



## Pengaruh Keamanan Dan Kebersihan Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Malam Korem Surabaya

Ridhotul Ilmiyah<sup>1</sup>, Luthfiyah Nurlaela<sup>2</sup>, Sri Handajani<sup>3</sup>, Ita Fatkhur Romadhoni<sup>4</sup>  
Pendidikan Tata Boga, Universitas Negeri Surabaya

Email: [ridhotul.18029@mhs.unesa.ac.id](mailto:ridhotul.18029@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [luthfiyahnurlaela@unesa.ac.id](mailto:luthfiyahnurlaela@unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [srihandajani@unesa.ac.id](mailto:srihandajani@unesa.ac.id)<sup>3</sup>, [itaromadhoni@unesa.ac.id](mailto:itaromadhoni@unesa.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstract.** *This study is a quantitative research using an associative approach that aims to determine the influence of food safety and cleanliness on consumer purchase intention at the Korem Night Market in Surabaya. The respondents were consumers who had purchased food directly at the market, totaling 109 individuals, selected using the Slovin formula. The research instrument used was a closed-ended questionnaire with a Likert scale of 1–4 to measure respondents' perceptions of the variables studied. Validity and reliability tests were conducted to ensure the instrument's feasibility. Data analysis techniques included classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, t-test (partial), F-test (simultaneous), and coefficient of determination ( $R^2$ ). The results showed that both food safety ( $X_1$ ) and food cleanliness ( $X_2$ ) had a significant effect on consumer purchase intention ( $Y$ ), both partially and simultaneously. The significance values in both the t-test and F-test were below 0.001, indicating strong and significant relationships. Moreover, the multicollinearity test results showed no symptoms of multicollinearity among the independent variables. Based on these findings, it can be concluded that food safety and cleanliness are two essential factors influencing consumers' purchasing decisions in traditional markets.*

**Keywords:** *Food Safety, Food Hygiene, Night Market, Purchase Intention.*

**Abstrak.** Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan dan kebersihan makanan terhadap minat beli konsumen di pasar malam Korem Surabaya. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan secara langsung di pasar malam Korem Surabaya, dengan jumlah 109 yang telah ditentukan dengan menggunakan rumus slovin. Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket atau kuesioner dengan skala Likert 1–4 untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen layak digunakan. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik keamanan makanan ( $X_1$ ) maupun kebersihan makanan ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ), baik secara parsial maupun simultan. Nilai signifikansi pada uji t dan uji F berada di bawah 0,001, yang mengindikasikan hubungan yang kuat dan signifikan. Selain itu, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor keamanan dan kebersihan makanan merupakan dua aspek penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di pasar tradisional.

**Kata Kunci:** Keamanan Makanan, Kebersihan Makanan, Pasar Malam, Minat beli.

### 1. PENDAHULUAN

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak hanya berfungsi sebagai sumber energi dan nutrisi, tetapi juga berperan penting dalam menjaga kesehatan dan kesejahteraan secara keseluruhan. Namun, di balik fungsi vital tersebut, keamanan makanan menjadi aspek yang sangat krusial. Makanan yang tidak aman dapat menyebabkan berbagai gangguan kesehatan, mulai dari keracunan ringan hingga penyakit serius yang membahayakan jiwa. Ada banyak faktor yang dapat menyebabkan makanan menjadi tidak aman, antara lain penggunaan bahan baku yang sudah kedaluwarsa, pencemaran mikroorganisme seperti bakteri

Salmonella atau E. coli, penambahan zat kimia berbahaya, serta proses pengolahan dan penyajian yang tidak higienis. Oleh karena itu, keamanan makanan harus menjadi perhatian utama, baik dalam proses produksi, penyimpanan, maupun penyajiannya.

