

ANALISIS GAYA HIDUP *VEGETARIAN* DAN KESADARAN KESEHATAN TERHADAP MINAT KONSUMEN DI LOVING NATURE FORTUNATE COFFEE ORCHARD BATAM

Jeffryanto

Manajemen tata hidangan, politeknik pariwisata batam
jeffryanto29@gmail.com

Natal Olotua Sipayung

Manajemen tata hidangan, politeknik pariwisata batam
natal@btp.ac.id

ABSTRACT

This study aims to prove that there is a relationship between a vegetarian lifestyle and health awareness with consumer purchase interest in vegetarian food products at Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Restaurant, Batam. This research uses a quantitative research method with a descriptive approach, involving 101 people who visited the Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Restaurant, Batam, to gather the necessary data for this study. The findings of this research show that there is a correlation between a vegetarian lifestyle and health awareness, which influences consumer purchase interest at the Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Restaurant, Batam, with a t-value for health awareness's effect on consumer purchase interest of 3.890, a t-value for awareness's impact on consumer purchase interest of 6.130, and an F-value for the effect of vegetarian lifestyle and health awareness on consumer purchase interest of 332.457.

Keywords: *lifestyle, vegetarian, health awareness, purchase interest.*

PENDAHULUAN

Pola hidup *vegetarian* diartikan sebagai pola makan yang menghindari konsumsi daging dan produk hewani, serta lebih fokus pada konsumsi makanan nabati seperti buah, sayur, biji-bijian, kacang-kacangan, dan produk olahannya. Budaya *vegetarian* juga mencakup nilai-nilai etika mengenai perlindungan lingkungan dan kepedulian terhadap hewan.

Beberapa tahun terakhir, budaya *vegetarian* menjadi sebuah fenomena yang semakin menarik minat masyarakat. Faktor-faktor seperti kesehatan pribadi, masalah lingkungan, dan etika terhadap hewan telah menjadi pendorong utama di balik keputusan seseorang untuk menerapkan gaya hidup *vegetarian*.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya *vegetarian* terhadap kesadaran kesehatan konsumen dan minat beli. Dengan memahami hubungan antara budaya *vegetarian*, kesadaran kesehatan dan keputusan pembelian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi industri makanan dan minuman, serta membantu mendorong lebih banyak inisiatif untuk mempromosikan gaya hidup sehat dan berkelanjutan melalui pola makan *vegetarian*.

Kemudian gaya hidup sehat sendiri juga banyak modelnya dimasa sekarang terutama yang dilakukan oleh kalangan *influencer* yang mempopulerkan pola

diet tertentu. Dimana definisi hidup sehat sendiri adalah hidup yang bebas dari semua masalah rohani (mental) ataupun masalah jasmani (fisik). Hidup sehat bisa diartikan sebagai seseorang yang hidup sehat secara fisik dan psikis tanpa ada masalah kesehatan sedikit-pun. Yang mana dilakukan oleh 39.8 % populasi rumah tangga di Indonesia berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Kesehatan Indonesia pada tahun 2018, ada beberapa langkah yang dilakukan oleh rumah tangga tersebut. Diantaranya berolahraga secara teratur, rutin meminum air putih secara rutin, dan mengonsumsi makanan yang kaya serat dan bergizi.

Melihat keterkaitan antara *vegetarian* dan gaya hidup sehat terutama di Kota Batam. Penulis menemukan bahwa restoran *vegetarian* Loving Nature Fortunate Coffee menarik untuk diteliti karena restoran tersebut merupakan salah satu restoran yang sering turut berpartisipasi dalam mempopulerkan gaya hidup sehat sekaligus mempromosikan gaya hidup *vegetarian*. Penulis sendiri sudah melakukan survei terhadap tempat yang akan diteliti dan akan melakukan penelitian sesuai dari tanggal yang tertera dibawah ini :

Bulan Oktober 2023						
M i n g g u	S e n i n	S e l a s a	R a b u	K a m i s	J u m a t	S a b t u
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	N o v	N o v	N o v	N o v

Loving Nature Fortunate Coffee merupakan salah satu dari banyak cabang Loving Nature Fortunate Coffee yang ada di Indonesia, dan juga keberadaan dari Loving Nature Fortunate Coffee ini juga sudah tersebar di banyak negara, seperti Hong Kong, Korea, Singapura, Thailand dan Indonesia. Untuk daerah Batam restoran Loving Nature Fortunate Coffee beralamat di blok G Ruko Orchard Soho, Jl. Orchard Boulevard No.20-21, Belian, Batam Kota, Batam City, Kepulauan Riau 29464.

