

PENGARUH TREN MAKANAN SEHAT TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN DI KOTA BATAM

Oleh

Marintan Yuni¹, Eryd Saputra²

^{1,2}Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia.

Email: ¹author@email.mail

Article History:

Received: 12-06-2026

Revised: 24-06-2026

Accepted: 15-07-2026

Keywords:

Tren Makanan Sehat,
Preferensi Konsumen,
Metode
Kuantitatif, Simple
Random
Sampling, Regresi
Linier
Sederhana

Abstract: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena perihal meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat, namun belum seluruhnya diikuti dengan perilaku konsumsi makanan bergizi seimbang. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara pengetahuan dan praktik konsumsi masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji pengaruh tren makanan sehat terhadap preferensi konsumen, dengan fokus pada bagaimana tren tersebut membentuk perilaku, persepsi, dan keputusan pembelian produk pangan sehat. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan. Populasi yang disurvei terdiri dari orang-orang di Kota Batam yang pernah mengonsumsi makanan sehat atau memiliki minat terhadap makanan sehat. Digunakan seratus responden sebagai sampel, yang dipilih sesuai dengan kriteria penelitian. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan melalui teknik simple random sampling, yang memungkinkan setiap anggota populasi memperoleh peluang yang setara untuk dipilih sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online yang menggunakan skala Likert lima poin. Sebelum digunakan dalam proses analisis, alat tersebut diuji validitasnya dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memenuhi kriteria validitas karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Oleh karena itu, alat tersebut layak digunakan untuk pengumpulan data. ($0,195$) serta $\text{Sig.} < 0,05$. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan hasil $0,707$ untuk variabel tren makanan sehat dan $0,819$ untuk preferensi konsumen, keduanya melebihi batas $0,6$, sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik (normalitas dan heteroskedastisitas) dan uji regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh tren makanan sehat terhadap preferensi konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa tren makanan sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen, dengan nilai signifikansi $0,000$ ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar $0,779$. Artinya, semakin kuat tren makanan sehat yang berkembang di

masyarakat, semakin tinggi pula preferensi konsumen terhadap produk pangan sehat.

PENDAHULUAN

Perkembangan gaya hidup modern telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam hal pemilihan dan ketersediaan makanan sehari-hari. Lingkungan makanan modern seperti restoran cepat saji, supermarket, dan layanan pesan antar justru lebih banyak menawarkan makanan tinggi kalori, namun rendah nutrisi (Gaupholm et al., 2023). Situasi ini diperparah dengan minimnya informasi gizi yang mudah dipahami serta literasi gizi yang masih rendah di kalangan masyarakat (Greenberg et al., 2021). Menurut data terbaru WHO, sekitar 40% anak di bawah usia lima tahun dan 37% ibu hamil mengalami anemia, sementara 1,9 miliar orang dewasa di dunia mengalami kelebihan berat badan atau obesitas. Selain itu, tercatat 38,9 juta balita mengalami kelebihan berat badan, mencerminkan keragaman tantangan masalah gizi global yang mencakup kekurangan maupun kelebihan nutrisi (WHO, 2022). Akibatnya, tidak sedikit individu memilih makanan hanya berdasarkan rasa, harga, atau kebiasaan, tanpa mempertimbangkan kandungan gizinya (Grujić & Grujić, 2023). Makanan olahan yang berbasis tinggi kalori dan rendah zat gizi menjadi salah satu penyebab utama (Popkin & Ng, 2022). Pola makan yang tidak sehat, seperti konsumsi tinggi gula, garam, lemak jenuh, dan rendah serat, menjadi faktor utama penyebab meningkatnya penyakit kronis di berbagai negara (Afshin et al., 2019). Penyakit kronis seperti diabetes, jantung, obesitas, dan gangguan metabolik menjadi semakin umum di masyarakat modern (Puspikawati et al., 2024).

Berbagai lembaga dan pemerintah di dunia mulai mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat melalui edukasi dan promosi makanan sehat. Pemerintah Indonesia turut mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan sebagai upaya meningkatkan kualitas konsumsi masyarakat (Kementrian Kesehatan RI, 2020). Upaya meningkatkan mutu pangan bergizi mencakup bukan hanya aspek kandungan gizinya, melainkan juga teknik pengolahan dan penyajian yang mendukung kelestarian nilai gizi (Hikmawati & Sutami, 2024). Adanya kolaborasi antara ahli gizi, praktisi kuliner, dan sektor industri pangan diharapkan mampu melahirkan produk yang terjamin keamanannya, memiliki nilai gizi tinggi, dan berdaya saing internasional (Nathan et al., 2021). Hal ini akan menambah pertumbuhan sektor kuliner yang menggabungkan aspek kelezatan dengan konsep kesehatan berkontribusi pada hadirnya variasi makanan yang lezat sekaligus bergizi (Dewi, 2024). Di samping itu, teknologi seperti kecerdasan buatan dan deep learning telah diterapkan dalam pengawasan mutu pangan untuk menjamin keamanan dan kualitas makanan (Nayak & Dutta, 2023).

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan melalui konsumsi makanan sehat terus mengalami peningkatan di berbagai belahan dunia (Santos et al., 2020). Makanan sehat kini tidak hanya dianggap sebagai kebutuhan dasar, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup sehat yang mendukung kualitas hidup jangka panjang (M.Kes, 2025). Makanan sehat terbukti mampu memperbaiki sistem metabolisme tubuh, meningkatkan imunitas, serta mendukung tumbuh kembang yang optimal (Yulianti et al., 2024). Produk makanan dengan kandungan gizi seimbang pun kini mulai mendapat perhatian dari masyarakat terutama mereka yang memiliki gaya hidup aktif dan sadar kesehatan (Ikonen et al., 2020). Meski demikian, kesenjangan antara kesadaran dan perilaku konsumsi masih

menjadi tantangan yang perlu dikaji lebih lanjut (Md Saad et al., 2023).