Keamanan makanan dapat terganggu oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kebersihan lingkungan dan perilaku higienis dalam proses pengolahan makanan. Kontaminasi silang, penggunaan bahan baku yang tidak bersih, dan peralatan yang tidak steril dapat menjadi sumber utama penyebab makanan menjadi tidak aman untuk dikonsumsi. Dalam konteks ini, kebersihan makanan menjadi faktor pendukung utama bagi terciptanya makanan yang aman. Kurangnya kesadaran terhadap kebersihan dalam penyajian makanan dapat memperbesar risiko penyebaran penyakit, terutama di tempat-tempat umum seperti pasar atau pusat jajanan.

Pasar malam merupakan salah satu tempat yang rentan terhadap isu kebersihan dan keamanan makanan. Kegiatan jual beli yang dilakukan di ruang terbuka dengan fasilitas terbatas sering kali menyebabkan pengabaian terhadap standar kebersihan dan sanitasi. Salah satu contohnya adalah Pasar Malam Korem Surabaya, yang menjadi destinasi kuliner populer di kalangan masyarakat, khususnya remaja dan dewasa muda. Banyaknya pengunjung yang tertarik pada variasi makanan dan harga yang terjangkau menjadikan pasar ini ramai, namun pengawasan terhadap keamanan dan kebersihan makanan di pasar tersebut masih sering diabaikan oleh para penjual.

Dalam fenomena ini, preferensi konsumen, terutama dari kalangan muda seperti Gen Z, lebih banyak dipengaruhi oleh selera, harga yang terjangkau, dan kemudahan akses terhadap makanan. Kelompok usia ini cenderung menyukai makanan yang praktis, cepat saji, dan memiliki cita rasa yang kuat, meskipun tidak selalu memperhatikan kebersihan atau proses pengolahannya. Gaya hidup yang serba cepat serta kebiasaan membeli makanan di luar rumah turut memperbesar kemungkinan mereka mengonsumsi makanan dari tempat-tempat informal seperti pasar malam. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kesadaran akan pentingnya keamanan dan kebersihan makanan dengan keputusan untuk membeli makanan, khususnya di kalangan muda.

Minat beli konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap keamanan dan kebersihan makanan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran konsumen terhadap kebersihan dan keamanan makanan, maka semakin tinggi pula minat beli mereka terhadap makanan yang memenuhi kriteria tersebut. Sebaliknya, jika konsumen merasa ragu terhadap kondisi kebersihan dan keamanan makanan, maka kecenderungan untuk membeli akan menurun.

Berdasarkan uraian di atas, maka penting dilakukan penelitian yang dapat mengkaji sejauh mana pengaruh keamanan dan kebersihan makanan terhadap minat beli konsumen, khususnya di Pasar Malam Korem Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya menjaga standar kebersihan dan keamanan dalam penyajian makanan, sekaligus menjadi dasar bagi pelaku usaha maupun pemerintah dalam meningkatkan kualitas layanan makanan di ruang publik.

## **2. KAJIAN TEORI**

### **A. Kajian Tentang Keamanan Makanan**

BPOM (2020) menyatakan bahwa keamanan pangan adalah upaya untuk memastikan bahwa makanan yang dikonsumsi masyarakat memenuhi syarat aman, sehat, dan bergizi. Sedangkan *Codez Alimentarius Commission* (2018) menjabarkan bahwa keamanan pangan adalah jaminan bahwa makanan tidak akan menyebabkan dampak buruk pada kesehatan konsumen ketika dipersiapkan dan dikonsumsi sesuai dengan penggunaannya yang ditujukan. Selain itu *World Health Organization* (WHO, 2015) menyebutkan bahwa Keamanan makanan mencakup semua langkah yang diambil untuk memastikan bahwa makanan tetap aman pada setiap tahap, dari produksi hingga konsumsi.