Perlu digarisbawahi bahwa jenis *vegetarian* yang diyakini di restoran Loving Nature Fortunate Coffee adalah aliran kepercayaan agama Buddha yang diyakini di Maha Vihara Duta Maitreya yang juga merupakan agama Penulis dalam penelitian ini. *Vegetarian* yang diyakini oleh pemeluk agama Buddha Maitreya dalam memilih gaya makan mereka adalah bahwa mereka boleh mengonsumsi produk turunan daripada susu dan memakan telur. Namun dalam kepercayaan ini, para pemeluk tidak diperbolehkan mengonsumsi daging hewan apapun dan bawang di dalam lingkungan vihara dan menyarankan untuk semua pemeluknya untuk turut melakukannya diluar lingkungan vihara juga.

Gambar 1.3 Maha Vihara Duta Maitreya



Dalam konteks ini, penelitian ini akan melibatkan survei dan analisis data untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap makanan *vegetarian*. Hasil penelitian ini diharapkan

dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan strategi pemasaran dan edukasi yang bertujuan untuk mendorong gaya hidup sehat dan berkelanjutan melalui pola makan *vegetarian*. Melihat latar belakang ini, penulis membuat penelitian dengan judul “Analisis Gaya Hidup *Vegetarian* dan Kesadaran Kesehatan terhadap Minat Beli Konsumen di Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Batam”

METODE

Metode Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang akan menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (V. Wiratna Sujarweni, 2014).

Penulis memilih menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data yang didapatkan akan diolah nantinya menjadi data rasio yang menjadi fokus daripada penelitian ini untuk melihat keterkaitan antar variabel yang diteliti. Dan juga Penulis akan melakukan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif yang dimana dalam pendekatan penelitian ini, rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial akan diteliti secara menyeluruh.

Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat *post-positivisme*. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2013).

3.1. Populasi dan Sampel Data

3.1.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini akan menggunakan populasi berupa para konsumen yang mendatangi restoran *vegetarian* Loving Nature Fortunate Coffee yang akan dikumpulkan melalui *google forms* sebagai pengumpul sampel data yang relevan terhadap penelitian ini, yang dimana berdasarkan data yang Penulis dapatkan dari karyawan restoran *vegetarian* Loving Nature Fortunate Coffee, populasi tamu yang datang ke restoran selama bulan September adalah sebanyak 1000 tamu.

3.1.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya

karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2013). Jenis sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah: apakah orang tersebut adalah seseorang yang menjalankan gaya hidup vegetarian, umur, pekerjaan, Pendidikan terakhir, serta frekuensi kunjungan ke restoran.

Teknik sampling data yang akan digunakan adalah *Probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random, sampling area (cluster)*(sampling menu rut daerah) (Sugiyono, 2013). Dan teknik yang akan digunakan penulis adalah pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *simple random sampling* yang artinya adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Banyaknya populasi sampel dalam penelitian ini akan dicari dengan rumus *Slovin*.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Secara sistematis, rumus *slovin* ditulis dengan $n = N/(1 + (N \times e^2))$. Dalam rumus tersebut terlihat unsur- unsur rumus seperti n, N dan e.

Berikut adalah penjelasannya :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

1 = konstanta

e = persen kelonggaran ketidak-telitian(10%)

Sampel yang diambil dari waktu penelitian adalah :

$$\begin{aligned} n &= 1000/(1+1000 \times (10\%)^2) \\ &= 1000/(1+1000 \times 0.01) \\ &= 1000/11 = \underline{90.909} \end{aligned}$$

Dan ukuran sampel penelitian yang disasar oleh Penulis adalah 100 responden untuk pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan di *link google forms* yang nantinya akan diberikan kepada konsumen daripada restoran Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Batam.

3.2. Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.2.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Penelitian ini memiliki variabel independen dan variabel dependen. Operasionalisasi variabel digunakan agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk variabel yang diteliti.

Variabel dibawah ini merupakan definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini.

