

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *HEALTH AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI DI RESTORAN IMPIANA PRIVATE VILLAS SEMINYAK**



**I MADE SUKARMAJAYA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *HEALTH AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI DI RESTORAN IMPIANA PRIVATE VILLAS SEMINYAK**



**I MADE SUKARMAJAYA**

**NIM. 2115854036**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
JURUSAN PARIWISATA**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung Bali 80364  
Telp (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128  
<http://www.pnb.ac.id> E-mail [poltek@pnb.ac.id](mailto:poltek@pnb.ac.id)

---

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : I Made Sukarmajaya

Nim : 2115854036

Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : “Pengaruh *Green Product*, *Perceived Quality* dan *Health Awareness* Terhadap Minat Beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak” benar bebas dari plagiat. Apabila terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Badung, Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



I Made Sukarmajaya

**SKRIPSI**

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *HEALTH AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI DI RESTORAN IMPIANA PRIVATE VILLAS SEMINYAK**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan  
Pada Program Studi Manajemen Pariwisata di Jurusan Pariwisata  
Politeknik Negeri Bali



**I MADE SUKARMAJAYA**

**NIM. 2115854036**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *HEALTH AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI DI RESTORAN IMPIANA PRIVATE VILLAS SEMINYAK**

**I MADE SUKARMAJAYA  
NIM. 2115854036**

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh:

**Dosen Pembimbing I**



**Drs. Gede Ginaya, M.Si**  
**NIP. 196609191993031002**

**Dosen Pembimbing II,**



**Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M.Par**  
**NIP. 1962211251990032001**

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Pariwisata**



**Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph. D**  
**NIP.196312281990102001**

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *HEALTH AWARENESS* TERHADAP MINAT BELI DI RESTORAN IMPIANA PRIVATE VILLAS SEMINYAK**

Telah diuji dan dinyatakan lulus ujian pada : 12 Agustus 2022

PENGUJI



**KETUA:**

Drs. Gede Ginaya, M.Si

NIP:196609191993031002

**ANGGOTA:**



1. Elvira Septevany, S.S., M.Li

NIP: 198909262019032017



2. Dra. I.A. Kade Werdika Damayanti, M.Par

NIP: 196405011990112001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa), yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan Usulan Penelitian yang berjudul “Pengaruh *Green Product*, *Perceived Quality* dan *Health Awareness* Terhadap Minat Beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak” yang dapat diselesaikan secara tepat waktu. Usulan Penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan pembuatan Skripsi S1 Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Bali.

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak pihak yang terkait dalam pembuatan Usulan Proposal dan telah memberikan dukungan baik secara moral, bimbingan serta doa. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan Diploma IV di Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya skripsi ini di Politeknik Negeri Bali.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata sekaligus pembimbing I untuk semua pedoman, arahan, waktu, motivasi dan saran yang diberikan kepada penulis.

4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan panduan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M.Par selaku pembimbing II untuk semua pedoman, arahan, waktu, motivasi dan saran yang diberikan kepada penulis
6. Ni Ketut Baguastuti, SH.,M.H. selaku Koordinator Praktik Kerja Lapangan dan penasehat pelatihan yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama proses Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung.
7. Pihak manajemen dan staf Restoran Impiana Private Villas Seminyak, khususnya di *food and beverage department* untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam skripsi ini.
8. Kedua orang tua, serta keluarga tercinta yang telah banyak memberikan dukungan moral dan material sehingga penulis dapat mengenal bangku sekolah hingga tingkat perguruan tinggi, dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak dan penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan penelitian ini sehingga dapat dipergunakan sebagai acuan dalam penelitian suatu implementasi media pemasaran.

Badung, Mei 2022

Penulis



## **ABSTRACT**

*Buying interest is something related to consumer plans to buy certain products, as well as how many units of product are needed in a certain period. The formulation of the problem and the purpose of this study was to determine the effect of green product, perceived quality, and health awareness on buying interest.*

*The research was conducted at Impiana Private Villas Seminyak Restaurant. The population of this research is all visitors at Impiana Private Villas Seminyak in 2021 as many as 90 people. The sample in the study was 90 people. The data collection methods used were observation, interviews, questionnaires, and literature study. The data analysis techniques used are Validity, Reliability, Classical Assumptions, Multiple Linear Regression, Coefficient of Determination, t-test and F-test.*

