PENGARUH PENGETAHUAN KEAMANAN PANGAN DAN PERSEPSI SANITASI HIGIENE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR MALAM KODAM BRAWIJAYA

Gyas Thalita Alea[1] , Ratna Palupi Nurfatimah[2] , Aulia Bayu Yushila[3] , Annisa Nuraini[4]

[1,2,3,4]*Universitas Negeri Surabaya*
E-mail : gyas.22115@mhs.unesa.ac.id[1], ratnanurfatimah@unesa.ac.id[2], auliayushila@unesa.ac.id[3], annisanuraini@unesa.ac.id[4]

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of food safety knowledge and perception of hygiene and sanitation on consumer purchase decisions at penyetan stalls in the Kodam Brawijaya Night Market. This research employs a quantitative approach. A purposive sampling technique was utilized to select a total of 100 respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression. The findings reveal that food safety knowledge has no significant partial effect on purchase decisions (sig. 0.643 > 0.05). Conversely, the perception of hygiene and sanitation exerts a significant effect on purchase decisions (sig. 0.000 < 0.05). Simultaneously, both variables significantly influence purchase decisions, contributing to 49.1% of the variance. This study concludes that in a highly night market environment, consumer rationality becomes limited. Purchase decisions are no longer driven by rational understanding (intangibles) but heavily rely on instantaneous visual evaluations of the stalls' physical attributes (tangibles) on-site.

Keywords : *Food Safety Knowledge, Perception of Hygiene and Sanitation, Purchase Decision, Penyetan.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan keamanan pangan dan persepsi sanitasi higiene terhadap keputusan pembelian konsumen pada lapak penyetan di Pasar Malam Kodam Brawijaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yang melibatkan 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan keamanan pangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (sig. 0,643 > 0,05). Sebaliknya, persepsi sanitasi higiene berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (sig. 0,000 < 0,05). Variabel tersebut berpengaruh signifikan dengan sumbangan pengaruh sebesar 49,1%. Kesimpulan dari penelitian ini adalah di lingkungan pasar malam yang berstimulus tinggi, rasionalitas konsumen menjadi terbatas. Keputusan pembelian tidak lagi dikendalikan oleh pemahaman rasional (*intangible*), melainkan sangat bergantung pada evaluasi visual secara instan terhadap wujud fisik (*tangibles*) lapak di lokasi.

Kata Kunci : *Pengetahuan Keamanan Pangan, Persepsi Sanitasi Higiene, Keputusan Pembelian, Penyetan.*

PENDAHULUAN

Makanan yang sudah terkontaminasi silang oleh bakteri atau cemaran *mikrobiologis* dapat menyebabkan penyakit. Penyakit yang ditimbulkan akibat makanan yang sudah terkontaminasi disebut dengan penyakit bawaan makanan *(food-borne diseases)* (Permatasari dkk., 2021). Kemunculan risiko penyakit ini sering kali berakar dari minimnya kesadaran pedagang terhadap aspek keamanan pangan, *personal higiene*, dan kebersihan lingkungan selama proses pengolahan. Pemahaman mengenai hal tersebut sangat krusial sebagai fondasi dalam mengevaluasi kelayakan pangan. Parameter keamanan pangan ini sejalan dengan target *Sustainable Development Goals (SDGs)*, khususnya target ke-3 mengenai penjaminan kehidupan yang sehat dan sejahtera, serta target ke-6 terkait pemenuhan akses air bersih dan sanitasi yang layak. Urgensi pengawasan pangan menjadi sangat penting mengingat laporan resmi oleh Yarni dkk (2023), BPOM menunjukkan Jawa Timur menempati posisi signifikan dalam jajaran lima provinsi dengan total 297 kasus atau setara dengan (17,25%) insiden kejadian luar biasa (KLB) keracunan makanan di Indonesia.

Sumber penyebaran penyakit keracunan makanan sering kali berkaitan erat dengan kondisi sanitasi higiene yang kurang baik dan penyimpanan makanan yang masih diletakkan di etalase terbuka dalam kondisi masih setengah matang tanpa proteksi. Area pasar yang tidak dikelola kebersihannya dapat berubah menjadi kotor, kumuh, dan tempat perkembangbiakan vektor penyakit seperti lalat, tikus, serta kecoak (Maharani dkk., 2022). Makanan yang terpapar kondisi lingkungan tersebut akan memicu gejala klinis seperti mual, muntah, dan diare pada konsumen (Kesumastuti dkk., 2023). Fakta rendahnya sanitasi di lapangan ini diperkuat oleh penelitian (Riskiani, 2023) yang menemukan bahwa 64,2% pedagang kaki lima belum memenuhi standar higiene dan sanitasi makanan, serta 14,9% pedagang memiliki tingkat pengetahuan yang rendah.

