

**PENGARUH KEAMANAN PANGAN, PREFERENSI KONSUMEN, DAN
BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK SIAP SAJI DALAM KEMASAN PADA MASA PANDEMI
COVID-19 DI WILAYAH JAWA TIMUR**

Oleh:

Dinar Rafika Puspitasari

Abstrak

Pentingnya mengetahui preferensi konsumen dalam memilih metode berbelanja selama pandemi COVID-19 berguna untuk menentukan metode penjualan dengan tepat. Keamanan pangan juga harus diperhatikan dalam berbelanja makanan dan minuman siap saji *home made* selama pandemi COVID-19 agar tidak membahayakan kesehatan. Bauran pemasaran atau *marketing mix* dengan unsur 4P menjadi pertimbangan utama dalam berbelanja makanan dan minuman siap saji *home made*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi masyarakat Jawa Timur selama pandemi COVID-19 dalam memilih metode berbelanja, selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan pangan, preferensi konsumen, dan bauran pemasaran terhadap minat beli. Metode penelitian dilakukan dengan metode kausalitas kuantitatif atau hubungan sebab akibat. Data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner sebagai data primer, dan literatur sebagai data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Uji yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier sederhana, dan uji regresi linier berganda. Kesimpulan dari penelitian ini adalah masyarakat Jawa Timur cenderung memilih berbelanja makanan dan minuman siap saji *home made* secara *online*. Terdapat pengaruh pada variabel keamanan pangan, preferensi konsumen, dan bauran pemasaran terhadap minat beli.

Kata kunci: bauran pemasaran, keamanan pangan, minat beli, preferensi konsumen.

***THE EFFECT OF FOOD SAFETY, CONSUMER PREFERENCE, AND
MARKETING MIX ON CONSUMER PURCHASE INTENTION IN
READY TO EAT PRODUCTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC
PERIOD IN EAST JAVA***

By:

Dinar Rafika Puspitasari

Abstract

The importance of warning consumer preferences in choosing a method during the COVID-19 pandemic is useful for determining the method of sale appropriately. Food safety must also be careful about ready-to-eat home food and drinks made during the COVID-19 pandemic so that health is not enforced. The marketing mix or marketing mix with the 4P elements is the main consideration in home made ready-to-serve food and beverages. This study aims to look at the preferences of the people of East Java during the COVID-19 pandemic in choosing a method, besides this research aims to look at the effect of food safety, consumer preferences, and the marketing mix of buying interest. The research method is carried out by the quantitative causality method or causal relationship. Data were collected using a questionnaire as primary data, and literature as secondary data. Sampling was done by using purposive sampling. The tests carried out in this study are validity test, reliability test, classical assumption test which includes normality test, linearity test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, simple linear regression test, and multiple linear regression test. The conclusion of this study is that the people of East Java tend to choose ready-to-serve food and drinks online. There is an influence on food safety variables, consumer preferences, and marketing mix on purchase intention.

Keywords: *consumer preference, food safety, marketing mix, purchase intention.*