*Based on the research results, the results obtained are: (1) green product, perceived quality, and health awareness have a positive and significant effect on buying interest, where the calculated  $f$  value is 81.281 and the significance value is 0.000. (2) green product has a positive and significant effect on buying interest, where the  $t$ -count value is 4.160 and the significance value is 0.000. (3) perceived quality has a positive and significant effect on buying interest, where the  $t$ -count value is 3.219 and the significance value is 0.002. (4) health awareness has a positive and significant effect on buying interest, where the  $t$ -count value is 4.279 and the significance value is 0.000. (5) green product, perceived quality, and health awareness affect buying interest by 73%. The suggestion that researchers can give is that the restaurant at Impiana Private Vilas Seminyak is expected to always use organic raw materials or without chemicals, such as natural dyes, from hydroponics every time they produce food and beverages that will be consumed by consumers, and provide direction to employees regarding services to consumers. visitors.*

**Keyword: Green Product, Perceived Quality, Health Awareness, dan Buying Interest**

## ABSTRAK

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Rumusan masalah dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *green product*, *perceived quality*, dan *health awareness* terhadap minat beli.

Penelitian dilakukan di Restoran Impiana Private Villas Seminyak. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung di Impiana Private Villas Seminyak pada Tahun 2021 sebanyak 90 orang. Sampel dalam penelitian adalah 90 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Reabilitas, Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji F.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil: (1) *green product*, *perceived quality*, dan *health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dimana diperoleh nilai f hitung sebesar 81,281 dan nilai signifikansi 0,000. (2) *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dimana diperoleh nilai t hitung sebesar 4,160 dan nilai signifikansi 0,000. (3) *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dimana diperoleh nilai t hitung sebesar 3,219 dan nilai signifikansi 0,002. (4) *health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dimana diperoleh nilai t hitung sebesar 4,279 dan nilai signifikansi 0,000. (5) *green product*, *perceived quality*, dan *health awareness* berpengaruh terhadap minat beli sebesar 73%. Saran yang dapat diberikan peneliti adalah Restoran di Impiana Private Vilas Seminyak diharapkan selalu menggunakan bahan baku yang organik atau tanpa bahan kimia, seperti pewarna alami, dari hidroponik setiap memproduksi makanan dan minuman yang akan di konsumsi oleh konsumen, dan memberikan pengarahan kepada karyawan mengenai pelayanan kepada pengunjung.

**Kata Kunci:** *Green Product*, *Perceived Quality*, *Health Awareness*, dan Minat Beli

## DAFTAR ISI

Isi	Halaman
COVER.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
ABSTARK.....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Hotel .....	9
2.1.2 Food and Beverage .....	15
2.1.3 <i>Sustainable Hospitality</i> .....	17
2.1.4 <i>Green Product</i> .....	18
2.1.5 <i>Perceived Quality</i> .....	21
2.1.6 <i>Health Awareness</i> .....	22
2.1.7 Minat Beli .....	24
2.2 Hasil Peneitian Sebelumnya .....	26
2.3 Hipotesis .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Lokasi Penelitian .....	31
3.2 Objek Penelitian.....	31
3.3 Identifikasi Variabel .....	31
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	32
3.5 Jenis Dan sumber Data .....	33
3.5.1 Jenis Data.....	33
3.5.2 Sumber Data .....	34
3.6 Populasi dan Penentuan Sampel .....	35
3.6.1 Populasi .....	35