Berdasarkan beberapa pengertian dari ahli di atas dapat disimpulkan jika keamanan makanan adalah segala upaya untuk melindungi makanan dari kontaminasi dan bahaya, baik fisik, kimia, maupun biologis, sehingga aman untuk dikonsumsi

### **B. Kajian Tentang Kebersihan Makanan**

Kebersihan makanan adalah upaya menjaga kondisi makanan agar tetap bersih dan bebas dari kontaminasi fisik, kimia, dan biologis yang dapat membahayakan kesehatan konsumen. Kebersihan makanan mencakup semua tahapan proses, mulai dari pemilihan bahan baku, persiapan, pengolahan, penyajian, dan yang terakhir, penyimpanan makanan. Dengan menegakkan standar kebersihan makanan, kemungkinan kontaminasi dari mikroorganisme patogen seperti bakteri, virus, atau jamur, serta zat-zat berbahaya lainnya, dapat dikurangi.

Notoatmodjo (2018) menjelaskan bahwa kebersihan makanan berkaitan dengan upaya untuk menjaga makanan dari kontaminasi oleh kotoran, mikroorganisme berbahaya, atau bahan kimia yang dapat mengancam kesehatan konsumen. Selain itu Suryani dan Dwi Astuti (2019) mengemukakan bahwa kebersihan makanan mencakup upaya menjaga sanitasi dan hygiene selama pengolahan makanan, baik melalui penyimpanan yang sesuai maupun perlindungan dari kontaminasi silang. Pengertian yang lain tentang kebersihan makanan dikemukakan oleh Pedoman Sanitasi Makanan (2021) yang menekankan bahwa kebersihan makanan mencakup

penerapan standar sanitasi, seperti penggunaan alat bersih, penyimpanan makanan dalam kondisi tertutup, dan pelatihan personal hygiene untuk petugas makanan agar menghindari risiko kontaminasi.

### **C. Minat Beli**

Minat beli atau *willingness to buy* merupakan bagian penting dari aspek perilaku dalam sikap konsumsi seseorang. Minat beli konsumen melibatkan konsumen dalam membuat pilihan di antara berbagai produk yang tersedia bagi mereka, diikuti dengan menyelesaikan pembelian. Proses ini berlangsung ketika konsumen secara sadar mengevaluasi berbagai faktor sebelum memutuskan untuk membeli produk atau layanan tertentu. Minat beli dapat digambarkan sebagai niat konsumen untuk membeli beberapa barang dari merek tertentu. Cara seseorang berperilaku sangat dipengaruhi oleh minat mereka, yang pada gilirannya sangat dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif mereka terhadap perilaku. Keyakinan seputar hasil dari suatu tindakan memiliki dampak yang besar pada sikap dan norma subjektif. Keyakinan pribadi tentang apa yang dapat diterima secara sosial. Sikap pribadi dibentuk melalui perpaduan antara keyakinan dan opini. Menilai keyakinan utama konsumen, di samping norma-norma subjektif. Norma subjektif ditetapkan berdasarkan keyakinan dan motivasi individu.

### **D. Indikator pengukur minat beli**

Konsumen biasanya tidak membuat keputusan pembelian secara mandiri ketika menyangkut barang atau jasa. Konsumen biasanya meminta informasi dari orang-orang terdekat atau kenalan terpercaya untuk memandu proses pengambilan keputusan mereka.

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel melalui pengumpulan dan analisis data numerik. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang diperoleh akan diolah secara statistik untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuisisioner yang disebarluaskan kepada responden, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengukur dan menganalisis data secara objektif. Penelitian ini menggunakan desain ekspost Facto dengan pendekatan kuantitatif. desain ini digunakan karena peneliti tidak melakukan manipulasi terhadap variabel bebas, melainkan mengamati hubungan antara variabel keamanan (X1) terhadap minat beli (y), hubungan antara variabel kebersihan (X2) terhadap minat beli (Y) dan hubungan simultan antara keamanan (X1) dan kebersihan (X2) terhadap minat beli (Y). penelitian ini bersifat non-eksperimental dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen. teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS 29 dan Microsoft Excel 2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli makanan di pasar malam Korem Surabaya. Karena tidak terdapat data pasti mengenai jumlah pengunjung yang datang setiap harinya, peneliti melakukan pendekatan dengan menghimpun informasi dari pedagang tetap yang berjualan di area pasar malam Korem Surabaya. Berdasarkan keterangan dari pedagang tersebut, diketahui bahwa rata-rata jumlah pengunjung yang membeli makanan setiap hari berkisaran 140-160 orang. Oleh karena itu, peneliti mengambil estimasi populasi (N) sebanyak 150 orang sebagai dasar perhitungan sampel, untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus Slovin. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 109 responden. Responden dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria: konsumen yang membeli makanan secara langsung di pasar malam Korem Surabaya, dan bisa diminta untuk menjadi responden (bisa menggunakan Gform).

