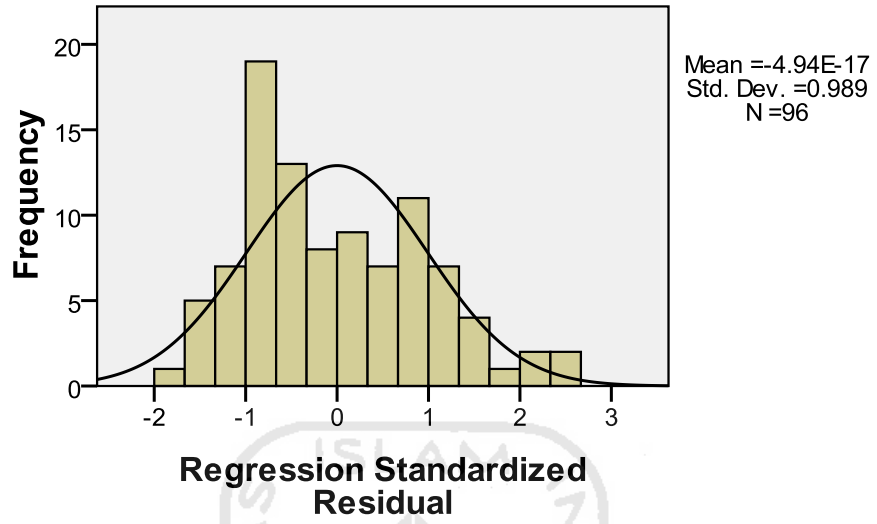
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.362	.656		.551	.583					
	FSC	.280	.130	.204	2.150	.034	.284	.218	.199	.951	1.052
	ATTITUDE	.487	.127	.363	3.836	.000	.408	.370	.354	.951	1.052

a. Dependent Variable: PI

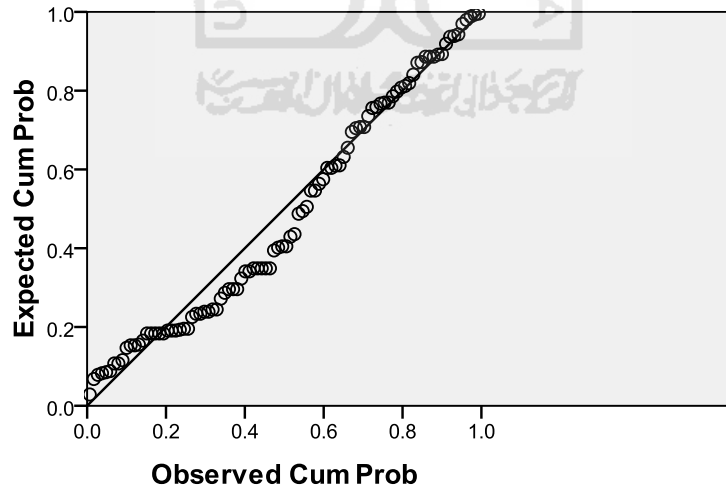
Histogram

Dependent Variable: PI

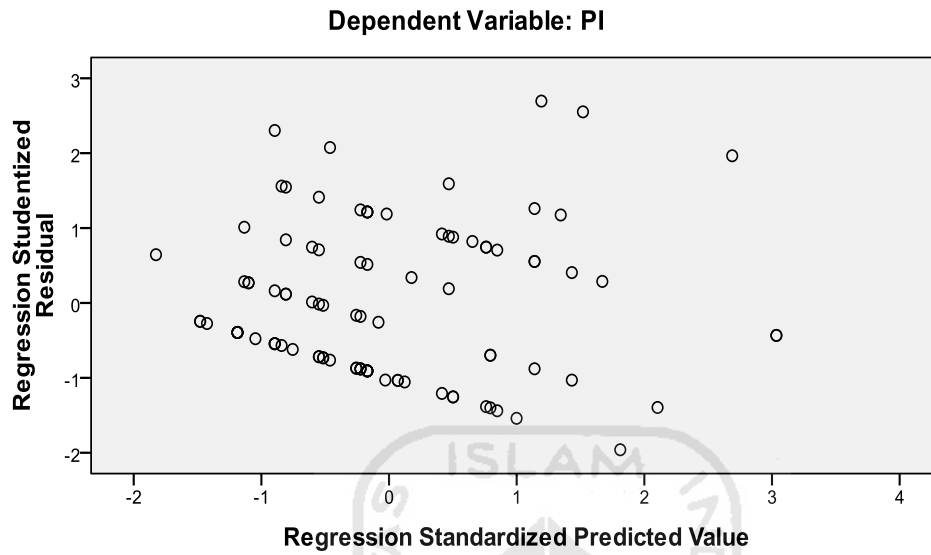


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: PI



Scatterplot



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.043 ^a	.002	-.020	.47377503

a. Predictors: (Constant), ATTITUDEkuadrat, FSCkuadrat

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual