



MEMBONGKAR PILIHAN GEN Z: Bagaimana Kualitas, Kesadaran Kesehatan, dan Harga Menentukan Kepuasan Pada Makanan Tradisional

Daniel Grace Christiawan^{1*}, Rahmi Yuliana², Irya Nan Terasa³

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang

^{2,3} Universitas BPD

*danielgrace@stiesemarang.ac.id

Riwayat Artikel

Received :09 November 2025

Revised : 20 November 2025

Accepted :31 November 2025

Abstraksi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kesadaran kesehatan, dan harga terhadap kepuasan pembelian pada konsumen Gen Z dalam pembelian makanan tradisional di Kota Semarang. Fenomena meningkatnya kesadaran kesehatan pasca pandemi serta perubahan pola konsumsi menjadi dasar pentingnya penelitian ini. Sampel penelitian berjumlah 100 responden Gen Z yang diperoleh melalui teknik purposive sampling, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner online. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa model penelitian layak digunakan, dibuktikan melalui uji simultan (F-test) yang menghasilkan nilai F hitung = $52,914 > F$ tabel = 2,70 dengan signifikansi $< 0,001$, menandakan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian. Model juga memiliki kekuatan penjelasan yang baik dengan nilai Adjusted $R^2 = 0,611$, yang berarti bahwa 61,1% variasi kepuasan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk, kesadaran kesehatan, dan harga.

Secara parsial, variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung = $0,940 < t$ tabel = 1,98498 dan nilai signifikansi $0,349 > 0,05$, sehingga $H1$ ditolak. Sebaliknya, variabel kesadaran kesehatan memberikan pengaruh paling kuat dengan nilai t hitung = $6,807 > 1,98498$ dan signifikansi $< 0,001$, menandakan bahwa kesadaran kesehatan berperan penting dalam menciptakan kepuasan pembelian makanan tradisional pasca pandemi.

Variabel harga juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian, dengan nilai t hitung = $3,609 > 1,98498$ dan signifikansi $< 0,001$, sehingga $H3$ diterima. Selain itu, nilai koefisien regresi menunjukkan besar pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan pembelian, yaitu kualitas produk ($\beta = 0,046$), kesadaran kesehatan ($\beta = 0,490$), dan harga ($\beta = 0,197$). Temuan ini menegaskan bahwa kesadaran kesehatan dan persepsi harga yang kompetitif menjadi faktor dominan yang membentuk kepuasan pembelian Gen Z terhadap makanan tradisional di Kota Semarang.

Kata Kunci

kualitas produk, kesadaran kesehatan, harga, kepuasan pembelian, Gen Z, makanan tradisional.

Abstract.

This study aims to analyze the influence of product quality, health consciousness, and price on purchase satisfaction among Generation Z consumers of traditional foods in Semarang City. The increasing health awareness after the Covid-19 pandemic and shifts in consumption patterns serve as the foundation for this research. A total of 100 respondents were selected using purposive sampling, and data were collected through an online questionnaire. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS.

The results of the regression analysis show that the research model is feasible, as evidenced by the simultaneous test (F-test) which obtained $F\text{-value} = 52.914 > F\text{-table} = 2.70$ with a significance level of < 0.001 , indicating that all independent variables jointly influence purchase satisfaction. The model also has strong explanatory power, with an Adjusted R^2 value of 0.611, meaning that 61.1% of the variation in purchase satisfaction is explained by product quality, health consciousness, and price.

Partially, product quality does not significantly influence purchase satisfaction. This is indicated by a $t\text{-value} = 0.940 < t\text{-table} = 1.98498$ and a significance value of $0.349 > 0.05$, leading to the rejection of H1. In contrast, health consciousness shows the strongest effect with a $t\text{-value} = 6.807 > 1.98498$ and a significance level < 0.001 , demonstrating that health awareness plays a crucial role in shaping satisfaction toward traditional foods in the post-pandemic era.

The price variable also significantly influences purchase satisfaction, supported by a $t\text{-value} = 3.609 > 1.98498$ and significance < 0.001 , thus accepting H3. The regression coefficients further indicate the magnitude of influence for each variable—product quality ($\beta = 0.046$), health consciousness ($\beta = 0.490$), and price ($\beta = 0.197$). These findings confirm that health awareness and competitive price perception are the dominant factors driving purchase satisfaction among Gen Z consumers of traditional foods in Semarang City.

Keywords:

product quality, health consciousness, price on purchase satisfaction, Gen Z, traditional foods

PENDAHULUAN

Makanan tradisional telah terbentuk dari proses evolusi yang berlangsung selama bertahun-tahun, di mana terjadi adaptasi antara makanan yang dikonsumsi dengan berbagai jenis bahan makanan yang tersedia dan pola aktivitas yang dilakukan oleh penduduk setempat pada waktu itu. Di masa lampau, orang-orang memiliki kebiasaan makan tradisional sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari yang masih sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai tradisional serta suasana yang santai dan nyaman. Namun seiring perubahan zaman menuju modern dan serba teknologi yang berkembang pesat pada saat ini telah membawa perubahan besar dalam pola makan masyarakat secara keseluruhan. Di zaman modern ini, pilihan makanan pun ikut berubah. Kebutuhan masyarakat yang terus meningkat menyebabkan produk pengolahan pangan semakin bertumbuh. Salah satu pilihan bagi masyarakat perkotaan khususnya Gen Z yang aktif beraktivitas yakni memilih mengkonsumsi makanan modern (*fast food*) (Mufidah, 2014).

Generasi Z merupakan generasi yang lahir dalam rentang tahun (1997-2012) berdasarkan Data Sensus Penduduk 2020 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia. Generasi Z atau Gen

Z merupakan generasi terbanyak dibandingkan Generasi Milenial maupun Generasi X. Hasil sensus 2020 mencatat bahwa dari 270,22 juta penduduk di Indonesia, Generasi Z menempati urutan tertinggi yaitu sebesar 27,94% dari keseluruhan penduduk di Indonesia. Generasi ini diproyeksikan akan mendominasi keseluruhan tenaga kerja Indonesia pada tahun 2025, dengan jumlah yaitu sebesar 77% (Utami & Siswanto, 2021). Beragam faktor dapat mempengaruhi minat sebagian masyarakat akan makanan tradisional Indonesia, antara lain perubahan gaya hidup, perubahan sosial dan budaya, perkembangan ekonomi dalam kehidupan masyarakat, serta kebiasaan masyarakat makan di luar, dan terus menerusnya potongan harga dan penyediaan makanan luar negeri di berbagai kota besar pun menjadi salah satu alasan yang membuat masyarakat lebih memilih makanan luar negeri dibandingkan makanan kita sendiri.

Beberapa penelitian membuktikan bahwa makanan tidak sehat, seperti makanan kaya lemak jenuh dan sedikit serat, ditambah jarang berolahraga dapat meningkatkan risiko dalam mengalami berbagai penyakit seperti penyakit jantung, hipertensi, diabetes, dan resiko kanker. Namun ternyata makanan yang dikonsumsi tidak hanya berpengaruh pada terjadinya penyakit, tapi juga berpotensi dalam menjaga kesehatan mental (kemkes.go.id).



Gambar 1.

Konsumsi Makanan Tradisional Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya

Sumber : media.neliti.com

Penelitian Priskila Adiasih (2015) tentang persepsi terhadap makanan tradisional Jawa Timur merupakan penelitian pada kalangan mahasiswa perguruan tinggi swasta di Surabaya dan hasilnya menunjukkan bahwa persentase mahasiswa yang berkunjung ke berbagai daerah di Surabaya mengkonsumsi makanan tradisional. Di wilayah Surabaya Barat, pengunjung yang mencari makanan tradisional sebagian besar adalah perempuan sebesar 75%. Sementara itu, hanya 25% laki-laki yang berkunjung ke Surabaya Barat. Di wilayah Surabaya Selatan pun didominasi dengan perempuan yang memilih makanan tradisional. 76% pelanggan makanan tradisional di Surabaya Selatan yaitu perempuan, sedangkan 24% adalah laki-laki. Dibandingkan dua wilayah pertama, wilayah Surabaya tengah seperti Rawon Setan lebih banyak dikunjungi wisatawan laki-laki yaitu sebesar 57%, sedangkan proporsi wisatawan perempuan hanya 43%. Makanan tradisional di wilayah Surabaya Timur didominasi oleh konsumen perempuan sebesar 58%, sedangkan konsumen laki-laki hanya sebesar 42%.

Hal ini didukung oleh hasil survei yang dilakukan (Gabriella Arcese,2020) tentang *“The role of traditional aspects, health consciousness and environmental concerns in Italian agri- food consumption during Covid-19”* menyatakan konsumen selama pandemi menjadi sadar kesehatan dan lebih memperhatikan keamanan pangan dengan membeli produk segar dan sehat, tanpa bahan pengawet, dan memantau nilai gizi, selama bulan-bulan darurat kesehatan ini, konsumen Italia lebih memilih membeli produk khas daerahnya yang mengikuti tradisi kuliner, yang berarti makanan tradisional mengalami peningkatan yang signifikan pasca pandemi.

Sedangkan hasil penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Galuh Putri Hardikna Sempati (2017) tentang “Persepsi dan perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern pada Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta” menghasilkan data persepsi remaja terhadap makanan tradisional lebih rendah dibandingkan persepsi remaja terhadap makanan modern yang berarti makanan tradisional tidak signifikan terhadap kepuasan pembelian.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas produk (*Product Quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pembelian (*Purchase Satisfaction*)

Kualitas produk adalah suatu konsep yang mencakup berbagai karakteristik dan atribut suatu barang atau jasa yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas suatu produk dapat dikatakan baik jika kualitas produknya baik dan bahannya juga berkualitas baik, karena kualitas produk tersebut memenuhi harapan pelanggan dan menimbulkan rasa kepuasan konsumen terhadap produk yang digunakannya. Karena kesenangan Pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu organisasi baik dalam bidang jasa maupun barang, sehingga produsen tidak selalu dapat memuaskan pelanggannya (Candrianto, 2021). Cahyani & Sitohang (2016) melakukan penelitian mengenai kualitas produk dengan judul Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

H1: *Kualitas produk* berpengaruh positif terhadap *Kepuasan pembelian*, sehingga semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan pembelian konsumen

Kesadaran kesehatan (*Health Consciousness*) berpengaruh terhadap kepuasan pembelian (*Purchase Satisfaction*)

Kesadaran kesehatan atau kesadaran kesehatan adalah konsep yang merujuk pada sejauh mana individu memperhatikan dan terlibat dalam menjaga kesehatan mereka. mereka. Meliputi berbagai aspek termasuk memahami pentingnya kesehatan, motivasi untuk menerapkan gaya hidup sehat, dan tindakan pencegahan yang diambil untuk meningkatkan kualitas hidup. Kesadaran kesehatan mengacu pada tingkat perhatian yang diberikan seseorang terhadap kesehatan mereka dalam aktivitas sehari-hari, seperti pembelian makanan yang dimotivasi oleh alasan kesehatan dan keamanan produk. Iman dkk.,(2021);Sobhani Dkk. (2018) Konsumen peduli terhadap kesehatan mereka dan nilai gizi makanan. Kepedulian terhadap kesehatan pribadi mendorong konsumen untuk membeli produk sehat, dan mereka bersedia membeli makanan yang membantu meningkatkan kesehatan mereka (Tan *et al.*, 2021). Faktanya, penelitian Khoerul komar (2021) yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Product Knowledge Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian”. Penelitian ini menyatakan bahwa *kesadaran kesehatan* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2: *Kesadaran kesehatan* berpengaruh positif pada *Kepuasan pembelian*, sehingga semakin persepsi kesadaran kesehatan konsumen selalu positif maka akan meningkatkan kepuasan pembelian

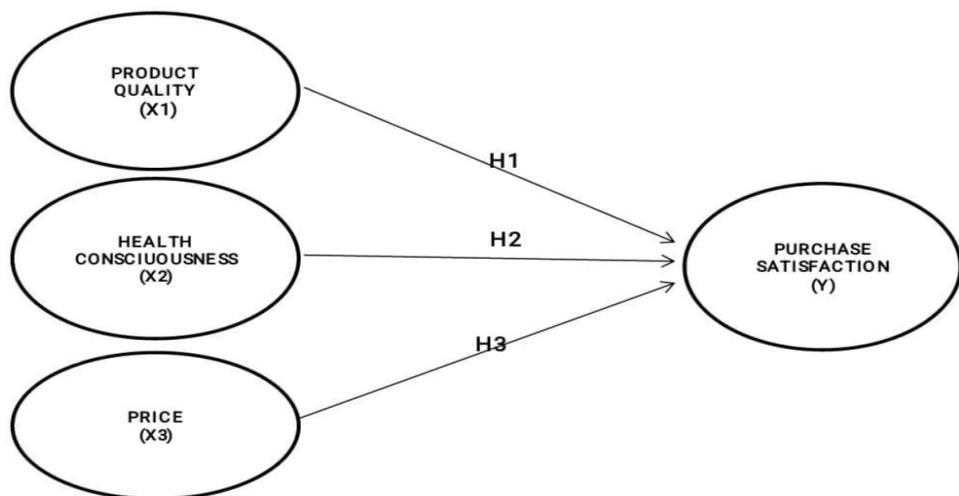
Harga (*Price*) berpengaruh terhadap kepuasan pembelian (*Purchase Satisfaction*)