Variabel	Indikator	Skala
Vegetarian (X ₁)	1. Baik untuk kesehatan 2. Berat badan ideal 3. Sehat lebih lama 4. Kesehatan kulit 5. Lebih berenergi	Ordinal
Kesadaran Kesehatan(X ₂)	1. Kesadaran pasif 2. Kesadaran aktif	Ordinal
Minat Beli (Y)	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	Ordinal

1. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat dan nilainya tidak tergantung pada variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel independent yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. *Vegetarian (X₁)* : *vegetarian* adalah cara makan yang tidak lagi mengonsumsi makanan berbasis hewan. Namun, terkadang ada pengecualian untuk telur (*ovo*) dan/ atau produk susu dan turunannya seperti keju, *youghurt*, dan krim (*lacto*). *Vegan* adalah cara makan yang tidak lagi mengonsumsi makanan berbasis hewan, termasuk juga tidak makan telur, dan/ atau produk susu dan turunannya seperti keju, *youghurt*, dan krim (Navita, 2016).

b. *Kesadaran Kesehatan (X₂)* : Kesadaran kesehatan adalah suatu kepedulian dan perhatian untuk menjadi lebih baik dan termotivasi dalam memperbaiki, mempertahankan, menjaga kesehatan dan kualitas hidup dengan menerapkan pola hidup sehat (Michaelidou & Hassan, 2008).

2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang diukur untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas

a. *Minat Beli (Y)* : Menurut Alan Charlesworth (Alan Charlesworth, 2018) minat beli adalah minat konsumen yang dapat diukur melalui tindakan konsumen

secara daring seperti situs web yang dikunjungi, istilah pencarian yang digunakan di mesin pencari, produk yang dilihat dan dibeli atau dibeli secara langsung, diskusi di media sosial pelanggan, semua hal tersebut menunjukkan minat beli.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

3.2.2. Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini Penulis akan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat. Skala ini digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan. Biasanya pertanyaan yang dipakai untuk penelitian disebut variabel penelitian dan ditetapkan secara spesifik.

Nama skala *likert* diambil dari nama penciptanya, yakni Rensis Likert yang merupakan seorang ahli psikologi sosial dari Amerika Serikat. Tingkat persetujuan yang dimaksud adalah skala *Likert* 1-5 pilihan, dengan gradasi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS), berikut ini tingkatannya :

Tabel 3.2. Skala *Likert*

3.2.3. Jenis Data

Jenis data yang ada dalam penelitian ini adalah data Kuantitatif.

Keterangan	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.3. Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data pertama yang akan dilakukan oleh Penulis adalah melalui kuesioner. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner ini nantinya akan dilakukan melalui *platform goggle forms* guna untuk mengetahui jawaban daripada responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang relevan terhadap penelitian ini.

3.3.2. Wawancara

Teknik pengumpulan data kedua yang akan dilakukan Penulis adalah melakukan wawancara. Pengertian daripada Wawancara itu sendiri adalah proses komunikasi atau berinteraksi dengan tanya jawab antar penulis dengan informan atau narasumber. Dengan perkembangan teknologi masa kini, wawancara tidak harus dilakukan dengan tatap muka, yakni

melalui media telekomunikasi yang tersedia misalnya telepon genggam.

3.3.3. Observasi

Teknik pengumpulan data ketiga yang akan dilakukan Penulis adalah melakukan observasi. Teknik pengumpulan data dengan observasi ini dilakukan dengan menggunakan panca-indra (Penglihatan, penciuman, pendengaran) untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil daripada observasi itu sendiri adalah berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi, atau suasana tertentu, dan perasaan seseorang. Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran riil/nyata suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian

3.3.4. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data keempat yang akan dilakukan oleh Penulis adalah melakukan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dokumentasi dilakukan guna memperoleh informasi-informasi pelengkap dari media cetak maupun media elektronik yang digunakan untuk memperkaya karya ilmiah penelitian yang biasa dapat berupa surat pelengkap, foto-foto, arsip dan lain-lain.

3.4. Teknik Analisis Data

3.4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada.

3.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian data yang dilakukan oleh Penulis untuk mengukur seberapa jauh dengan benar hasil data yang bisa diukur dari teori yang ada dan juga ukuran lain dari konsep serupa.

3.4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian data yang dilakukan oleh Penulis untuk memeriksa konsistensi hasil sepanjang waktu penelitian, di berbagai tempat dan peneliti, dan di seluruh bagian dari uji itu sendiri.

3.4.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan proses dimana Penulis memenuhi persyaratan untuk mengisi persyaratan statistik pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS) yang akan dilakukan peneliti.

1. Uji Normalitas.

Uji normalitas adalah pengujian dimana Penulis menguji apakah sebaran data yang didapatkan dari populasi merupakan data yang normal. Data yang normal memiliki kekhasan

seperti mean, median dan modusnya memiliki nilai yang sama. Pengujian normalitas data yang didapatkan nantinya akan diuji kembali menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (*Kolmogorov-Smirnov Test*) dengan melihat signifikansi dari residual yang dihasilkan dan pendekatan grafik normal *probability plot*.

2. Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian dimana Penulis akan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

3. Uji Multikolinieritas.

Uji Multikolinieritas adalah pengujian dimana Penulis akan melihat apakah terdapat dua atau lebih variabel bebas yang berkorelasi secara linier. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (*tolerance value*) atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas *tolerance* > 0,10 dan batas VIF < 10,00, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel bebas.

3.4.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas/ *response* (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/ *predictor* (X1, X2,...Xn). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/ *response* (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/ *predictor* (X1, X2,..., Xn) diketahui.

1. Uji Pengaruh Parsial (Uji-t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji parsial ini dilakukan dengan membandingkan nilai α (*alpha*) dengan nilai *p-value*. Apabila nilai *p-value* < α (0,05), maka H0 ditolak. Sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh parsial antara variabel independen dengan variabel dependen, dan sebaliknya.

2. Uji Pengaruh Serempak (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara simultan dalam menerangkan variabel dependen. Uji simultan ini dilakukan dengan membandingkan nilai α (*alpha*) dengan nilai *p-value*. Apabila nilai *p-value* < α (0,05), maka H0 ditolak. Sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen, dan sebaliknya.

Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam proses analisis data dimana Penulis akan menyajikan data yang telah diperoleh dengan cara disusun dan dikelompokkan menggunakan cara tertentu. Kesimpulan dapat diletakkan di akhir atau sebagai penutup sehingga pembaca dapat menemukan kesimpulan dari seluruh penelitian.

3.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan di restoran *vegetarian* Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Batam selama bulan Oktober hingga bulan November dalam guna mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam menulis tugas akhir yang dilakukan Penulis.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Gaya Hidup Vegetarian Terhadap Minat Beli Konsumen

Hasil daripada penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup vegetarian berpengaruh terhadap minat beli konsumen dalam membeli produk-produk yang berbasis vegetarian. Ini menggambarkan bahwa ketika seseorang sudah menjalankan gaya hidup vegetarian dalam kehidupan sehari-harinya maka orang tersebut akan lebih cenderung untuk membeli produk-produk makanan yang berbasis vegetarian.

Seorang vegetarian umumnya dianggap sebagai orang yang tidak makan daging. Meskipun kriteria sederhana seperti itu mungkin tampak masuk akal, namun realitas sosial yang mendasarinya jauh lebih kompleks. Seorang vegan menghindari konsumsi semua produk hewani (misalnya tanpa daging, susu, telur, madu) dan menghindari penggunaan produk yang berasal dari hewan (misalnya tanpa kulit), lacto-vegetarian (vegetarian yang mengonsumsi produk susu), ovo-vegetarian (vegetarian yang mengonsumsi telur), dan pesco vegetarian (vegetarian yang makan ikan) tidak terlalu membatasi.

2. Pengaruh Kesadaran Kesehatan Terhadap Minat Beli Konsumen

Hasil daripada penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan berpengaruh terhadap minat beli konsumen dalam membeli produk-produk yang berbasis vegetarian. Ini menggambarkan bahwa ketika seseorang melek terhadap kesehatannya maka orang tersebut akan lebih cenderung untuk membeli produk-produk makanan yang berbasis vegetarian.

Kesadaran kesehatan dapat didefinisikan sebagai kepedulian individu dengan kesehatannya. Konsumen yang lebih sadar kesehatan mungkin menyadari bahwa asupan makanan yang dikonsumsi dapat mempengaruhi kesehatan mereka. Hal ini dapat membuat mereka menyukai makanan yang sehat dan alami serta

lebih bersedia untuk memilih makanan yang lebih sehat yaitu dengan membeli sayuran organik.

3. Pengaruh Gaya Hidup Vegetarian dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Minat Beli Konsumen

Hasil daripada penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup vegetarian dan kesadaran kesehatan berpengaruh terhadap minat beli konsumen dalam membeli produk-produk yang berbasis vegetarian. Ini menggambarkan bahwa seseorang yang menerapkan gaya hidup vegetarian dan melek terhadap kesehatannya maka orang tersebut akan lebih cenderung untuk membeli produk-produk makanan yang berbasis vegetarian.

SIMPULAN

Dengan melihat hasil data yang didapatkan melalui penelitian ini, maka bisa ditarik kesimpulan :

Variabel Gaya Hidup Vegetarian (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di restoran Loving Nature Fortunate Coffee. Terlihat dari T hitung (3.980) > T tabel (1.660391) yang berarti variabel Gaya Hidup Vegetarian memiliki andil dalam mempengaruhi minat beli konsumen di restoran Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Batam.