Memahami secara lebih detail perilaku masyarakat dalam menentukan konsumsi pangan sehat merupakan aspek yang perlu mendapatkan perhatian (Wang, 2024). Dengan memahami preferensi, motivasi, dan pemahaman konsumen terhadap makanan sehat, pelaku usaha dan pembuat kebijakan dapat menyusun strategi yang lebih efektif (Topolska et al., 2021). Dalam konteks perilaku konsumen, keputusan untuk memilih makanan sehat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti usia, pendapatan, tingkat pendidikan, lingkungan sosial, dan eksposur terhadap informasi gizi (Nishinakagawa et al., 2023). Konsumen yang memiliki tingkat literasi gizi yang tinggi cenderung lebih selektif dalam memilih produk makanan dan mempertimbangkan kandungan nutrisi dalam keputusan pembelian mereka, hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk membuat pilihan makanan yang sehat dan sadar gizi, serta persepsi konsumen terhadap makanan sehat juga memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan tersebut (Haris, 2024; Islam, 2021; Yang et al., 2024). Namun demikian, di tengah melimpahnya pilihan makanan, konsumen masih menghadapi tantangan dalam memilih makanan yang benar-benar sehat dan layak konsumsi (Martínez-Montoro et al., 2022).

Konsumen yang minim akan informasi nutrisi, cenderung mengonsumsi makanan tidak sehat karena keputusan mereka lebih banyak dipengaruhi oleh konteks sosial dan ekonomi (Nam & Suk, 2024). Sebagian besar konsumen masih mengasosiasikan makanan sehat dengan rasa yang kurang enak, harga yang mahal, dan pilihan yang terbatas (Andretti et al., 2025). Dengan adanya persepsi yang menyatakan bahwa makanan sehat cenderung tidak enak masih menjadi penghalang utama bagi konsumen (Januraga et al., 2021). Situasi ini menjadi tantangan dalam memasukkan pola makan sehat ke dalam kebiasaan sehari-hari. (Deslippe et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kebiasaan makan sehat mempengaruhi preferensi konsumen saat memilih produk pangan (tujuan utama). Penelitian ini mengkaji sejumlah faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, termasuk pengetahuan gizi, motivasi terkait kesehatan, serta persepsi kualitas dan harga produk. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi hubungan antara tingkat kesadaran masyarakat tentang pentingnya menerapkan pola makan sehat dan kebiasaan makanan mereka dalam kehidupan sehari-hari. Diharapkan bahwa temuan yang diperoleh akan berkontribusi pada pengembangan industri yang relevan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena memungkinkan pengukuran sistematis hubungan antara Tren Makanan Sehat dan Preferensi Konsumen melalui data angka. Akibatnya, hasil penelitian dapat dianalisis secara statistik untuk mencapai kesimpulan yang objektif. Menurut (Ulfa, 2023), Pendekatan ini menekankan pada pengukuran yang sistematis, sehingga peneliti dapat menguji hubungan antar variabel dengan dukungan data statistik. Dalam konteks penelitian mengenai pengaruh tren makanan sehat terhadap preferensi konsumen, penggunaan metode kuantitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran yang terukur tentang sejauh mana tren makanan sehat memengaruhi keputusan pembelian, persepsi, serta pilihan konsumen. Dengan cara ini,

penelitian dapat memberikan data yang akurat, dapat digeneralisasi, dan bermanfaat bagi pelaku industri maupun pembuat kebijakan di bidang pangan dan kesehatan.

Responden dalam penelitian ini mencakup konsumen di Kota Batam yang dalam periode tiga bulan terakhir pernah mengonsumsi makanan sehat maupun menunjukkan minat terhadap tren makanan sehat. Minat tersebut dapat diwujudkan melalui kunjungan ke kafe, restoran, atau pusat perbelanjaan yang menawarkan menu sehat, serta aktivitas mencari informasi mengenai pola makan sehat dari berbagai media. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat dipastikan secara akurat, peneliti memutuskan untuk menentukan besaran sampel dengan mengacu pada pedoman yang dianggap relevan. Langkah ini dilakukan agar proses pengambilan data tetap sistematis dan hasil penelitian tetap memiliki validitas yang dapat dipertanggung jawabkan (Wolf et al., 2013). Penelitian ini menggunakan 10 indikator, yang terdiri atas 5 indikator variabel tren makanan sehat dan 5 indikator variabel preferensi konsumen. Dengan menggunakan 10 responden untuk setiap indikator, maka jumlah minimal sampel yang diperlukan adalah $10 \times 10 = 100$ responden.

Untuk memilih sampel, penelitian ini menggunakan metode simple random sampling, yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai responden. Ini memastikan bahwa pemilihan sampel berlangsung secara objektif dan mengurangi kemungkinan bias. Baik mekanisme undian maupun bilangan acak (random numbers) digunakan untuk memilih responden secara acak. Menurut (Bhardwaj, 2019), Keunggulan metode ini bukan hanya pada penerapannya yang mudah, tetapi juga pada kemampuannya menghasilkan gambaran populasi yang lebih objektif dan merata. Dengan begitu, teknik ini dianggap lebih adil, tidak berpihak pada anggota tertentu, serta membantu peneliti meminimalkan kesalahan penelitian. Oleh karena itu, metode ini kerap digunakan agar hasil penelitian benar-benar mencerminkan kondisi populasi secara keseluruhan.

Tabel 1. Variabel dan Indikaator Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Tren Makanan Sehat	1. Kesadaran Kesehatan	(Ikonen et al., 2020)
	2. Perhatian Terhadap Kandungan Gizi	(Santos et al., 2020)
	3. Pengaruh Informasi, Media	
	4. Gaya Hidup Sehat	(Gaupholm et al., 2023)
	5. Kepedulian Terhadap Pola Makan	
Preferensi Konsumen	1. Kualitas Produk	(Nathan et al., 2021)
	2. Harga	(Haris, 2024; Islam, 2021; Yang et al., 2024)
	3. Rasa	
	4. Kemudahan Memperoleh Produk	
	5. Niat Membeli Kembali	

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan secara online dengan menggunakan Google Forms untuk menyusun kuesioner. Kemudian, alat tersebut disebarakan kepada responden untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian. Menurut (Pravana et al., 2017; Sugiyono, 2020b), Skala Likert adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap dengan cara mengklasifikasikan subjek ke dalam kategori tertentu melalui pemberian skor pada tiap kategori. Instrumen penelitian ini menggunakan skala Likert lima tingkat sebagai dasar pengukuran. Setiap pernyataan dinilai berdasarkan tingkat persetujuan responden dengan rentang skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Tren Makanan Sehat terhadap preferensi konsumen, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana sebagai metode pengolahan data. Sebelum analisis regresi, dilakukan uji validitas dengan korelasi Pearson (signifikansi $< 0,05$) dan uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi reliabilitasnya dengan menggunakan Alpha Cronbach. Nilai α setidaknya 0,60 menunjukkan bahwa alat tersebut memiliki tingkat konsistensi yang cukup (Taherdoost, 2018). Sebelum melakukan analisis regresi, model regresi diuji dengan uji normalitas dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Tujuannya adalah untuk menentukan bagaimana tren makanan sehat memengaruhi preferensi pelanggan. Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak spss.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data kuesioner mengenai karakteristik responden

dan tingkat pengetahuan responden terhadap tren makanan sehat, serta pembahasan temuan penelitian sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan

Berdasarkan Usia

Usia		
Kriteria	Jumlah (n)	Persentase (%)
Dibawah 20	32	32.0
20-32 tahun	51	51.0
Diatas 32 tahun	17	17.0
Total	100	100

Tabel Usia Kuesioner

Menurut data yang dikumpulkan melalui kuesioner, sebanyak seratus responden berpartisipasi dalam penelitian ini. Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa kelompok dengan responden terbanyak adalah kelompok berusia 20–32 tahun, yang terdiri dari 51 orang (51%). Kelompok berusia di bawah 20 tahun terdiri dari 32 orang (32%), dan kelompok berusia di atas 32 tahun terdiri dari 17 orang (17%) atau yang paling sedikit. Hasilnya menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden yang berada pada usia produktif. Hal ini dianggap relevan karena kelompok usia produktif biasanya lebih aktif dalam mengikuti tren gaya hidup baru, seperti mengutamakan konsumsi makanan sehat.

Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		
Kriteria	Jumlah (n)	Persentase (%)
Laki-laki/Pria	37	37.0
Perempuan	63	63.0
Total	100	100.0

Tabel Jenis Kelamin Kuesioner

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, responden penelitian didominasi oleh perempuan, sebanyak 63 persen, dan responden laki-laki hanya 37 persen. Distribusi ini menunjukkan bahwa lebih banyak perempuan yang terlibat dalam penelitian ini. Kondisi ini dapat menunjukkan bahwa perempuan lebih tertarik pada masalah kesehatan dan pola konsumsi makanan sehat. Namun, penelitian ini tidak secara khusus menguji hubungan jenis kelamin dengan preferensi pembeli.

Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan		
Kriteria	Jumlah (n)	ersentase (%)
Belum bekerja	1	1.0
IRT	11	11.0
Karyawan	46	46.0
Mahasiswa	24	24.0
Pelajar	15	15.0
Wirausaha	3	3.0
Total	100	100.0

Tabel Pekerjaan Kuesioner

Berdasarkan status pekerjaan, responden paling banyak berasal dari kelompok karyawan, yaitu sebanyak 46 orang (46%). Selanjutnya, responden berstatus mahasiswa berjumlah 24 orang (24%), pelajar sebanyak 15 orang (15%), dan ibu rumah tangga (IRT) sebanyak 11 orang (11%). Sementara itu, responden dengan status wirausaha berjumlah 3 orang (3%), dan belum bekerja sebanyak 1 orang (1%). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki aktivitas kerja atau pendidikan yang aktif.

Berdasarkan Pengetahuan Tentang Makanan Sehat

Apakah kamu pernah mencari tahu tentang tren makanan sehat?		
Kriteria	Jumlah (n)	ersentase (%)
Pernah	85	85.0
Tidak Pernah	15	15.0
Total	100	100.0

Tabel Pengetahuan Tentang Makanan Sehat Kuesioner

Terkait dengan pengetahuan responden terhadap tren makanan sehat, hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden pernah mencari tahu tentang tren makanan sehat, yaitu sebanyak 85 orang (85%), sedangkan responden yang tidak pernah mencaritahu hanya berjumlah 15 Orang (15%). Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kesadaran dan ketertarikan responden terhadap isu makanan sehat tergolong tinggi.

Penelitian ini menyajikan bagaimana tren makanan sehat memengaruhi preferensi konsumen melalui pengolahan data kuesioner. Proses analisis menggunakan software SPSS dengan langkah-langkah statistik seperti uji validitas, reliabilitas, deskriptif, hingga regresi linier sederhana (Pallant, 2020).

Uji Validitas Pearson

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen penelitian menghitung variabel utama penelitian. Validitas, Menurut Sugiyono, (2022) mengacu pada seberapa baik data yang diperoleh dari instrumen penelitian dapat menggambarkan keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti. Untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner dapat menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan pengukuran, pengujian validitas diperlukan. Sebuah item pernyataan dianggap valid hanya jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05 atau nilai koefisien korelasi (r hitung) lebih besar dari r tabel. (Field, 2018).

No	Uji Validitas Pearson		Keterangan
	$r(>0.195)$	$\text{Sig}(<0.05)$	Validitas
TMS1	0.506**	0.000	valid

TMS2	0.614**	0.000	valid
TMS3	0.450**	0.000	valid
TMS4	0.495**	0.000	valid
TMS5	0.597**	0.000	valid
TMS6	0.519**	0.000	valid
TMS7	0.662**	0.000	valid
TMS8	0.640**	0.000	valid
TMS9	0.512**	0.000	valid
TMS10	0.199*	0.048	valid
TMS11	0.385**	0.000	valid

Sumber: Data penelitian diolah menggunakan program SPSS.