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, yang mana dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan mereka untuk membeli suatu produk. Harga yang ditawarkan oleh perusahaan mewakili harga yang berbeda untuk pelanggan tertentu. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018), persepsi harga adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang terkait dengan manfaat dan kualitas produk. Sering kali, pelanggan beranggapan jika suatu produk memiliki kualitas tinggi, maka produk tersebut pasti berkelas tinggi. harga pembelian dan sebaliknya. Harga yang ditawarkan merupakan elemen yang harus dipertimbangkan oleh calon konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian. Menurut Karina & Dhuha (2024), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Point Coffee di Kebon Besar Tangerang” hasil penelitian yang diuji menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pembelian. Oleh karena itu persepsi harga merupakan elemen yang dapat mempengaruhi kepuasan pembelian. Hal ini didukung oleh beberapa peneliti yaitu (Juniantara dan Sukawati, 2018; Pratiwi et al., Tahun 2021; Sohel Rana dll. Bahasa Indonesia: 2015; Naibaho dll. Bahasa Indonesia: , 2020; Kualitas dan lain-lain. , 2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pembelian. Oleh karena itu, kami mengajukan hipotesis berikut:

H3: *Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan pembelian*, sehingga ketika harga yang sebanding akan meningkatkan kepuasan pembelian konsumen makanan tradisional

Model Pemikiran

Model penelitian menggambarkan bagaimana hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian , meliputi variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan pembahasan terdapat tiga variabel independen yaitu kualitas produk (X1), kesadaran kesehatan (X2), harga (X3) dan variabel dependen kepuasan pembelian (Y).



Gambar 2.
Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Generasi Z asal Kota Semarang yang memilih makanan tradisional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Metode ini digunakan karena dalam penentuan sampel penelitian akan

diperhatikan beberapa pertimbangan khusus dengan tujuan agar data yang diperoleh lebih spesifik dan akurat. Kriteria pemilihan dalam penelitian ini adalah responden yang membeli makanan tradisional, khususnya Generasi Z. di kota Semarang.

Karena populasi Generasi Z di Kota Semarang tidak diketahui, maka untuk mendapatkan jumlah sampel akan digunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2017), berikut rumus Cochrannya:

$$n = \frac{z^2(p)(q)}{e^2}$$

Gambar 3. Rumus Cochran

Sumber : statisticshowto.com

Keterangan :

n : adalah ukuran sampel yang diperlukan.

Z : adalah nilai kritis dari distribusi normal standar (biasanya 1,96 untuk tingkat signifikansi 5%).

p : proporsi dari karakteristik tertentu (jika tidak diketahui, dapat digunakan p= 0.5 untuk mendapatkan ukuran sampel maksimum)

q : 1-p

e : adalah margin kesalahan yang diinginkan 10% (jarak antara titik tengah interval kepercayaan dan batas-batas interval kepercayaan).

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

Berdasarkan rumus di atas, maka : n = 96,04

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini berjumlah 100 responden. Karena didapatkan hasil 96.04 maka dibulatkan 100 orang responden.

Penelitian ini mencakup dua jenis variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) (Syahputi et al., 2023). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Indikator

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Product Quality</i>	Kualitas produk merupakan suatu penilaian menyeluruh pelanggan terhadap kinerja suatu barang atau jasa. (Sudaryono, 2016)	Menurut (Kotler dan Keller 2017) dengan penyesuaian: 1. Ciri khas atau bentuk 2. Fitur 3. Daya tahan 4. Kemampuan perbaikan 5. Kualitas konsisten	Skala likert 1-5
<i>Health Consciousness</i>	Kesadaran kesehatan didefinisikan sebagai sikap di mana orang memahami pentingnya kesehatan dalam pola makan dan gaya hidup mereka. (Yang.,et al 2014)	Menurut (Hong ,2009) dengan penyesuaian : 1. Kesadaran kesehatan diri 2. Tanggung jawab pribadi 3. Motivasi kesehatan	Skala likert 1-5