Dalam beberapa tahun terakhir, makanan kuliner mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya kebiasaan 'makan di luar' yang telah menjadi gaya hidup umum di daerah perkotaan (Issa-Zacharia dkk., 2025). *Tren* perluasan usaha makanan penyetan ini, secara pengamatan, sering kali diiringi dengan kurangnya higiene dan sanitasi pada operasional lapak kaki lima yang memicu praktik keamanan pangan yang buruk, sehingga rentan menyebabkan kontaminasi silang (Adha dkk., 2025). Kondisi buruknya higiene dan sanitasi pedagang kaki lima, khususnya pada lapak makanan penyetan tersebut, memegang peranan krusial dalam membentuk sikap konsumen saat hendak membeli makanan (Najiyah & Nurlaela, 2019). Proses pengambilan keputusan pada sektor kuliner ini menjadi jauh lebih kompleks. Keputusan pembelian konsumen tidak lagi semata-mata didorong oleh faktor cita rasa, melainkan sangat ditentukan oleh *evaluasi visual* sumber penyebaran penyakit dan keracunan makanan yang sering kali berkaitan erat dengan sanitasi dan higiene, baik dari aspek lingkungan lapak penyetan dengan penggunaan tenda yang terbuka, minimnya lampu penerangan, serta penjual makanan penyetan yang tidak menggunakan pelindung diri seperti *hand glove*, celemek, dan kebersihan diri mulai dari menjaga kuku tetap pendek, pakaian kerja yang bersih dan menggunakan penutup masker jika sedang mengalami sakit batuk, pilek dan bersin pada saat proses pengolahan. Pengelolaan limbah yang buruk, dan area yang kumuh menjadikannya tempat ideal bagi perkembangbiakan vektor pembawa penyakit seperti lalat, tikus, serta kecoak (Maharani dkk., 2022). Persepsi visual sanitasi higiene yang buruk akan memicu penolakan psikologis, sehingga konsumen tidak terdorong untuk mengambil keputusan pembelian dan beralih ke pedagang yang dinilai lebih aman (Mattia dkk., 2018).

Teori penolakan psikologis konsumen tersebut nyatanya berbanding terbalik dengan realitas empiris di kawasan wisata kuliner malam yang sedang populer. Daya tarik kuliner suatu daerah sering kali mengesampingkan rasionalitas pengunjung akan pentingnya keamanan pangan. Kota Surabaya memiliki Kawasan Kodam V Brawijaya sebagai salah satu pusat pasar malam terpopuler yang selalu dipadati oleh masyarakat (Auliyah dkk., 2024). Peneliti memfokuskan pada makanan penyetan di area pasar malam tersebut, yang menghadirkan 8 lapak makanan penyetan sebagai magnet utama dengan ciri khas aneka lauk goreng, sambal ulek, dan lalapan segar. Proses penyajian hidangan penyetan ini umumnya dilakukan secara terbuka dan rentan terhadap kontaminasi. Hasil observasi lapangan dari tiga observer mengonfirmasi adanya deviasi nyata terhadap pemenuhan standar kelayakan sanitasi higiene pada deretan pedagang tersebut. Temuan empiris menunjukkan berbagai parameter kritis belum terpenuhi secara optimal, seperti paparan hidangan lauk pauk yang masih setengah matang diletakkan di ruang terbuka tanpa proteksi, penggunaan kain lap yang kebersihannya masih belum diketahui, penjual yang belum menerapkan pelindung diri seperti tidak memakai *hand glove*, celemek, dan kebersihan diri mulai dari menjaga kuku tetap pendek, pakaian kerja yang bersih dan menggunakan penutup masker jika sedang mengalami sakit batuk, pilek dan bersin pada saat proses pengolahan. Serta didukung oleh lingkungan dari beberapa penyetan yang tidak menggunakan tenda sebagai pelindung konsumen dari hujan pada saat makan di tempat penyetan tersebut, kemudian minimnya penerangan lampu, tidak menyediakan etalase tertutup untuk lauk-pauk yang disusun berderet di atas gerobak, keterbatasan akses air mengalir untuk pencucian peralatan dan penggunaan wadah kecil untuk mencuci tangan setelah makan.