Dalam penelitian ini dibutuhkan data primer yang diperoleh secara langsung dari para responden, sebagai sumber asli. Tinjauan literatur dan penelitian terdahulu yang relevan merupakan sumber data sekunder yang akan digunakan. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Responden yang memenuhi kriteria penelitian diberikan kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang disusun secara sistematis. Adapun dibawah ini merupakan tabel yang menjelaskan mengenai kisi-kisi pertanyaan yang akan digunakan, instrumen, beserta skala pengukurannya. Instrumen dalam penelitian ini

menggunakan kuisisioner. Pertanyaan yang telah dibuat akan disajikan dalam bentuk kuisisioner yang kemudian disebar luaskan dalam bentuk *link* atau tautan. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-4. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat responden terhadap suatu pernyataan dengan pilihan jawaban berjenjang. Contohnya:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Setuju
4. Sangat Setuju

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Karakteristik Responden

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai karakteristik para responden yang menjadi objek dalam penelitian ini. Hal ini diperuntukkan untuk menggolongkan atau mengelompokkan hasil kuisisioner berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan frekuensi seberapa sering para responden berbelanja di pasar malam Korem Surabaya.

Kuisisioner ini disebar luaskan melalui *Google Form*, Data responden yang didapatkan adalah sebanyak 109 responden, jumlah responden ini dipilih menggunakan teknik sampling berdasarkan rumus slovin. Tujuan dari pengelompokkan ini bertujuan untuk mengetahui latar belakang para responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner. Deskripsi responden tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1. Distribusi Frekuensi Responden**

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent (%)
	Perempuan	63	57.8	57.8	57.8
	Laki-Laki	46	42.2	42.2	100.0
	Total	109	100.0	100.0	
Pekerjaan					
		Frequency	Percent (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent (%)
	Pelajar/ Mahasiswa	48	44.0	44.0	44.0
	Wirasaha	12	11.0	11.0	55.0
	Pekerja Lepas	7	6.4	6.4	61.5
	Swasta	34	31.2	31.2	92.7
	Guru	4	3.7	3.7	96.3
	Ibu Rumah Tangga	4	3.7	3.7	100.0
	Total	109	100.0	100.0	
Frekuensi Pembelian					
		Frequency	Percent (%)	Valid Percent (%)	Cumulative Percent (%)
	Jarang	84	77.1	77.1	77.1
	1-2 Kali Seminggu	21	19.3	19.3	96.3

2-3 Kali Seminggu	4	3.7	3.7	100.0
Total	109	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS 29, 2024

Berdasarkan data diatas, distribusi frekuensi responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 57,8% sebanyak total 63 orang, sementara responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 46 dengan presentase sebanyak 42,2%. Responden terbanyak berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa dengan presentase mayoritas pembeli memiliki frekuensi membeli 'jarang' atau dengan kata lain minimal pernah membeli sebanyak satu kali atau satu bulan sekali dengan banyak presentase adalah 77,1%

## B. Hasil Uji Prasyarat

Sebelum dilakukannya analisis regresi linier berganda, pertama-tama peneliti akan melakukan pengujian terhadap instrumen dan juga data yang akan digunakan, melalui uji validitas, reabilitas dan juga Uji Asumsi klasik.