3.6.2 Metode Penentuan Sampel.....	35
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7.1 Observasi .....	35
3.7.2 Penyebatan Kuisoner .....	36
3.7.3 Studi Dokumentasi.....	36
3.8 Teknik Analisis Data .....	36
3.8.1 Uji Instrument Penelitian .....	36
3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	37
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.8.4 Analisis Regresi Sederhana .....	39
3.8.5 Uji koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	39
3.8.6 Uji Hipotesis T.....	40
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum dan Tempat Penelitian.....	42
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Pengaruh <i>Green Product, Perceived Quality</i> dan <i>Health Awareness</i> Terhadap Minat Beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak.. .....	50
4.2.2 Variabel yang Memiliki Pengaruh Paling Besar (Dominan) Terhadap Minat Beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak .....	80
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran .....	83
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
1.1 Data Pengunjung di Impiana Private Villas Seminyak Tahun 2019-2021 ....	4
2.1 Publikasi Penelitian Sebelumnya.....	26
3.1 Variabel dan Indikator Penelitian .....	32
4.1 Karakteristik Responden.....	51
4.2 Uji Validitas Variabel.....	53
4.3 Uji Realibilitas.....	54
4.4 Kriteria dan Kategori Penilaian Jawaban Kuesioner .....	56
4.5 Jawaban Responden Tentang <i>Green Product</i> .....	57
4.6 Jawaban Responden Tentang <i>Perceived Quality</i> .....	59
4.7 Jawaban Responden Tentang <i>Health Awareness</i> .....	61
4.8 Jawaban Responden Tentang Minat Beli.....	63
4.9 Uji Normalitas .....	65
4.10 Uji Multikolinieritas .....	66
4.11 Uji Heteroskedastisitas. ....	67
4.12 Uji Regresi Linear Berganda .....	68
4.13 Koefisien Determinasi .....	69
4.14 Uji F-Test.....	71
4.15 Uji T-Test.....	73

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
3.1 Daerah Pengujian dan Hipotesis $H_0$ (t-Test) .....	41
4.1 Struktur Organisasi Restoran Impiana Private Villas Seminyak.....	45
4.2 Struktur Organisasi Impiana Private Villas Seminyak .....	49
4.3 Kurva Distribusi Normal Daerah Penolakan dan Daerah Penerimaan Pengaruh <i>Green Product</i> , <i>Perceived Quality</i> dan <i>Health Awareness</i> Terhadap Minat Beli .....	72
4.4 Daerah Pengujian Penolakan dan Penerimaan $H_0$ dengan Uji t pada Variabel <i>Green Product</i> ( $X_1$ ).....	74
4.5 Daerah Pengujian Penolakan dan Penerimaan $H_0$ dengan Uji t pada Variabel <i>Perceived Quality</i> ( $X_1$ ).....	76
4.6 Daerah Pengujian Penolakan dan Penerimaan $H_0$ dengan Uji t pada Variabel <i>Health Awareness</i> ( $X_1$ ).....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Halaman
1 Lampiran Kuisisioner .....	88
2 Data Tabulasi Penelitian .....	93
3 Hasil Uji Instrumen.....	98
4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	103
5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	105
6 F-Tabel.....	106
7 t-Tabel.....	107

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pesatnya pertumbuhan perekonomian dunia telah menyebabkan penggunaan sumber daya alam yang melebihi batas wajar sehingga terjadi perubahan pada lingkungan. Perubahan ini biasa dikenal dengan istilah *Global Warming*, dan salah satu fenomena yang terjadi di dalamnya adalah peristiwa *Green House Effect*. Di Indonesia, sektor industri merupakan sektor utama yang menggunakan energi bahan bakar fosil sehingga merupakan penyumbang emisi karbon terbesar dalam terbentuknya *Green House Effect* (Leonardo, 2014).

Seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai menyadari bahwa pertumbuhan ekonomi dunia tidak hanya akan membahayakan lingkungan namun juga merugikan masyarakat. Untuk merespon hal tersebut, perusahaan dari berbagai macam sektor mencoba mengembangkan produk-produk maupun proses-proses yang dapat mengurangi dampak negatif industri terhadap lingkungan (Schubert, dkk 2010). Freeman (2011) memaparkan bahwa operasional sektor industri termasuk *hospitality field* yang menyangkut hotel dan restoran memiliki dampak terhadap lingkungan. Pembukaan lahan baru untuk pendirian tempat usaha restoran, penggunaan bahan-bahan kimia yang berbahaya, dan kecerobohan dalam penanganan sumber daya oleh restoran memberikan kontribusi yang besar terhadap kerusakan lingkungan.

