

PENGARUH KEAMANAN PANGAN DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN SIAP SAJI (FROZEN FOOD, MAKANAN KALENG, DAN JUS BUAH) SECARA ONLINE SELAMA PANDEMI COVID-19 DI WILAYAH JAWA BARAT

Oleh:

Agung Gumelar, Diklusari Isnarosi Norsita, S.T.P., M.Si.

Diploma III Agroindustri, Departemen Teknologi Hayati dan Veteriner, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada

ABSTRAK

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi dengan kasus positif COVID-19 tertinggi di Indonesia. Adanya pandemi COVID-19 membuat pemerintah terpaksa mengeluarkan kebijakan PSBB dan PPKM yang membatasi aktivitas serta mobilisasi masyarakat dengan tujuan memutus rantai penyebaran virus COVID-19. Pandemi COVID-19 telah banyak merubah cara hidup masyarakat. Salah satunya dalam melakukan pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman dimana masyarakat lebih memilih melakukan pembelian secara *low contact (online)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan pangan dan preferensi konsumen terhadap minat pembelian makanan dan minuman secara *online* di wilayah Jawa Barat. Sampel pada penelitian ini merupakan masyarakat usia produktif yang berdomisili di Jawa Barat. Metode pengambilan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan kausal komparatif untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel bebas yaitu keamanan pangan dan preferensi konsumen dengan variabel terikatnya yaitu minat beli. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari analisis regresi linear berganda ini diperoleh persamaan $Y = 9,348 + 0,154 X_1 + 0,215 X_2$. Hasil uji t maupun uji F menunjukkan bahwa keamanan pangan dan preferensi konsumen berpengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap minat beli makanan dan minuman secara *online*. Berdasarkan hasil uji *R square* diketahui bahwa keamanan pangan dan preferensi konsumen memberikan sebesar pengaruh 35,9 % terhadap minat beli.

Kata Kunci : COVID-19, Keamanan Pangan, Minat Beli, Preferensi Konsumen

THE EFFECT OF FOOD SAFETY AND CONSUMER PREFERENCE ON THE BUYING OF FAST FOOD AND DRINKING PRODUCT (FROZEN FOOD, CANNED FOOD, AND FRUIT JUICE) BY ONLINE INTEREST DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN THE WEST JAVA REGION

By:

Agung Gumelar, Diklusari Isnarosi Norsita, S.T.P., M.Si.

Agroindustry Study Program, Departement of Bioresource Technology and Veterinary,
Vocational College, Gadjah Mada University

ABSTRACT

*West Java is one of the provinces with the highest positive cases of COVID-19 in Indonesia. The existence of the COVID-19 pandemic has forced the government to issue PSBB and PPKM policies that limit community activities and mobilization with the aim of breaking the chain of spreading the COVID-19 virus. The COVID-19 pandemic has changed the way people live a lot. One of them is in fulfilling the need for food and beverages where people prefer to make low contact (online) purchases. This study aims to determine the effect of food safety and consumer preferences on the buying of food and beverages by online interest in the West Java region. The sample in this research is people of productive age who live in West Java. The data collection method used is by using a questionnaire. The research method used is quantitative and comparative causal research to explain the causal relationship between the independent variables, namely food safety and consumer preferences, and the dependent variable, namely buying interest. The data analysis technique in this study is multiple linear regression analysis. The results of this multiple linear regression analysis obtained the equation $Y = 9.348 + 0.154 X_1 + 0.215 X_2$. The results of *t* test and *F* test showed that food safety and consumer preferences had a positive effect both partially and simultaneously on the interest in buying food and beverages by online. Based on the results of the *R* square test, it is known that food safety and consumer preferences have an effect of 35.9% on buying interest.*

Keywords : *Buying Interest, Consumer Preferences, COVID-19, Food Safety*