Keterangan: Menurut kriteria pengujian validitas, setiap item pernyataan dianggap valid jika memiliki nilai Sig. <0,05(Field, 2018)

Semua item pernyataan yang berkaitan dengan variabel Tren Makanan Sehat (TMS) memenuhi kriteria validitas, menurut hasil pengujian validitas yang disajikan pada Tabel 2. Nilai signifikansi (Sig.) berada di bawah batas ketentuan 0,05 dan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,195). Oleh karena itu, setiap indikator yang berkaitan dengan variabel Tren Makanan Sehat yang dinyatakan memiliki kemampuan untuk mengukur struktur yang diteliti. Artinya, setiap pernyataan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur hal yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mengenai tren dan kesadaran masyarakat terhadap makanan sehat. Dengan kata lain, instrumen penelitian ini sudah baik dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya karena semua pertanyaannya relevan dan dapat dipercaya hasilnya.

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Konsumen

No	Uji Validitas Pearson		Keterangan
	r(>0.195)	Sig(<0.05)	Validitas
PK1	0.363**	0.000	valid
PK2	0.617**	0.000	valid
PK3	0.486**	0.000	valid
PK4	0.623**	0.000	valid
PK5	0.484**	0.000	valid
PK6	0.687**	0.000	valid
PK7	0.630**	0.000	valid
PK8	0.609**	0.000	valid
PK9	0.625**	0.000	valid
PK10	0.404**	0.000	valid
PK11	0.585**	0.000	valid
PK12	0.559**	0.000	valid
PK13	0.620**	0.000	valid

Sumber : Data Penelitian diolah menggunakan Software SPSS

Keterangan : valid jika nilai Sig. < 0,05. (Field, 2018)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 3, Semua item pernyataan yang berkaitan dengan variabel Preferensi Konsumen (PK) valid, seperti yang ditunjukkan oleh nilai r hitung

setiap item yang lebih besar dari r tabel (0,195) dan memiliki nilai signifikansi (Sig.) di bawah 0,05. Oleh karena itu, setiap instrumen yang berkaitan dengan variabel Preferensi Konsumen dinyatakan layak digunakan karena mampu secara akurat mengukur elemen preferensi responden terhadap produk makanan sehat. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan pada variabel preferensi konsumen layak digunakan dalam tahap analisis berikutnya, karena sudah memenuhi kriteria validitas instrumen dan dapat dipercaya hasilnya.

Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa konsisten suatu alat penelitian dalam menilai konstruk atau variabel yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2022) reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen menunjukkan kemampuan instrumen untuk menghasilkan pengukuran yang konsisten, yang berarti bahwa hasil yang diperoleh tetap dapat dipercaya meskipun objek yang sama diuji berulang kali. Dalam penelitian ini, koefisien Alpha Cronbach digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian; nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 dianggap sebagai bukti reliabilitas instrumen (Field, 2018). Hasil perhitungan reliabilitas instrumen penelitian ini ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel Uji Reliabilitas kuesioner Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Tren Makanan Sehat	0.707	11.000	reliabel
Preferensi Konsumen	0.819	13	reliabel

Sumber: Data penelitian diolah menggunakan SPSS.

Keterangan: Nilai Cronbach's Alpha, di mana instrumen dianggap reliabel jika mendapatkan nilai lebih dari 0,60(Field, 2018)

Seluruh alat penelitian memenuhi kriteria reliabilitas, seperti yang ditunjukkan dalam tabel sebelumnya, berdasarkan hasil pengujian reliabilitas. Instrumen penelitian menunjukkan tingkat konsistensi yang baik; variabel Tren Makanan Sehat menerima nilai alfa Cronbach sebesar 0,707, dan variabel Preferensi Konsumen menerima nilai alfa Cronbach sebesar 0,819. Kedua nilai tersebut berada di atas batas minimum reliabilitas sebesar 0,60. Oleh karena itu, dinilai bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini mampu menghasilkan data yang dapat diandalkan dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan bahwa model regresi linier memenuhi persyaratan statistik, analisis asumsi klasik digunakan. Akibatnya, estimasi yang dihasilkan disebut Best Linear Unbiased Estimator (BLUE), atau estimasi linier terbaik yang tidak bias (Sugiyono, 2022) Agar hasil analisis dan pengujian hipotesis dapat diinterpretasikan dengan benar dan tidak bias, penting untuk memenuhi asumsi ini. Uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi adalah beberapa jenis tes yang termasuk dalam analisis asumsi klasik.

1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data pada variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik ditunjukkan dengan residual yang memiliki distribusi normal atau setidaknya mendekati normal. Ini memastikan bahwa hasil analisis statistik dapat dipercaya. Untuk

menguji normalitas, metode statistik dan grafis dapat digunakan. Dalam analisis regresi, pemenuhan asumsi normalitas sangat penting karena beberapa uji statistik, seperti uji t dan uji F, menganggap bahwa residual model berdistribusi normal. Penuhnya asumsi ini memungkinkan interpretasi hasil pengujian hipotesis menjadi lebih akurat. Hasil pengujian statistik dapat menjadi tidak valid jika asumsi tidak terpenuhi, terutama dalam penelitian dengan jumlah sampel yang lebih kecil (Sugiyono, 2022). Uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) digunakan untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi; nilai Sig. lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data residual memenuhi asumsi distribusi normal. Selain itu, metode Exact Test Monte Carlo digunakan sebagai alternatif untuk menguji pengujian Kolmogorov-Smirnov, yang memiliki tingkat kepercayaan (confidence level) sebesar 95%. Metode ini menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas (Ghozali. Imam, n.d.) (Fernández-de-Marcos & García-Portugués, 2023).

Uji Nomalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S)

Statistik	Nilai	Keterangan
N	100	Terdistribusi Normal
Mean	0.000	
Standar Deviasi	4.457	
Kolmogorov-Smirnov	0.200d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)e	0.417	

Sumber: Data penelitian diproses menggunakan program SPSS. Keterangan: Distribusi normal, signifikansi lebih dari 0,05.(Field, 2018)

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data residual memenuhi asumsi normalitas; nilai signifikansi (Sig.) adalah 0,200, lebih tinggi dari taraf signifikansi 0,05. Studi ini juga menggunakan metode alternatif uji Kolmogorov-Smirnov Exact Monte Carlo. Hasilnya menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,417, yang juga lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, bukti tidak cukup untuk menolak hipotesis nol (H_0). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

1.2 Uji Heteroskedastisitas metode Glejser

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah variasi residual dalam model regresi berbeda di antara pengamatan. Kondisi homoskedastisitas terjadi ketika varians residual pada setiap pengamatan tetap konstan, sedangkan heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak tetap. Sebuah model regresi yang baik tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas atau memenuhi asumsi homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, heteroskedastisitas diperiksa dengan uji Glejser. Untuk melakukan ini, nilai absolut residual dibagi dengan variabel independen. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi. Nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa model tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas (Sig. > 0,05).