Dampak ini akan semakin besar seiring dengan jumlah villa yang makin bertambah di Indonesia, termasuk di Bali. Pada tahun 2021, Badan Pusat Statistik



menyatakan bahwa di Bali terdapat 19.8500 villa dan sejenisnya yang baru berdiri (BPS Provinsi Bali, 2021). Besarnya jumlah tersebut menimbulkan banyak pertimbangan yang akan diperhatikan oleh konsumen untuk menginap. Pertimbangan tersebut akan berdampak pada minat beli konsumen untuk menginap. Minat merupakan kecenderungan dalam diri seorang individu untuk tertarik untuk menyenangi suatu obyek. Menurut Yamit (2013) minat beli konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Sedangkan Duriyanto, (2013) minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Salah satu villa yang terdapat di Bali yaitu Impiana Private Villas Seminyak yang berlokasi di daerah Seminyak, Kuta tepatnya di Jl. Kunti I No.118X, Seminyak, Kuta, Kabupaten Badung. Impiana Private Villas Seminyak memiliki restoran. Dimana restoran menjadi salah satu ciri khas di Impiana Private Villas Seminyak. Untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap Impiana Private Villas Seminyak khususnya restoran, harus diperhatikan beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen yaitu *green product*, *perceived quality*, dan *health awareness*.

*Green product* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli. Menurut Handayani (2017), *green product* merupakan suatu produk yang dirancang dan diproses dengan suatu cara untuk mengurangi efek-efek yang dapat mencemari lingkungan, baik dalam produksi, pendistribusian dan pengonsumsian. Sofhan (dikutip dari Putra, 2021) menyatakan *green product* memiliki dimensi yaitu label,

kemasan, dan persepsi produk. Apabila suatu produk telah memiliki dimensi *green product* menandakan produk tersebut tidak mencemari lingkungan dalam proses produksi, pendistribusian dan pengonsumsiannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Atmondo (2019), Choiroh (2020) menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Faktor selanjutnya yang juga mempengaruhi minat beli adalah *perceived quality*. *Perceived Quality* didefinisikan oleh Zeithaml (2013) sebagai penilaian (persepsi) konsumen terhadap keunggulan suatu produk secara keseluruhan. *Perceived Quality* yang tinggi menunjukkan bahwa konsumen telah mengidentifikasi perbedaan dan kelebihan produk tersebut dengan produk sejenis, setelah melalui jangka waktu yang lama. *Perceived quality* yang tinggi dapat bermanfaat bagi suatu *brand* dengan berbagai cara, seperti menjadi langkah untuk memperkuat eksistensi, menjadi dasar bagi konsumen untuk bersedia membayar dengan harga premium, menjadi rangsangan untuk menarik minat konsumen, langkah untuk memperkuat diferensiasi dan akhirnya ini dapat juga menjadi alasan konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rooney, dkk (2019), Trifiyanto (2021) menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Manusia melakukan berbagai upaya demi mewujudkan hidup yang sehat (Wijaya, 2016). Kesadaran terhadap kesehatan atau *health awareness* adalah pikiran secara sadar dari masing-masing individu yang sadar akan betapa pentingnya kesehatan sehingga mereka menjauhi hal-hal yang dapat merusak

kesehatan mereka. Muamar (2015) menyatakan kesadaran kesehatan sebagai kesadaran individu tentang kondisi kesehatan fisiknya seperti pola hidup sehat, aktivitas keseharian dan rutinitas individu dalam memonitor kondisi kesehatannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Himawan dan Tunjungsari (2018), Trifiyanto (2021) menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel *health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil observasi pada Restoran di Impiana Private Villas Seminyak diketahui bahwa di Impiana Private Villas Seminyak selalu memperhatikan makanan dan minuman yang mereka sediakan untuk konsumen yang memesan makanan dan minuman di Impiana Private Villas Seminyak. Namun dalam dua tahun terakhir diketahui bahwa di Impiana Private Villas Seminyak mengalami penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung. Permasalahan tersebut diketahui dari data jumlah wisatawan yang berkunjung yang diperoleh dari Departemen Penjualan di Impiana Private Villas Seminyak. Berikut data penjualan di Impiana Private Villas Seminyak pada Tahun 2019-2021.