### a. Uji Validitas

**Tabel 2. Data Validitas**

<b>Hasil Uji Validitas Butir Soal</b> ( $\square_{\square\square\square\square\square} > \square_{\square\square\square\square}$ )			
No. soal	$\square_{\square\square\square\square\square}$	$\square_{\square\square\square\square} 5\%$ (107)	Kriteria
1	0,704	0,189	Valid
2	0,710	0,189	Valid
3	0,616	0,189	Valid
4	0,743	0,189	Valid
5	0,521	0,189	Valid
6	0,507	0,189	Valid
7	0,644	0,189	Valid
8	0,541	0,189	Valid
9	0,597	0,189	Valid
10	0,527	0,189	Valid
11	0,639	0,189	Valid
12	0,471	0,189	Valid
13	0,662	0,189	Valid
14	0,641	0,189	Valid
<b>Hasil Uji Validitas Butir Soal</b> ( $\square_{\square\square\square\square\square} > \square_{\square\square\square\square}$ )			
No. soal	$\square_{\square\square\square\square\square}$	$\square_{\square\square\square\square} 5\%$ (107)	Kriteria
15	0,393	0,189	Valid
16	0,595	0,189	Valid
17	0,312	0,189	Valid
18	0,491	0,189	Valid
19	0,447	0,189	Valid
20	0,636	0,189	Valid

Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Jonathan Sarwono (2015:249) mengatakan bahwa, pengambilan keputusan dalam uji validitas *Corrected Item-Total Correlation* pada signifikansi 5% dapat didasarkan ketentuan jika nilai  $r_{\text{Corrected Item-Total Correlation}} > r_{\text{Critical Value}}$  (**0,30**) maka butir soal kuisisioner dinyatakan Valid, dan begitupula sebaliknya.

Berdasarkan data hasil pengolahan SPSS, dalam kolom *Corrected Item-Total Correlation* semua item soal dinyatakan Valid dengan nilai korelasi lebih dari 0,195 sehingga dinyatakan **valid** dan juga **layak digunakan** dalam analisis selanjutnya.

### C. Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 3. Reabilitas Statistik**

<i>Reability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>
.912	20

Sumber: Data Olahan SPSS 29, 2025

Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria “suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 dan jika nilai alpha kurang dari 0,60 maka kuisisioner atau angket dinyatakan tidak layak atau tidak reliabel (V. Wiratna Sujarweni, 2014).

Berdasarkan tabel output *reliability Statistic* diatas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,912 > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa butir soal secara keseluruhan adalah reliabel.

#### a. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan dengan menggunakan Tes *One-Sample kolmogorov-Smirnov*, data dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi yang ada, lebih dari 0,05 (Ghozali, 2018). Peneliti menggunakan sampel sebanyak 109 responden dan dihitung menggunakan SPSS 29, 2024. Hasilnya dapat dilihat dalam tabel-tabel dibawah ini.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Data Variabel Keamanan Makanan terhadap Minat Beli Konsumen**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.25327987
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positif	.055
	Negatif	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data Olahan SPSS 29,2025

Hasil perhitungan untuk uji normalitas pada variabel  $X_1$  terhadap variabel Y, sebesar 0,200 dimana sesuai ketentuan awal nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dikatakan nilai residual terdistribusi dengan normal.

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Data Variabel Kebersihan Makanan terhadap Minat Beli Konsumen**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.19106301
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positif	.046
	Negatif	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

*Sumber: Data Olahan SPSS 29,2025*

Hasil perhitungan untuk uji normalitas pada variabel  $X_2$  terhadap variabel Y, sebesar 0,200 dimana sesuai ketentuan awal nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dikatakan nilai residual terdistribusi dengan normal.

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Data Variabel Keamanan dan Kebersihan Makanan terhadap Minat Beli Konsumen**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07040942
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positif	.042
	Negatif	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

*Sumber: Data Olahan SPSS 29,2025*

Hasil perhitungan untuk uji normalitas pada variabel  $X_1$  terhadap variabel Y, sebesar 0,200 dimana sesuai ketentuan awal nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dikatakan nilai residual terdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan guna bertujuan untuk menemukan korelasi antara variabel bebas atau *Variable Independent*.