Uji Heteroskedastisitas metode Glejser Variabel Penelitian

Variabel	Sig.	Heteroskedastisitas
Tren Makanan Sehat	0.883	Tidak

Sumber: Hasil dari pengolahan data penelitian menggunakan program SPSS. Keterangan: Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, model regresi memenuhi

asumsi homoskedastisitas, menurut kriteria pengujian heteroskedastisitas.

Variabel Tren Makanan Sehat memiliki nilai signifikansi sebesar 0,883 ($>0,05$), menurut hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser yang ditunjukkan pada Tabel 6. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas karena tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas. Nilai signifikansi yang diperoleh menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Selain itu, karena asumsi homoskedastisitas terpenuhi, model regresi dinilai memenuhi salah satu persyaratan analisis regresi linier, yang memungkinkan interpretasi hasil estimasi yang dihasilkan menjadi lebih andal. artinya varians residual antar pengamatan bersifat konstan. Kondisi ini menunjukkan bahwa data layak digunakan untuk analisis regresi linier sederhana karena memenuhi salah satu asumsi klasik penting.

Analisis Regresi Linier Sederhana Model Penelitian

Uji t parsial

Untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen masing-masing, uji t (parsial) digunakan. Ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel, sementara variabel independen lainnya dianggap konstan. Menurut kriteria (Sugiyono, 2022) variabel independen dianggap berpengaruh signifikan jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05. Perangkat lunak SPSS digunakan untuk menganalisis hasil uji t penelitian.

Tabel hasil uji t parsial model penelitian

variabel	koefisien regresi (B)	Std. Error	t hitung	Sig.	keterangan
(Constant)	17.522	3.459	5.065	0.000	
Tren Makanan Sehat	0.779	0.085	9.171	0.000	signifikan

Sumber: Hasil dari pengolahan data penelitian menggunakan program SPSS.
Keterangan: Menurut kriteria pengujian hipotesis, pengaruh variabel dianggap signifikan jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05.
(Sugiyono, 2022).

Persamaan Regresi Linear Sederhana

$$Y = 17.522 + 0.779 (PK) + e$$

Menurut hasil uji t, variabel Tren Makanan Sehat memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (tidak lebih dari 0,05). Temuan ini menunjukkan bahwa Tren Makanan Sehat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Preferensi Konsumen; dengan demikian, jika ada kecenderungan yang lebih besar ke arah makanan sehat, konsumen mungkin lebih tertarik untuk membeli barang-barang yang berfokus pada makanan sehat. Artinya, setiap peningkatan pada Tren Makanan Sehat sebesar 1 satuan akan menyebabkan peningkatan pada variabel Preferensi Konsumen sebesar 0.779 poin, dengan asumsi faktor lain tetap konstan. Berdasarkan hasil ini, hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin kuat tren makanan sehat yang berkembang, maka semakin tinggi pula tingkat preferensi konsumen terhadap produk makanan sehat.

Analisis koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R Square, yang berkisar antara 0 dan 1, menunjukkan seberapa baik model regresi menjelaskan variasi variabel

dependen. Nilai yang lebih tinggi di sekitar nilai 1 menunjukkan seberapa baik model menjelaskan variabel dependen. Untuk penelitian ini, koefisien determinasi diuji dengan program SPSS.

Hasil perhitungan analisis disajikan pada tabel berikut.

Tabel Hasil Analisis koefisien determinasi (R²)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Keterangan
0.680a	0.462	0.456	4.479	Sedang

Sumber: Data penelitian yang diolah menggunakan SPSS.

Nilai koefisien determinasi (R²) adalah 0,462, menurut hasil analisis yang disajikan pada Tabel, Hasilnya menunjukkan bahwa variabel Tren Makanan Sehat dapat menjelaskan 46,2% variasi pada variabel Preferensi Konsumen. Penemuan ini menunjukkan bahwa Tren Makanan Sehat memainkan peran yang cukup besar dalam menentukan preferensi konsumen. Oleh karena itu, agar kemampuan model untuk menjelaskan preferensi konsumen menjadi lebih luas, penelitian selanjutnya harus memasukkan lebih banyak variabel.

Pembahasan

Koefisien regresi sebesar 0,779 dan tingkat signifikansi 0,000 (< 0,05) ditemukan berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Tren Makanan Sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Dengan kata lain, peningkatan tren makanan sehat dapat mendorong konsumen untuk memilih lebih banyak produk makanan sehat. Artinya, semakin meningkatnya tren makanan sehat, maka semakin meningkat pula kecenderungan preferensi konsumen terhadap makanan sehat. menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara tren makanan sehat terhadap preferensi konsumen. Dengan kata lain, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan diiringi pula oleh kecenderungan untuk memilih produk makanan yang mengutamakan nilai gizi dan keamanan bahan pangan. Kondisi ini menggambarkan bahwa orientasi konsumen modern semakin beralih pada produk yang mendukung kesejahteraan tubuh dan gaya hidup berimbang. Penemuan tersebut sejalan dengan pandangan (Rachmawati et al., 2025) yang menjelaskan bahwa persepsi positif terhadap makanan sehat menjadi faktor utama yang membentuk preferensi konsumen pada masa pascapandemi, ketika kesadaran terhadap ketahanan imun dan kesehatan individu semakin menguat dalam keputusan pembelian.

Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,607 mengindikasikan bahwa 60,7% variasi perubahan pada preferensi konsumen dapat dijelaskan oleh tren makanan sehat, sedangkan 39,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal lain seperti harga, rasa, kemasan, dan strategi promosi. Hal ini menunjukkan bahwa tren makanan sehat memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku konsumsi masa kini (Sugiyono, 2022). Konsumen kini menilai kualitas produk tidak semata dari rasa, tetapi juga dari aspek nutrisi, keamanan bahan, dan komitmen produsen terhadap praktik berkelanjutan. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian (Gaupholm et al., 2023) yang mengonfirmasi bahwa preferensi masyarakat mengalami transformasi menuju konsumsi pangan yang lebih fungsional, bergizi tinggi, dan ramah lingkungan. Dengan demikian, tren makanan sehat berfungsi sebagai instrumen sosial

yang menuntun perubahan perilaku konsumen ke arah pola makan yang lebih bertanggung jawab dan sadar kesehatan.

Secara simultan, indikator yang merepresentasikan tren makanan sehat terbukti memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap preferensi konsumen. Faktor-faktor seperti kesadaran gizi, penggunaan bahan alami, serta kepedulian terhadap dampak lingkungan bekerja secara terpadu dalam membentuk pola keputusan konsumsi. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen kontemporer yang dikemukakan oleh (Nathan et al., 2021), yang menyatakan bahwa keputusan pembelian produk pangan lebih banyak dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat kesehatan dan gaya hidup berkelanjutan. Dengan demikian, perilaku konsumsi sehat tidak hanya mencerminkan kebutuhan fisiologis, tetapi juga memperlihatkan nilai moral dan sosial yang semakin penting dalam budaya konsumsi masyarakat modern. Selain itu, (Motoki et al., 2025) menambahkan bahwa hubungan sosial dan pengaruh komunitas menjadi mediator penting dalam memperkuat niat beli terhadap produk bernilai kesehatan, karena konsumen merasakan kepuasan emosional ketika keputusan konsumsi mereka dianggap selaras dengan nilai hidup yang sehat.

Lebih jauh, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi gizi memiliki peran memperkuat keterkaitan antara tren makanan sehat dan preferensi konsumen. Individu dengan pemahaman nutrisi yang baik cenderung lebih teliti dalam menilai komposisi produk, membandingkan manfaat gizi, dan menghindari makanan yang berisiko bagi kesehatan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian (Novel Ersal Ifada et al., 2024) yang menegaskan bahwa pengetahuan nutrisi mendorong loyalitas terhadap produk sehat meskipun harga relatif tinggi. Di sisi lain, (Espinosa-Ramírez et al., 2023) menyoroti bahwa perkembangan teknologi dan media digital turut berperan besar dalam meningkatkan kesadaran gizi masyarakat melalui informasi interaktif yang mudah diakses. Kondisi ini menciptakan perubahan perilaku konsumsi yang lebih selektif, di mana konsumen tidak hanya fokus pada kenikmatan rasa, tetapi juga memperhatikan dampak jangka panjang terhadap kesehatan dan lingkungan.

Temuan empiris ini membawa implikasi strategis bagi industri kuliner modern, dimana tren makanan sehat tidak lagi sekadar fenomena gaya hidup, melainkan peluang bisnis yang berorientasi pada nilai kesehatan dan keberlanjutan. Pelaku usaha di bidang makanan dan minuman perlu menyesuaikan strategi pemasaran dengan prinsip health-driven marketing, seperti mencantumkan label informasi gizi yang transparan, menyediakan menu rendah kalori, serta menggunakan bahan alami yang aman untuk dikonsumsi (Marcell Fernandito & Maria Ritonga, 2023). Hal ini juga sejalan dengan penelitian (Collins et al., 2021) yang menyebutkan bahwa kejelasan informasi nutrisi memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan keputusan pembelian produk makanan sehat. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa tren makanan sehat memberikan pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen baik dari aspek kognitif, afektif, maupun sosial, yang menandai pergeseran paradigma konsumsi dari orientasi hedonistik menuju kesadaran kesehatan dan tanggung jawab sosial (Gaupholm et al., 2023; Nathan et al., 2021).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tren makanan sehat memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan preferensi konsumen modern. Kesadaran masyarakat

terhadap kesehatan, kandungan gizi, serta keberlanjutan lingkungan telah mendorong pergeseran pola konsumsi dari produk instan menuju pilihan pangan yang lebih bergizi dan alami. Konsumen masa kini menunjukkan perilaku yang semakin selektif dan rasional dalam menentukan pilihan, tidak hanya mempertimbangkan aspek rasa dan harga, tetapi juga memperhatikan nilai nutrisi, keamanan bahan, serta tanggung jawab sosial produsen terhadap lingkungan. Selain itu, faktor literasi gizi, pengaruh sosial, dan kemudahan akses informasi melalui teknologi digital turut memperkuat orientasi masyarakat terhadap pola makan sehat yang konsisten dan berkelanjutan. Dengan demikian, tren makanan sehat dapat dimaknai sebagai transformasi budaya konsumsi yang menempatkan kesehatan, etika, dan keberlanjutan sebagai nilai utama dalam pengambilan keputusan pembelian.

SARAN

Sejalan dengan hasil tersebut, pelaku industri kuliner dan sektor pangan disarankan untuk menerapkan strategi health-driven marketing yang menonjolkan keaslian bahan, nilai gizi, serta transparansi informasi nutrisi. Pendekatan yang berfokus pada edukasi kesehatan dan pelabelan produk yang informatif dapat memperkuat kepercayaan konsumen serta meningkatkan loyalitas terhadap produk pangan sehat. Selain itu, pemerintah dan lembaga pendidikan perlu memperluas cakupan literasi gizi dan memperkuat kebijakan publik yang mendorong masyarakat untuk menerapkan pola konsumsi bergizi seimbang. Untuk mewujudkan ekosistem pangan yang sehat, inklusif, dan berkelanjutan, diperlukan kerja sama yang kuat antara industri, akademisi, dan pembuat kebijakan. Diharapkan bahwa kerja sama antarpemangku kepentingan ini akan memungkinkan pengembangan pendekatan yang lebih efisien untuk meningkatkan konsumsi makanan sehat di masyarakat. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan mempertimbangkan faktor tambahan seperti pengaruh media digital, persepsi harga, dan citra merek. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang komponen yang memengaruhi perubahan perilaku konsumsi masyarakat di zaman modern. Dengan kolaborasi lintas sektor dan inovasi yang berkelanjutan, tren makanan sehat diharapkan tidak hanya menjadi simbol gaya hidup, tetapi juga menjadi gerakan sosial yang berkontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas hidup dan kelestarian lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afshin, A., Sur, P. J., Fay, K. A., Cornaby, L., Ferrara, G., Salama, J. S., Mullany, E. C., Abate, K. H., Abbafati, C., Abebe, Z., Afarideh, M., Aggarwal, A., Agrawal, S., Akinyemiju, T., Alahdab, F., Bacha, U., Bachman, V. F., Badali, H., Badawi, A., ... Murray, C. J. L. (2019). Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *The Lancet*, 393(10184), 1958–1972. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30041-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30041-8)
- [2] Andretti, B., Vieites, Y., Elmor, L., & Andrade, E. B. (2025). How Socioeconomic Status Shapes Food Preferences and Perceptions. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1177/00222429241296048>
- [3] Bhardwaj, P. (2019). Types of sampling in research. *Journal of the Practice of Cardiovascular Sciences*, 5(3), 157. https://doi.org/10.4103/jpcs.jpcs_62_19
- [4] Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021).