Tabel 1.1

Data Pengunjung di Impiana Private Villas Seminyak Tahun 2019-2021

No	Tahun	Jumlah Pengunjung (Orang)
1	2019	2.642
2	2020	595
3	2021	379

Sumber: *Impiana Private Villas Seminyak, (2021)*

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, diketahui bahwa pada Tahun 2020 terjadi penurunan jumlah pengunjung dibandingkan Tahun sebelumnya. Selain itu pada Tahun 2021 juga terjadi penurunan jumlah pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung selama dua tahun terakhir pada Impiana Private Villas Seminyak mengindikasikan rendahnya minat beli konsumen pada Tahun tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa rendahnya minat beli tersebut disebabkan oleh belum terdapat dimensi *green product* khususnya pada makanan dan minuman yang dimiliki oleh Impiana Private Villas Seminyak yang disajikan pada Restoran Impiana Private Villas Seminyak. Permasalahan yang dapat dirangkum peneliti yaitu label produk kemasan belum mampu memberikan informasi, seperti instruksi penggunaan, kandungan, daftar bahan baku, peringatan penggunaan dan pemeliharaan produk. Kemasan (*packaging*) produk yang ditawarkan belum memanfaatkan bahan alami atau non plastik yang menjadi kesempatan dalam meningkatkan kinerja yang berwawasan lingkungan dari produk nyata, tanpa merubah bentuk dari produk inti.

Selain *green product*, *perceived quality* yang rendah juga menjadi penyebab menurunnya minat beli di Impiana Private Villas Seminyak. Dalam hal ini, penulis mencoba merangkum beberapa permasalahan *perceived quality* yaitu sebagai berikut: 1) permasalahan *service related quality* yaitu, kurangnya interaksi pelayanan antara pengunjung dan pelayan Restoran di Impiana Private Villas Seminyak, keadaan sekitar Restoran yang kurang bersih, kurangnya fasilitas tunggu di Restoran sebagai hiburan pengunjung Impiana Private Villas Seminyak; 2)

*product related quality* yaitu, kemudahan memperoleh produk yang terdapat dalam menu belum baik karena terkadang tidak tersedia saat ingin dipesan.

Berdasarkan hasil observasi di Impiana Private Villas Seminyak diketahui bahwa *health awareness* juga menjadi sebab menurunnya minat beli konsumen di Impiana Private Villas Seminyak. Permasalahan terkait *health awareness* yang dapat peneliti rangkum dalam penelitian ini yaitu: semakin tingginya tingkat kewaspadaan individu terhadap kondisi fisiknya, tingginya kesadaran individu yang menimbulkan adanya perasaan untuk menjaga kondisi kesehatan, tingginya keterlibatan individu dalam menjaga kondisi kesehatannya yang dapat dilihat dari banyaknya individu yang memilih memasak makanan sendiri untuk menjamin Kesehatan makanan yang dikonsumsi.

Selain permasalahan yang terjadi terkait dengan penurunan minat beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak yang mengharuskan manajemen Restoran mengangkat *Green Practices*, terdapat hal lain yang juga mengharuskan Restoran Impiana Private Villas Seminyak mengangkat *Green Practices* hal tersebut adalah adanya kebijakan pemerintah tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 yang diatur dalam Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020, selain mengangkat *Green Practices* pada manajemen restoran, Restoran Impiana Private Villas Seminyak juga harus memiliki sertifikat *Cleanliness Health Safety Environment (CHSE)*.

Dari latar belakang diatas dapat dilihat bahwa *green product*, *perceived quality* dan *health awareness* sangat penting untuk diperhatikan dan dilakukan oleh

restoran untuk meningkatkan minat beli konsumen. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh *green product*, *perceived quality* dan *health awareness* terhadap minat beli pada Restoran Impiana Private Villas Seminyak.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang di angkat dalam penelitian ini, adalah:

1. Bagaimana pengaruh *green product*, *perceived quality*, dan *health awareness* terhadap minat beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak, dan seberapa besar pengaruhnya?
2. Variabel apa yang memiliki pengaruh paling besar (dominan) terhadap minat beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *green product*, *perceived quality*, dan *health awareness* terhadap minat beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak, dan besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling besar (dominan) terhadap minat beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat secara teoritis dapat memahami bagaimana cara meningkatkan minat beli konsumen di Restoran Impiana Private Villas Seminyak dengan memperhatikan beberapa faktor yaitu *green product*, *perceived quality*, dan *health awareness*.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

#### a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberikan gambaran yang lebih real khususnya tentang cara meningkatkan minat beli.

#### b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini dapat menambah informasi dan referensi bagi para peneliti berikutnya yang akan menganalisis masalah yang serupa yang bertujuan untuk memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian yang sudah ada.