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.565	1.360		4.828	<.001		
Keamanan	.308	.086	.365	3.566	<.001	.360	2.718
Kebersihan	.484	.109	.452	4.422	<.001	.360	2.718

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data Olahan SPSS 29

Syarat:

1. Apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
2. Apabila nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan hasil dari uji multikolinearitas yang ditampilkan dalam tabel, nilai *Tolerance* dan VIF seluruh variabel bebas berada dalam batas yang dapat diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi ini.

**Pengaruh Keamanan dan Kebersihan Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Malam Korem Surabaya**

Berdasarkan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 109 maka didapatkan perhitungan Uji F Simultan dalam analisis regresi pada tabel dibawah ini:

**Tabel 8. Hasil Uji F Simultan Variabel Keamanan dan Kebersihan Makanan terhadap Minat Beli Konsumen**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	698.295	2	349.148	79.943	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	462.952	106	4.367		
	Total	1161.248	108			

Sumber: Data Olahan SPSS 29

Dalam uji simultan atau uji F ini dikatakan signifikan apabila:

1. tingkat signifikan kurang dari 0,05 maka dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y.
2. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hasilnya dapat dikatakan memiliki nilai yang signifikan terhadap variabel Y.

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang sangat kecil (<0,001) serta nilai  $F_{hitung}$  yang jauh melebihi  $F_{tabel}$ .

**Tabel 9. Besaran Pengaruh Variabel Keamanan dan Variabel Kebersihan Makanan terhadap Minat Beli Konsumen**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 <sup>a</sup>	.601	.594	2.090

Sumber: Data Olahan SPSS 29

Berdasarkan hasil dari *Tabel Model Summary* diatas, diketahui bahwa besar nilai dari R sebagai koefisien korelasi adalah sebesar 0,775 dan nilai koefisien determinasi dari  $R^2$  sebesar 0,601. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil olahan SPSS 29 untuk mencari besaran pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel  $X_1$  yaitu keamanan makanan dan variabel  $X_2$  yaitu kebersihan makanan terhadap variabel Y yaitu minat beli konsumen di pasar malam Korem Surabaya dapat dirumuskan antara lain  $0,601 \times 100\% = 60,1\%$ . kesimpulan yang didapat adalah, Pengaruh yang dihasilkan oleh variabel ( $X_1$ ) keamanan makanan dan ( $X_2$ ) kebersihan makanan terhadap variabel (Y) minat beli konsumen di pasar malam Korem Surabaya adalah sebesar 60,1%, sedangkan 39,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain misalnya seperti harga makanan, rasa makanan, tampilan makanan dan lain sebagainya.

### Uji Hipotesis dan Pembahasan

1. Ada Pengaruh Keamanan Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Malam Korem Surabaya.

Keamanan makanan merupakan aspek yang sangat penting dalam dunia pangan, terlebih di era saat ini ketika kesadaran masyarakat terhadap kesehatan semakin meningkat. Banyak masyarakat kini lebih selektif dalam memilih makanan, tidak hanya berdasarkan rasa dan harga, tetapi juga pada jaminan keamanan makanan tersebut. Keamanan makanan meliputi upaya perlindungan makanan dari kontaminasi biologis, kimia, dan fisik yang dapat membahayakan kesehatan konsumen.

Dalam penelitian ini, pengaruh keamanan makanan terhadap minat beli konsumen diuji melalui uji statistik t. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,566 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,659, serta nilai signifikansi  $< 0,01$ , yang berarti berada di bawah batas signifikansi 0,05. Hal ini menandakan bahwa variabel keamanan makanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap keamanan makanan yang ditawarkan di Pasar Malam Korem Surabaya, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian. Hal ini mencerminkan

pentingnya bagi para pelaku usaha makanan untuk menjaga standar keamanan, baik dari segi bahan baku, proses pengolahan, hingga penyimpanan makanan.

2. Ada Pengaruh Kebersihan Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Malam Korem Surabaya.

Hasil analisis data terhadap variabel  $X_2$  (Kebersihan Makanan) menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,422, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  tetap sebesar 1,659. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel kebersihan makanan juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu, nilai signifikansi untuk variabel ini juga berada pada angka  $< 0,01$ , yang berarti jauh lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian,  $H_1$  atau Hipotesis alternatif diterima, dan  $H_0$  atau Hipotesis Nol ditolak.