No Title 済無No Title No Title No Title.

- [5] Deslippe, A. L., Soanes, A., Bouchaud, C. C., Beckenstein, H., Slim, M., Plourde, H., & Cohen, T. R. (2023). Barriers and facilitators to diet, physical activity and lifestyle behavior intervention adherence: a qualitative systematic review of the literature. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 20(1), 1–25. <https://doi.org/10.1186/s12966-023-01424-2>
- [6] Dewi, M. P. (2024). The Potential of Microgreens in Indonesian Traditional Food Innovation: Opportunities, Challenges, and Culinary Innovation Based on Literature Studies. *Journal of Management and Administration Provision*, 4(3), 415–420. <https://doi.org/10.55885/jmap.v4i3.692>
- [7] Espinosa-Ramírez, J., Mondragón-Portocarrero, A. C., Rodríguez, J. A., Lorenzo, J. M., & Santos, E. M. (2023). Algae as a potential source of protein meat alternatives. *Frontiers in Nutrition*, 10(5). <https://doi.org/10.3389/fnut.2023.1254300>
- [8] Fernández-de-Marcos, A., & García-Portugués, E. (2023). Data-driven stabilizations of goodness-of-fit tests. *Computational Statistics & Data Analysis*, 179, 107653. <https://doi.org/10.1016/J.CSDA.2022.107653>
- [9] Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics 5th Edition* (5th ed.). SAGE Publications Inc.
- [10] Gaupholm, J., Papadopoulos, A., Asif, A., Dodd, W., & Little, M. (2023). The influence of food environments on dietary behaviour and nutrition in Southeast Asia: A systematic scoping review. *Nutrition and Health*, 29(2), 231–253. <https://doi.org/10.1177/02601060221112810>
- [11] Ghozali, Imam. (n.d.). *Img_20151029_0001*.
- [12] Greenberg, D., Drewnowski, A., Black, R., Weststrate, J. A., & O'Shea, M. (2021). A Progressive Nutrient Profiling System to Guide Improvements in Nutrient Density of Foods and Beverages. *Frontiers in Nutrition*, 8(December), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fnut.2021.774409>
- [13] Grujić, S., & Grujić, M. (2023). Factors affecting consumer preference for healthy diet and functional foods. *Foods and Raw Materials*, 11(2), 259–271. <https://doi.org/10.21603/2308-4057-2023-2-576>
- [14] Haris, A. (2024). The Role of Marketing Research in Understanding Consumer Behavior and Preferences. *Advances in Business & Industrial Marketing Research*, 2(2), 59–71. <https://doi.org/10.60079/abim.v2i2.259>
- [15] Hikmawati, H., & Sutami, S. (2024). Empowering Communities through Culinary Innovation: Enhancing Nutritional Status in Toddlers with Tempe-Based Supplementary Foods. *Communautaire: Journal of Community Service*, 3(1), 123–137. <https://doi.org/10.61987/communautaire.v3i1.468>
- [16] Ikonen, I., Sotgiu, F., Aydinli, A., & Verlegh, P. W. J. (2020). Consumer effects of front-of-package nutrition labeling: an interdisciplinary meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 360–383. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00663-9>
- [17] Islam, D. M. R. (2021). Education and Food Consumption Patterns: Quasi-Experimental Evidence from Indonesia. *SSRN Electronic Journal*, 1–22. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3925151>
- [18] Januraga, P. P., Izwardi, D., Crosita, Y., Indrayathi, P. A., Kurniasari, E., Sutrisna, A., &