<i>Price</i>	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan pelanggan (konsumen) untuk menikmati manfaat yang akan digunakan. (Musfar, 2020)	Menurut (Kotler philip & Armstrong 2008) dengan penyesuaian :	Skala likert 1-5
<i>Purchase Satisfaction</i>	Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi pembeli, di mana alternatif yang dipilihnya minimal sama dengan atau melebihi harapan pelanggan, sehingga dapat dikatakan bahwa sistem pengendalian manajemen dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif tambahan untuk evaluasi kepuasan pelanggan. (Faradina, 2016)	Menurut (Hermanto & Nainggolan, 2020) dengan penyesuaian :	Skala likert 1-5

Sumber : data diolah dari beberapa jurnal, 2025

Dalam penelitian ini, data primer dan sekunder akan digunakan untuk mengetahui sebab akibat dari kuesioner dan referensi lainnya, sehingga penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data dari tanggapan responden mengenai variabel yang akan diteliti, meliputi kualitas produk, kesadaran kesehatan, dan harga. dan kepuasan konsumen dalam pembelian makanan tradisional. Kuesioner akan dibagikan kepada responden dengan pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti secara online.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas produk, kesadaran kesehatan dan harga) terhadap variabel terikat (kepuasan pembelian). Peneliti memilih menggunakan analisis regresi linier berganda karena jumlah variabel bebas lebih dari satu variabel. Sementara itu, penelitian ini menggunakan alat analisis data melalui perangkat lunak SPSS. Teknik pengujian dalam penelitian ini diawali dengan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji linier berganda, dan uji hipotesis yang berguna untuk melakukan penilaian. Sementara itu, berdasarkan penelitian terdahulu, dilakukan pengujian signifikansi antar variabel dependen secara simultan maupun parsial dengan uji-t, uji-f, dan koefisien determinasi R².

Menurut Sugiyono dalam (Hikmah dan Saputra, 2020), analisis statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa maksud untuk menarik kesimpulan. yang berlaku untuk masyarakat umum atau generalisasi.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel. menguji hipotesis ini digunakan statistik F. Ghazali (dalam Nanincova, 2019) menyatakan bahwa uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS dimana apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $t_{hitung} < 0,05$ maka disimpulkan bahwa variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi (R^2) atau R Square adalah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh suatu variabel independen dari variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 mendekati 1, ini berarti variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen lebih besar. Jika perhitungan nilai R^2 sama dengan 0, ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen.

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Objek Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarluaskan kuesioner online melalui Google Form selama kurang lebih 1 bulan. Pengolahan data penelitian ini menggunakan program SPSS. Peneliti memperoleh 104 respon dari jumlah sampel minimal yang dipersyaratkan yaitu 100. Dari 104 kuesioner yang diterima peneliti, terdapat 4 kuesioner yang tidak memenuhi persyaratan, sehingga hanya 100 kuesioner yang dapat dijadikan data dan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Mengenai kriteria Kuesioner diisi oleh responden dari kota Semarang yang telah mengonsumsi makanan tradisional minimal dua kali. Berdasarkan kuesioner yang disebarluaskan, peneliti dapat mengidentifikasi empat deskripsi responden, yaitu jenis kelamin, usia, frekuensi konsumsi makanan tradisional, dan wilayah. Fitur-fiturnya dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Gambaran Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (persentase)
Jenis kelamin	Laki-laki	40 (40%)
	Perempuan	60 (60%)
Usia	12-16	30 (30%)
	17-21	28 (28%)
	22-27	42 (42%)
Frekuensi konsumsi makanan tradisional (minimal)	Setiap hari Seminggu sekali	28 (28%)
	Sebulan sekali	56 (56%)
	Daerah	16 (16%)
Daerah	Semarang tengah	16 (16%)
	Semarang timur	25 (25%)
	Semarang barat	19 (19%)
	Semarang selatan	22 (22%)
	Semarang utara	18 (18%)

Sumber: data kuesioner yang diolah, 2025

Melalui data-data tabel diatas secara umum dapat diperoleh gambaran mengenai responden dalam penelitian ini yaitu responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki dikarenakan memang untuk urusan memasak ataupun mencari makanan didominasi

oleh perempuan. Kemudian untuk karakteristik kedua yaitu usia didominasi responden dengan umur 22-27 tahun, dari usia responden dalam kategori ini pada umumnya memiliki pengetahuan, dan akrab mengenai komunikasi, media, dan teknologi digital (Budiaty dkk,2018). Ciri ketiga memiliki frekuensi konsumsi makanan tradisional minimal seminggu sekali, karena memang di Kota Semarang banyak makanan modern maupun cepat saji yang mudah didapatkan jadi responden tidak setiap hari dalam konsumsi makanan tradisional. Dan karakteristik terakhir yaitu daerah terbanyak responden berasal dari Kota Semarang bagian timur dan paling sedikit di bagian semarang utara karena lokasi kuliner makanan tradisional juga sangat mempengaruhi persentase.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk melakukan analisis jika dimiliki lebih dari satu variabel independent di dalam penelitian. Yang digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara variabel bebas yang lebih dari dua terhadap variabel terikat. Dalam analisis linier berganda menghasilkan nilai koefisiensi untuk setiap variabel. Berikut hasil analisis linier berganda:

Tabel 9. Regresi Linier Berganda & Uji-t

Model	Coefficients ^a					
	B	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	2,473	,871			2,840	,006
<i>Product Quality</i>	,046	,049		,076	,940	,349
<i>Health Consciousness</i>	,490	,072		,545	6,807	<,001
<i>Price</i>	,197	,055		,286	3,609	<,001

a. Dependent Variable: *Purchase Satisfaction*

Sumber : Data SPSS yang Diolah, 2025

$$Y = 2,473 + 0,046(X1) + 0,490(X2) + 0,197(X3)$$

1. Konstan (a) = 2,473 nilai konstan a memiliki nilai positif yang berarti kecenderungan pada variabel *Purchase Satisfaction* (Y) yang cukup baik. Jika semua variabel independen *Product Quality*(X1), *Health Consciousness*(X2), dan *Price*(X3) bernilai nol, maka *Purchase Satisfaction* makanan tradisional kota Semarang diperkirakan bernilai 2,473.
2. Nilai koefisien regresi *product quality* (b1) = 0,046 hasil ini diketahui bahwa ada hubungan yang positif antara *product quality* dengan *purchase satisfaction*. Dari hasil tersebut diketahui bahwa jika *product quality* dilakukan dengan baik maka akan membuat *purchase satisfaction* lebih meningkat.
3. Nilai koefisien regresi *health consciousness* (b2) = 0,490 hasil ini menjelaskan bahwa ada pengaruh yang positif antara *health consciousness* dengan *purchase satisfaction*. Dari hasil tersebut diketahui bahwa jika *health consciousness* akan mempengaruhi *purchase satisfaction* makanan tradisional pasca *Covid-19*.
4. Nilai koefisien regresi *price* (b3) = 0,197 hasil ini menyimpulkan bahwa terdapat

pengaruh hubungan yang positif antara *price* dengan *purchase satisfaction*. Dari hasil tersebut dapat diketahui jika *price* akan berpengaruh terhadap *purchase satisfaction* makanan tradisional.

Uji Variabel Parsial (Uji-t)

Uji-t ini digunakan sebagai cara untuk menentukan apakah variabel-variabel independen dalam penelitian ini apakah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individual atau parsial. Menggunakan cara membandingkan hasil t hitung dengan t tabel. H_0 ditolak apabila t hitung $>$ t tabel dan menandakan bahwa H_a diterima. Analisis t juga dilakukan dengan cara melihat angka probabilitas signifikansi $<0,05$; maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil perhitungan uji- t bisa dilihat pada (Tabel 9.Regresi Linier Berganda & Uji-t) :

Hasil data tabel uji-t dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel product quality (X1), memiliki t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel yaitu sebesar $0,940 < 1,98498$. Jika ditinjau dari angka probabilitas signifikansi maka variabel bebas Product quality (X1) memiliki nilai signifikansi yang lebih besar yaitu 0,349 dibandingkan dengan 0,05. Maka hipotesis pertama ditolak (H_0 diterima dan H_1 ditolak).
2. Variabel health consciousness (X2), memiliki t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu sebesar $6,807 > 1,98498$. Jika ditinjau dari angka probabilitas signifikansi maka variabel bebas health consciousness (X2) memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil yaitu 0,001 jika dibandingkan dengan 0,05. Maka hipotesis kedua diterima (H_0 ditolak dan H_2 diterima).
3. Variabel Price(X3), memiliki t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu sebesar $3,609 > 1,98498$. Jika ditinjau dari angka probabilitas signifikansi maka variabel bebas Price(X3) memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil yaitu 0,001 jika dibandingkan dengan 0,05. Maka hipotesis ketiga diterima (H_0 ditolak dan H_3 diterima).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan cara melakukan perbandingan terhadap R^2 , jika R^2 mendekati 1 maka nilai adjusted R^2 memiliki nilai positif dan mampu menggambarkan variabel dependen dan memiliki kategori baik. Hasil perhitungan uji determinasi (R^2) sebagai berikut ini :