Ini menunjukkan bahwa tingkat kebersihan makanan yang dirasakan oleh konsumen secara nyata memengaruhi minat mereka untuk membeli makanan di pasar. Kebersihan makanan tidak hanya mencakup kebersihan dari bahan makanan itu sendiri, tetapi juga termasuk kebersihan tempat penyimpanan, peralatan masak, wadah penyajian, serta kebersihan para penjual makanan. Jika aspek-aspek kebersihan ini dijaga dengan baik, maka konsumen akan merasa lebih nyaman dan yakin untuk melakukan pembelian. Oleh sebab itu, faktor kebersihan menjadi salah satu pertimbangan utama dalam keputusan pembelian makanan di pasar tradisional seperti Pasar Malam Korem Surabaya.

3. Ada pengaruh simultan antara kebersihan dan keamanan makanan terhadap minat beli konsumen di pasar Korem Surabaya.

Selain pengaruh secara parsial, penelitian ini juga menguji pengaruh secara simultan dari variabel keamanan makanan ( $X_1$ ) dan kebersihan makanan ( $X_2$ ) terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) melalui uji F. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai F hitung sebesar 79,943, sedangkan nilai F tabel adalah 3,08. Karena F hitung jauh lebih besar daripada F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap  $Y$ .

Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) untuk uji F adalah  $< 0,001$ , yang berarti jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa keamanan dan kebersihan makanan secara bersamaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Pasar malam Korem Surabaya.

Temuan ini memperkuat bahwa dalam konteks pasar tradisional, konsumen tidak hanya mempertimbangkan satu aspek saja, tetapi secara bersamaan mempertimbangkan berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas makanan yang akan dikonsumsi. Ketika kedua faktor

tersebut (keamanan dan kebersihan) dikelola dengan baik oleh para penjual, maka minat beli konsumen akan cenderung meningkat secara signifikan.

Lebih lanjut, hal ini juga ditunjukkan melalui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,601 atau 60,1%, yang berarti bahwa 60,1% variasi perubahan pada minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, yaitu keamanan dan kebersihan makanan. Sementara sisanya, yaitu 39,9%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti harga, rasa makanan, pelayanan, suasana pasar, dan preferensi konsumen.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Variabel keamanan makanan **memiliki pengaruh yang signifikan** terhadap minat beli konsumen di Pasar Malam Korem Surabaya (dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001).
2. Variabel kebersihan makanan **memiliki pengaruh Yang signifikan** terhadap minat beli konsumen di pasar Malam Korem Surabaya (dengan nilai signifikansi sebesar kurang dari 0,001).
3. Variabel keamanan makanan dan juga kebersihan makanan **berpengaruh secara simultan** terhadap variabel minat beli konsumen di pasar malam Korem Surabaya (dengan nilai *Rsquare* sebesar 60,1%).

### B. Saran

1. Bagi Pelaku Usaha di Pasar Malam Korem Surabaya.  
Diharapkan bagi para pelaku usaha makanan di pasar malam Korem Surabaya bisa semakin meningkatkan perhatian terhadap aspek keamanan dan kebersihan makanan, karena kedua hal tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Penjual dapat mulai menerapkan standar kebersihan yang lebih konsisten, seperti penggunaan sarung tangan, penutup makanan, serta menjaga kebersihan alat dan tempat usaha. Dalam hal keamanan makanan, penjual juga perlu memastikan bahan makanan yang digunakan dalam kondisi segar dan bebas dari bahan berbahaya.
2. Bagi Konsumen  
Konsumen diharapkan agar cerdas dalam menilai produk makanan yang akan dikonsumsi. Konsumen sebaiknya tidak hanya mempertimbangkan rasa dan harga, tetapi juga memperhatikan keamanan dan kebersihan makanan sebelum melakukan pembelian. Kesadaran konsumen dalam memilih makanan yang aman dan bersih secara tidak langsung