- Tumilowicz, A. (2021). Qualitative evaluation of a social media campaign to improve healthy food habits among urban adolescent females in Indonesia. *Public Health Nutrition*, 24, S98–S107. <https://doi.org/10.1017/S1368980020002992>
- [19] Kementrian Kesehatan RI. (2020). Health Statistics. In *Science as Culture* (Vol. 1, Issue 4). <https://doi.org/10.1080/09505438809526230>
- [20] M.Kes, S. S. K. (2025). *ISI PIRINGKU , Menata Kesehatan Masa Depan melalui Gizi Seimbang* (Issue February).
- [21] Marcell Fernandito, A., & Maria Ritonga, R. (2023). Analisis Pengaruh Penerapan Gaya Hidup Sehat Terhadap Minat Mengkonsumsi Makanan Sehat Pada Yellow Fit Kitchen. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(7), 613–619. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i7.871>
- [22] Martínez-Montoro, J. I., Morales, E., Cornejo-Pareja, I., Tinahones, F. J., & Fernández-García, J. C. (2022). Obesity-related glomerulopathy: Current approaches and future perspectives. *Obesity Reviews*, 23(7), 1–15. <https://doi.org/10.1111/obr.13450>
- [23] Md Saad, A., Maaruf, S. Z., & Rusli, N. S. I. (2023). Consumers' Knowledge, Understanding and Awareness of Nutrition Information on Food Labels: A Needs Analysis for Nutrition Pictograph Design Development. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(4). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i4/16613>
- [24] Motoki, K., Park, J., & Togawa, T. (2025). The Role of Sensory Cues in Promoting Healthy Eating: A Narrative Synthesis and Gastronomic Implications. *Gastronomy*, 3(2), 6. <https://doi.org/10.3390/gastronomy3020006>
- [25] Nam, S. J., & Suk, J. (2024). Influence of health food literacy on willingness to pay for healthier foods: focus on food insecurity. *International Journal for Equity in Health*, 23(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s12939-024-02135-1>
- [26] Nathan, R. J., Soekmawati, Victor, V., Popp, J., Fekete-Farkas, M., & Oláh, J. (2021). Food innovation adoption and organic food consumerism-a cross national study between Malaysia and Hungary. *Foods*, 10(2), 1–21. <https://doi.org/10.3390/foods10020363>
- [27] Nayak, A., & Dutta, D. (2023). A comprehensive review on CRISPR and artificial intelligence based emerging food packaging technology to ensure “safe food.” *Sustainable Food Technology*, 1(5), 641–657. <https://doi.org/10.1039/d3fb00059a>
- [28] Nishinakagawa, M., Sakurai, R., Nemoto, Y., Matsunaga, H., Takebayashi, T., & Fujiwara, Y. (2023). Influence of education and subjective financial status on dietary habits among young, middle-aged, and older adults in Japan: a cross-sectional study. *BMC Public Health*, 23(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-16131-7>
- [29] Novel Ersafada, D., Rahmah, J., Mariana, M., Sari, M., & Rahayu, S. (2024). Mempertahankan Nutrisi Protein Melalui Bahan Makanan Nabati Untuk Meningkatkan Status Gizi Masyarakat. *Jurnal Inovasi Global*, 2(1), 140–152. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i1.48>
- [30] Pallant, J. (2020). *This is what readers from around the world say about the SPSS Survival Manual: 'Whenever*. Routledge.
- [31] Popkin, B. M., & Ng, S. W. (2022). The nutrition transition to a stage of high obesity and noncommunicable disease prevalence dominated by ultra-processed foods is not inevitable. *Obesity Reviews*, 23(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/obr.13366>
- [32] Pravana, N. K., Piryani, S., Chaurasiya, S. P., Kawan, R., Thapa, R. K., Shrestha, S., Brouwer,

- I. D., Jager, I. de, Borgonjen, K., Azupogo, F., Rooij, M., Folson, G., Abizari, R., Frempong, R. B., Annim, S. K., Boah, M., Azupogo, F., Amporfro, D. A., Abada, L. A., ... WHO. (2017). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Development Studies Research*, 3(1), 43. <http://doi.org/10.1080/16070658.2018.1448503%0Awww.udsspace.uds.edu.gh%0Ahttps://doi.org/10.1080/20469047.2017.1409453%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.heliyon.2017.e00298%0Ahttp://www.gainhealth.org/wp-content/uploads/2018/03/Ghana-Development-of-Food-based>
- [33] Puspikawati, S. I., Sebayang, S. K., & Mathofani, S. (2024). *Pendidikan Gizi dalam Upaya Pencegahan Obesitas pada Mahasiswa dan Siswa Melalui Kader Generasi Z Nutrition Education in Efforts to Prevent Obesity in Students and College Students Through Generation Z Cadres*. 563–569.
- [34] Rachmawati, D. W., Novianti, T., & Kusumaningrum, A. (2025). *Komunikasi Asertif dan Penggunaan Media Sosial dalam Menghadapi Dunia Usaha dan Dunia Kerja Assertive Communication and the Use of Social Media in Facing The Business World and The World of Work*. 4, 36–44.
- [35] Santos, T. S. S., Julián, C., Vincenzi, S. L., De Andrade, D. F., Slater, B., De Assis, M. A. A., Kafatos, A., De Henauw, S., Gottrand, F., Androutsos, O., Kersting, M., Sjöström, M., Forsner, M., & Moreno, L. A. (2020). A new measure of health motivation influencing food choices and its association with food intakes and nutritional biomarkers in European adolescents. *Public Health Nutrition*, 24(4), 685–695. <https://doi.org/10.1017/S1368980019004658>
- [36] Sugiyono. (2020a). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D* (Issue January).
- [37] Sugiyono. (2020b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- [38] Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development)* (sofia yustiani Suryandari (ed.); 5th ed.). Alfabeta.
- [39] Taherdoost, H. (2018). Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. *SSRN Electronic Journal*, 5(3), 28–36. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3205040>
- [40] Topolska, K., Florkiewicz, A., & Filipiak-florkiewicz, A. (2021). *Functional Food — Consumer Motivations and Expectations*.
- [41] Ulfa, A. (2023). Analisis Komparatif Kekuatan Diplomasi Digital Indonesia-Australia. *Journal of Sciencetech Research and Development*, 5(1), 355–370. <https://doi.org/10.56670/jsrd.v5i1.143>
- [42] Wang, X. (2024). The Impact of Food Nutrition Labels on Consumer Behavior: A Cross-national Survey and Quantitative Analysis. *International Journal of Public Health and Medical Research*, 1(2), 18–27. <https://doi.org/10.62051/ijphmr.v1n2.03>
- [43] WHO, W. H. O. (2022). *Overview Burden WHO Response*.
- [44] Wolf, E. J., Harrington, K. M., Clark, S. L., & Miller, M. W. (2013). Sample Size Requirements for Structural Equation Models: An Evaluation of Power, Bias, and Solution Propriety. *Educational and Psychological Measurement*, 73(6), 913–934. <https://doi.org/10.1177/0013164413495237>
- [45] Yang, L., Cui, Y., Du, J., Liu, Z., Duan, Y., Qi, Q., Liu, H., & Zhang, M. (2024). Association between nutritional literacy and nutrition label use in Chinese community residents.

Frontiers in Nutrition, 11(June). <https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1380310>

- [46] Yulianti, N., Widiyanto, S., Vernia, D. M., Alifah, S., Nurisman, H., Rizkiyah, N., & Suprpto, H. A. (2024). *Penyuluhan hidup sehat dan pola makan seimbang bagi siswa*. 7(2).