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,789 ^a	,623	,611	1,15331

a. Predictors: (Constant), Price, Health Consciousness, Product Quality

b. Dependent Variable: Purchase Satisfaction

Sumber : data SPSS yang diolah, 2025

Berdasarkan analisis tersebut dapat diketahui jika nilai Adjusted R Square memiliki nilai 0,611 yang berarti variabel bebas memiliki kemampuan sebesar 61,1% dalam menjelaskan variabel dependen. Sisanya 38,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Satisfaction*

Hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini adalah bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pembelian. Berdasarkan hasil pengujian parsial *product quality* terhadap *purchase satisfaction* diperoleh nilai $sig = 0,349 > 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yaitu “diduga *Product Quality* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Satisfaction* makanan tradisional”. Ini berarti pernyataan **H1 ditolak**.

Kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas rasanya yang tidak konsisten, karena cara pengolahan dan bahan makanan tradisional memiliki cara yang khusus, ketika cara yang digunakan tidak sesuai dengan standar yang semestinya maka cita rasa yang dihasilkan tidak sesuai yang diharapkan oleh konsumen.

Selain cara pengolahannya, bahan yang digunakan dalam mengolah makanan tradisional juga sangat penting. Saat ini banyak penjual kuliner makanan tradisional mengurangi bahan yang semestinya ada dan diganti oleh bahan lain yang harganya lebih murah, tetapi dengan hal tersebut kualitas rasa khasnya pun mulai berkurang juga. Hal inilah yang menyebabkan *product quality* tidak berpengaruh terhadap *purchase satisfaction*.

Seperti penelitian oleh Eka Giovana & Eka Avianti (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Oto Bento villa nusa” dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembelian.

Pengaruh *Health Consciousness* terhadap *Purchase Satisfaction*

Berdasarkan hipotesis yang diujikan *health consciousness* terhadap *purchase satisfaction* diperoleh nilai $sig = 0,001 > 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu “*health consciousness* berpengaruh terhadap *Purchase Satisfaction* makanan tradisional”. Ini bererti pernyataan **H2 diterima**.

Health consciousness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase satisfaction* makanan tradisional pasca Covid-19 bisa dilihat dari persepsi konsumen bahwa makanan tradisional memotivasi untuk mendukung gaya hidup yang lebih sehat, dikarenakan bahan yang digunakan tidak menggunakan bahan pengawet.

Hal lain seperti sadarnya memperhatikan kesehatan pasca Covid-19 itu penting untuk mengantisipasi jika ada virus susulan atau sejenisnya maka memilih makanan sehat menjadi salah satu opsinya. Dengan hal itu menjadi pendukung bahwa *Health consciousness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase satisfaction* makanan tradisional.

Seperti penelitian (Khoerul Komar,2021) yang mengatakan bahwa *health consciousness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pembelian.

Pengaruh *Price* terhadap *Purchase Satisfaction*

Berdasarkan hipotesis yang diujikan *price* terhadap *purchase satisfaction* diperoleh nilai $sig = 0,001 > 0,05$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu “*Price*

berpengaruh terhadap *Purchase Satisfaction* makanan tradisional" artinya hasil tersebut dapat diterima kebenarannya bahwa **H3 diterima**.

Beberapa Faktor yang mendukung bahwa *price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase satisfaction* yaitu keterjangkauan harga makanan tradisional dibandingkan dengan makanan modern, harga yang relatif murah tentunya sangat krusial terhadap konsumen. Harga makanan tradisional tentunya mampu bersaing dengan harga makanan modern, faktor lain yang mendukung jika harga makanan tradisional sangat sebanding dengan manfaat yang diberikan, seperti bahan-bahan yang sehat dan segar tentunya akan memberikan manfaat bagi konsumen yang mengonsumsinya. Hal ini lah yang menjadi pendukung bahwa *price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase satisfaction*.

Seperti penelitian (Alvionita & Mayasari, 2022) mengenai harga yang sebanding mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dengan kepuasan pembelian.

KESIMPULAN

Product quality tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase satisfaction* pada produk makanan tradisional di Kota Semarang, dengan dilakukan penelitian ini usaha kuliner bisa memperbaiki kualitas produknya menjadi semakin baik lagi agar produk yang dipasarkan bisa dinilai secara objektif dan menimbulkan kepuasan pembelian konsumen.

Health consciousness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase satisfaction* untuk produk makanan tradisional di Kota Semarang, artinya kesadaran akan kesehatan ini membuat persepsi konsumen mengenai makanan tradisional itu penting bagi mereka, sehingga konsumen ada kepuasan dalam pembelian.