akan mendorong pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam ruang lingkup, yaitu hanya dilakukan di satu lokasi pasar dengan fokus pada dua variabel utama. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke lokasi pasar yang berbeda atau menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, atau kualitas pelayanan yang juga dapat memengaruhi minat beli konsumen. Penggunaan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) juga dapat menjadi alternatif yang lebih komprehensif untuk menggali data yang lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, U. F. U. Z. (2007). The mediating role of perceived risk in the relationship between restaurant food hygiene quality and consumer purchase intention (Doctoral dissertation, Universiti Putra Malaysia).
- Aisyah, S. (2023). Pengaruh persepsi harga, keamanan pangan dan kesadaran kesehatan terhadap keputusan pembelian pangan organik: Studi kasus pada generasi milenial di DKI Jakarta (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Arini, L. D. D. (2017). Faktor-faktor penyebab dan karakteristik makanan kadaluarsa yang berdampak buruk pada kesehatan masyarakat. *JITIPARI: Jurnal Ilmiah Teknologi dan Industri Pangan UNISRI*, 2(1), [halaman tidak dicantumkan].
- Aswandi, R. (2021). Pengaruh keamanan pangan dan kesadaran kesehatan terhadap keputusan pembelian melalui labelisasi halal (Studi pada konsumen Restoran Gunung Salju Banda Aceh) (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Awaludin, M. T. (2017). Perilaku hidup bersih dan sehat pedagang makanan di kawasan Universitas Pakuan. *Pedagonal: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(1), 15–25.
- Borchers, A., Teuber, S. S., Keen, C. L., & Gershwin, M. E. (2010). Food safety. *Clinical Reviews in Allergy & Immunology*, 39, 95–141.
- Forsythe, S. (Ed.). (2012). *Food hygiene, microbiology and HACCP*. Springer Science & Business Media.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424.
- Kamboj, S., Gupta, N., Bandral, J. D., Gandotra, G., & Anjum, N. (2020). Food safety and hygiene: A review. *International Journal of Chemical Studies*, 8(2), 358–368.

- Kusuma, T. S., Kurniawati, A. D., Rahmi, Y., Rusdan, I. H., & Widyanto, R. M. (2017). Pengawasan mutu makanan. Universitas Brawijaya Press.
- Marwanti, M. (1993). Mengkonsumsi makanan yang aman. Cakrawala Pendidikan, [Nomor edisi atau halaman tidak dicantumkan].
- Meilani, Y. F. C. P., & Simanjuntak, S. (2012). Faktor yang mempengaruhi minat beli produk makanan dan minuman usaha kecil menengah Kabupaten Tangerang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(2), 164–172.
- Mentu, M. D. (2023). Pengaruh kebersihan, tampilan produk, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Midal Tanta Rosye di Woloan Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 1632–1641.
- Permatasari, I., Handajani, S., Sulandjari, S., & Faidah, M. (2021). Faktor perilaku higiene sanitasi makanan pada penjamah makanan pedagang kaki lima. *Jurnal Tata Boga*, 10(2), 223–233.
- Ratasuk, A. (2023). Impact of food hygiene on purchase intentions and its mechanism in Bangkok street food under the influence of COVID-19. *Medical Research Archives*, 11(8).
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Sari, T. P. (2021). Pengaruh kualitas penyajian, harga dan kebersihan terhadap keputusan konsumen dalam membeli makanan pada CV. Epen Catering. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 275–285.
- Siaputra, H. (2020). Bagaimana keamanan pangan, kualitas makanan dan citra merek mempengaruhi minat beli ulang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 79–87.
- Theng, L. S., Adnan, M., Binti, S. A., Jaafar, N. M., Jaafar, S. N. A., & Mahyudin, N. (2017). Comparative study of consumers' knowledge and attitudes towards food safety and purchase intention of night market foods containing poultry in low and high food poisoning cases states. *Malaysian Applied Biology*, 46(3).