#### c. Bagi Restoran Impiana Private Villas Seminyak

Penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan untuk memperhatikan beberapa faktor yaitu *green product*, *perceived quality*, dan *health awareness* untuk meningkatkan minat beli konsumen

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa *green product*, *perceived quality*, dan *health awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak, dan berdasarkan hasil koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,730. Hal ini berarti variabel *green product* ( $X_1$ ), *perceived quality* ( $X_2$ ) dan *health awareness* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh 73% terhadap minat beli di Restoran Impiana Private Villas Seminyak.
2. Berdasarkan nilai *standardized coefficient beta*, variabel *green product* memiliki nilai yang paling besar dibandingkan dengan variabel lain seperti *perceived quality*, dan *health awareness*, yaitu sebesar 0,361.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disarankan beberapa hal yang sekiranya dapat menjadi bahan masukan untuk meningkatkan minat beli sebagai berikut:

Dari pertanyaan mengenai *green product* pernyataan Restoran di Impiana Private Villas Seminyak selalu menggunakan bahan baku yang organik



memiliki nilai rata-rata terendah, melihat hasil penelitian tersebut Restoran di Impiana Private Vilas Seminyak diharapkan selalu menggunakan bahan baku yang organik atau tanpa bahan kimia, seperti pewarna alami, dari hidroponik setiap memproduksi makanan dan minuman yang akan di konsumsi oleh konsumen, untuk menarik minat konsumen membeli makanan dan minuman tersebut.

1. Dari pernyataan mengenai *perceived quality* pernyataan kurangnya interaksi karyawan kepada pengunjung membuat ketertarikan saya terhadap Restoran di Impiana Private Villa Seminyak menurun memiliki nilai rata-rata terendah, melihat hasil penelitian tersebut diharapkan Restoran di Impiana Private Villa Seminyak meningkatkan interaksi karyawan dengan pengunjung dengan cara memberikan pengarahan kepada karyawan mengenai pelayanan kepada pengunjung.
2. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan gambaran untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel penelitian. Variabel penelitian yang dapat disarankan untuk penelitian selanjutnya yaitu *green brand image*, *green price*.
3. Penelitian selanjutnya hendaknya menggunakan sampel perusahaan yang lebih luas dari penelitian sekarang agar dapat mengetahui secara keseluruhan minat beli pada perusahaan yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Mertayasa, I Gede. (2012). *Food and Beverage Service Operational*. Yogyakarta: Andi
- Allison, E.M. (2004). Organic food: consumer' choices and farmers' opportunities. *Nutrition Business Journal*, 28.
- Anggoro, D. A. (2022). Analisa Kinerja Unit Account Payable Hotel Performance Analysis Of Account Payable Hotel Units. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 4(2).
- Atmando, C. R. (2019). Pengaruh Persepsi Green Product dan Green Brand Image Terhadap Minat Beli Rumah Ramah Lingkungan Pada Generasi Y di Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(3), 394-405.
- Cavanaugh, B. (2004). Organic. Nation's Restaurant News. Retrieved April 9, 2015, from <http://www.nrn.com/news>.
- Chen, J., Sloan, P., & Legrand, W. (2010). *Sustainability in the hospitality industry*. Routledge.
- Desliana A., Gaffar, V., & Andari, R. (2013). Pengaruh program green marketing di hotel Shangri-la Jakarta terhadap green consumer behavior. *Journal of Tourism and Hospitality Essentials Anthology (THE Anthology)*, 1, 1-17.
- Desthiani, U., Suminar, R., & Cristiani, S. (2021). Peran dan Tugas Administrasi Food & Beverage Service Pada Hotel Santika Bsd City Serpong. *Proceeding Secretari universitas Pamulang*, 1(1).
- Durianto, Darmadi 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Elvierayani, R. R., & Choiroh, F. (2020). Pengaruh Green Product dan Green Price Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNISLA). *Mandalika Mathematics and Educations Journal*, 2(1), 67-75.
- Fallis, A. . (2013). *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Tingkat Kecemasan Pada Pasien Infark Miokard Akut Di Ruang Cvcu Rsup Prof. Dr. R. D. Kandou Manado*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699

- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, W., & Prayogo, R.A. 2017. Green Consumerism: An Eco - Friendly Behavior Form Through The Green Product Consumption and Green Marketing. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 7(2): 25-29.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh produk ramah lingkungan/Green Product dan Harga terhadap keputusan pembelian produk Tupperware. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 2(1), 37-44.
- Hendriyati, L., & Santoso, I. B. (2021). Strategi Pemasaran Food and Beverage Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cavinton Hotel Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 60-72.
- Herri, Putri, N., dan Kenedi, J. (2006). Analisa Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Hijau: Tinjauan Faktor Demografi, Psikologis, Sosial dan Budaya (Kasus Kota Padang). *Journal of Business & Manajement*, 2(1), 1-9
- Himawan, H. (2018). Pengaruh kesadaran kesehatan dan produk makanan terhadap minat beli restoran vegetarian dengan variabel moderasi religiusitas di Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Karundeng, N., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(2), 83-90.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: PenerbitErlangga.
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Loyalty melalui Mediasi Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2).
- Legrand, W., Sloan, P. & Chen, J. (2010). *Eco-advantage in the hospitality industry*. New York: Routledge.

- Leonardo, A., Utomo, S. L., Thio, S., & Siaputra, H. (2014). Eksplorasi Persepsi Masyarakat Terhadap Green Practices Di Restoran-restoran Yang Ada Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(2), 496-515.
- Lismanizar, S. U. (2018). Pengaruh Keamanan Pangan, Kesadaran Kesehatan, Nilai Yang Dirasakan Dan Harga Terhadap Niat Beli Makanan Cepat Saji Pada Konsumen KFC Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 85-95.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2012). *Measuring advertising effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Muammar, M. D. Pengaruh kesadaran lingkungan dan kesehatan terhadap perilaku pro-lingkungan masyarakat Bukit Duri Jakarta (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah).
- Muslihati, R. P., & Trifiyanto, K. (2021). Pengaruh Health Awareness, Green Product dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(1), 78-86.
- Nasihin, K. R., Pynkyawati, T., & Septianto, E. (2019). TA: Sudirman Park Hotel Tema: Nature Analogues Pattern (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Nasional Bandung).
- National organic program. (2014). Retrieved April 10, 2015, from <http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/nop>
- Porter, E. M. (1991). Michael E. Porter on competition and strategy. New York: A Harvard Business Review Paperback
- Putra, D. R., & Prasetyawati, Y. R. (2021). Pengaruh Green Product Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Melalui Green Advertising (Studi Terhadap Konsumen Starbucks). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 69-74.
- Radder, L., & Han, X. (2013). Perceived quality, visitor satisfaction and conative loyalty in South African heritage museums. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 12(10), 1261-1272.
- Roony, C., Priambodo, D. D., & Hestiyani, M. (2020). Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli (Case Study Integrated home protection). *Indonesian Business Review*, 2(1), 125-138.

- Schubert, F. (2008). Exploring and predicting consumer's attitudes and behaviors towards green restaurants. Published Thesis, The Ohio State University, Amerika Serikat
- Setiawati, A. N., & Riyono, B. (2018). Pengaruh Pelatihan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kohesivitas Kelompok pada Divisi Food and Beverage Product Hotel X Bintang 5 Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 6(1), 41-53.
- Shrum, L., McCarty, J., dan Lowrey, T. (1995). Buyer Characteristic of the green consumer and their implications for advertising strategy. *Journal of Advertising*, 24(2), 71-82
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, P. H., Lidwan, N., & Ridwan, W. (2020). Perancangan Reservasi Pariwisata Dan Kamar Hotel Berbasis Web. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 4(4), 39-48.
- Timo, F. (2021). Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Victory Kefamenanu. *Inspirasi Ekonomi Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(3), 8-16.
- Tunjungsari, H. K. (2018). Pengaruh Kesadaran Kesehatan Dan Produk Makanan Terhadap Minat Beli Restoran Vegetarian Dengan Variabel Moderasi Religiusitas Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Tzschentke, N.A., Kirk, D. and Lynch, P.A. (2008). Going green: decisional factors in small hospitality operations. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 126-133
- Udayana, K. D. I., & Widiastini, N. M. A. (2020). Upaya Meningkatkan Kebersihan Area Bar di Food And Beverage Service Department Holiday Inn Resort Baruna Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 3(2), 78-85.
- Wijaya, H. (2016). Analisis Pengaruh Health Culture, Health Awariness, dan Product Perception Terhadap Buying Decision Produk Kondom Pria Golongan Dewasa Muda di Surabaya. *Petra Business and Management Review*, 2(1).
- Zulian Yamit, (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta : Ekonisia.