Price memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase satisfaction* untuk produk makanan tradisional di Kota Semarang, hal ini dapat dimanfaatkan bagi pengusaha kuliner untuk melakukan penyesuaian harga produk yang akan dipasarkan sehingga menjadi kompetitif, dengan itu makanan tradisional secara langsung akan meningkatkan kepuasan pembelian konsumen.

Saran dari penelitian ini hendaknya bagi yang memiliki usaha kuliner makanan tradisional agar bisa selalu meningkatkan terutama untuk kualitas produk, karena penelitian ini angka probabilitas signifikan variabel *product quality* (X1) tidak memiliki pengaruh yang positif secara parsial terhadap kepuasan pembelian konsumen, tak terkecuali variabel lainnya yang perlunya evaluasi sehingga makanan tradisional bisa menjadi pilihan masyarakat dan memiliki nilai jual yang semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, S. T., & Harared, N. (2023). *4C Skills , Must Have untuk Generasi " Gen Z "*
Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan gambaran bahwa Indonesia akan mengalami bonus demografi di mana komposisinya merupakan Generasi Gen Z yang berada di posisi teratas . Hal ini berarti generasi Gen Z me. 4(3), 128–140.
- Arcese, G., Elmo, G. C., Fortuna, F., Pasca, M. G., & Rissi, M. (2024). The role of traditional aspects, health consciousness and environmental concerns in Italian agri-food consumption during Covid-19. *British Food Journal*, 126(1), 237–254.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2022-0841>

- Aziez Herdian, R., Rakhmat, C., & Suci Putri Lestari. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.57151/jeko.v1i2.32>
- Bridha, R. L., Priatini, W., & Hamdani, Z. I. (2023). Pengembangan Fussion Food pada Kue Talam Ebi sebagai Modifikasi Makanan Tradisional. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 11(2), 139–146. <https://doi.org/10.52352/jgi.v11i2.1169>
- Diyanti, S., Yuliniar, Y., & Suharyati, S. (2021). Customer Experience, Kepuasan Pelanggan Dan Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 677–689.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.I. Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 15(1), 1–24. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/36472>
- Jacky, & Syaifullah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Focus Digitsellindo Utama. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume 3 n*, 1–8.
- Mufidah, A. F., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh Service Quality dan Discount Price Terhadap Purchase Decision Melalui Customer Satisfaction pada Minimarket di Kota Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3834. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2816>
- Mursid, A. (2021). Effects of Sentiment on Impulsive Buying Behavior: Evidence of COVID-19 in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(3), 452–465. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2459>
- Nugraha, S., & Sumardi, S. (2019). Destinasi Wisata Kuliner Berbasis Makanan Tradisional di Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 7(2), 33–46. <https://doi.org/10.36983/japm.v7i2.51>
- Priskila, B. A., & Rizky, K. M. R. (2015). Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur: Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya. *Kinerja*, 19(2), 112–125.
- Purcărea, T. V., Orzan, G., Orzan, M., & Stoica, I. (2013). Romanian Consumer Behavior Regarding Traditional Foods: Contributing to the Rebuilding of a Healthier Food Culture. *Journal of Food Products Marketing*, 19(2), 119–137. <https://doi.org/10.1080/10454446.2013.766074>
- Rahma, Susilowati, & Purwanti. (2017). Minat Wisatawan terhadap Makanan Lokal Kota Semarang Tourists' Interest to Local Food in Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 18(1), 53–76.
- Sari, D. A., & Mayasari, D. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 108–115.
- Sihombing, R. E., Nugroho, S. D., & Toha, E. (2023). Citra Merek, Lokasi, Dan Persepsi Harga Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Cakrawala Repository IMWI*, 6(4), 1215–1231. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.459>
- Suryawirawan, O. A., Shabrie, W. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Surabaya, I. (2022). *Service Quality, Satisfaction, Continuous Usage Intention, and Purchase Intention Toward Freemium Applications* : 11(3), 383–404.
- Tampubolon, M. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*, 3(17), 43. <http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf> Titik Persentase Distribusi F. (n.d.). 0–5.

- Yona, R., & Thamrin, T. (2020). Pengaruh Health Consciousness, Environmental Attitudes dan Environmental Knowledge terhadap Green Purchase Intention. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 2(2), 74. <https://doi.org/10.24036/jkmw0284950>
- Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Swabumi*, 11(1), 13–22. <https://doi.org/10.31294/swabumi.v11i1.13980>