1. Variabel Kesadaran Kesehatan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di restoran Loving Nature Fortunate Orchard Batam. Terlihat dari T hitung (6,130) > T tabel(1.660391) yang berarti variabel Kesadaran Kesehatan memiliki andil dalam mempengaruhi minat beli konsumen di restoran Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Batam.
2. Variabel Gaya Hidup Vegetarian (X1) dan variabel Kesadaran Kesehatan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di restoran Loving Nature Fortunate Orchard Batam. Terlihat dari F hitung (332.457) > F tabel (3.09) yang berarti variabel Gaya Hidup Vegetarian (X1) dan variabel Kesadaran Kesehatan (X2) mempunyai andil dalam mempengaruhi minat beli konsumen di restoran Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Batam.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan di atas, Penulis akan memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan memajukan restoran Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Batam, sebagai berikut :

1. Seiring dengan perkembangan trend dari makanan-makanan yang di konsumsi oleh masyarakat, restoran Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Batam harus bisa membuat produk-produk makanan yang berbasis vegetarian yang mampu menarik para pelanggan untuk datang mengonsumsi inovasi-inovasi makanan yang telah dibuat itu.
2. Lebih sering untuk mempromosikan gaya hidup vegetarian agar kalangan masyarakat awam yang

kurang paham dengan konsep gaya hidup vegetarian tertarik menjadi seorang yang menerapkan gaya hidup vegetarian tersebut.

3. Kepada peneliti berikutnya, hendaknya diperluas cakupan penelitian yang akan dilakukan untuk lebih memahami tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen di restoran Loving Nature Fortunate Coffee Orchard Batam

DAFTAR PUSTAKA

- Alan Charlesworth. (2018). *Digital Marketing: A Practical Approach*. (Alan Charlesworth (ed.); 3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315175737>
- Assail, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*.
- Ayu Putri, M., & Pantro Sukma, R. (2023). *Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Peran Mediasi Minat Belidi Mattea Social Space*. 7(2), 1–12.
- Chan, S. H. G., & Chau, K. Y. (2021). *Cultural Differences between Asians and Non-Asians affect Buying Attitudes and Purchasing Behaviours towards Green Tourism Products*. *Journal of Service Science and Management*, 14(03), 241–261. <https://doi.org/10.4236/jssm.2021.143015>
- Faiz, A., Yudhya, T. B., & Mulyana, A. (2023). *Effects Of Health Promotion On Social Media Instagram Towards*. 8(1), 61–72.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hetty Karunia Tanjungsari. (2018). *Pengaruh Kesadaran Kesehatan dan Produk Makanan Terhadap Minat Beli Restoran Vegetarian dengan Variable Moderasi Religiusutas di Indonesia*. 1, 1–14.
- Jordy, B., & Laksmidewi, D. (2022). *Faktor-faktor pendorong intensi membeli produk vegan*. *Manajemen Maranatha*, 22(1), 53–64. <https://doi.org/10.28932/jmm.v22i1.5162>
- Mailoa, S.; H. W.; H. (2008). *Diet Enak Ala Vegetarian*. Penebar Plus in Jakarta.
- Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). *The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions towards Organic Food*. 282.
- Muammar, M. D. (2015). *Pengaruh Kesadaran Lingkungan dan Kesehatan Terhadap Perilaku Pro-Lingkungan Masyarakat Bukit Duri Jakarta*. Skripsi

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 1–125.

Navita, S. (2016). Hati Yang Gembira adalah Obat (B. N. Yunartha & S. Sani (eds.)). B first (PT Bentang Pustaka).

Nezlek, J. B., & Forestell, C. A. (2020). Vegetarianism as a social identity. *Current Opinion in Food Science*, 33, 45–51.
<https://doi.org/10.1016/j.cofs.2019.12.005>

Pebrianti, W., & Rosalin, I. (2021). Pengaruh Kesadaran Kesehatan dan Perceived Barriers terhadap Attitude Toward Organic Food dan Dampaknya terhadap Minat Beli. *Cakrawala Management Business Journal*, 4(1), 822–834.

Rejeki, S. (2015). Ya, Saya Vegetarian. *Familia*(Grup Relasi Inti Media, Anggota IKAPI).

Rudianto, Z. N. (2022). Pengaruh Literasi Kesehatan Terhadap Kesadaran Kesehatan Mental Generasi Z Di Masa Pandemi. *Jurnal Pendidikan Kesehatan*, 11(1), 57.
<https://doi.org/10.31290/jpk.v11i1.2843>

Saddha Yohandi, Yuliana, Arwin, Lisa, & Ivone. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 182–186.
<https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.451>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Alfabeta (ed.); 19th ed.). ALFABETA.

V. Wiratna Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami* / V. Wiratna Sujarweni .2014.