Kesenjangan antara buruknya higiene sanitasi yang terlihat secara visual dan tingginya antrean pembeli menciptakan sebuah paradoks perilaku konsumen. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas mengenai sanitasi higiene dari sudut pandang penerapan pedagang kaki lima semata. Kajian akademik dari perspektif konsumen sebagai pembeli yang memaklumi kondisi tersebut justru masih sangat terbatas. Aspek observasi konsumen pada dasarnya menyoroti kebersihan bahan, kelayakan peralatan, air, kebersihan proses pengolahan penjual, serta kondisi lingkungan tempat berjualan. Permasalahan ini perlu dikaji secara mendalam dari sudut pandang pembeli sebagai pihak utama pengambil keputusan pembelian. Tangkapan layar dan rekam jejak ulasan pelanggan melalui *Google Reviews* turut memperkuat urgensi penelitian ini tentang fenomena keputusan pembelian di kawasan tersebut, karena dalam ulasan tersebut konsumen mengeluhkan sanitasi pada penjual penyetan yang kurang menjaga kebersihannya, dan terdapat ulasan mengenai konsumen yang sudah memakan penyetan di pasar malam tersebut mengalami keracunan makanan.

METODE

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui instrumen utama berupa tes pengetahuan dan kuesioner (angket). Instrumen tersebut akan didistribusikan kepada responden, yakni konsumen yang telah memiliki pengalaman membeli dan mengonsumsi hidangan penyetan di kawasan Pasar Malam Kodam Brawijaya, Surabaya.

Penelitian ini menggunakan desain korelasional. Model kerangka konseptual di bawah menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, keputusan konsumen dalam membeli penyetan di Pasar Malam Kodam Brawijaya tidak terjadi

secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh pemahaman dan pengetahuan mereka tentang keamanan makanan dan penilaian persepsi calon konsumen terhadap kebersihan tempat/lapak penyetan di Pasar Malam Kodam Brawijaya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen yang sudah pernah membeli penyetan di Pasar Malam Kodam Brawijaya. Teknik sampling non-probabilitas digunakan karena jumlah populasi pengunjung di Pasar Malam Kodam Brawijaya tidak diketahui (*unknown population)*, dengan menerapkan kriteria *purposive sampling*, di mana responden yang terpilih telah memiliki pengalaman membeli hidangan penyetan yang ada di Pasar Malam Kodam Brawijaya. Pengumpulan data menggunakan instrumen berupa tes pengetahuan dan kuesioner.

Tabel 1. Gambaran umum pengetahuan responden

Keterangan Pengetahuan Keamanan Pangan Responden	Frekuensi	Persentase
Baik	74	74%
Sedang	19	19%
Kurang	7	7%
Total	**100**	**100%**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan yang baik sebanyak 74 responden (74%), kemudian 19 responden (19%) termasuk ke dalam kategori pengetahuan sedang, sedangkan 7 responden (7%) memiliki tingkat pengetahuan keamanan pangan yang kurang. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pemahaman pengetahuan yang baik, walaupun sebagian kecil responden lainnya memiliki tingkat pengetahuan yang minim.

Uji Validitas

Tabel 2. hasil uji validitas Instrumen Penelitian

Item	r hitung	r tabel	Sig.	kesimpulan
Soal Pengetahuan Keamanan Pangan				
Soal 1	.484	0,195	.000	Valid
Soal 2	.364	0,195	.000	Valid
Soal 3	.346	0,195	.000	Valid
Soal 4	.496	0,195	.000	Valid
Soal 5	.402	0,195	.000	Valid
Soal 6	.425	0,195	.000	Valid
Soal 7	.567	0,195	.000	Valid
Soal 8	.656	0,195	.000	Valid
Soal 9	.446	0,195	.000	Valid

Soal 10	.593	0,195	.000	Valid
Soal 11	.573	0,195	.000	Valid
Soal 12	.514	0,195	.000	Valid
Soal 13	.437	0,195	.000	Valid
Soal 14	.634	0,195	.000	Valid
Soal 15	.495	0,195	.000	Valid
Pernyataan Persepsi Sanitasi Higiene				
Pernyataan 1	.433	0,195	.000	Valid
Pernyataan 2	.442	0,195	.000	Valid
Pernyataan 3	.593	0,195	.000	Valid
Pernyataan 4	.492	0,195	.000	Valid
Pernyataan 5	.650	0,195	.000	Valid
Pernyataan 6	.553	0,195	.000	Valid
Pernyataan 7	.150	0,195	.137	Tidak Valid
Pernyataan 8	.503	0,195	.000	Valid
Pernyataan 9	.547	0,195	.000	Valid
Pernyataan 10	.662	0,195	.000	Valid
Pernyataan 11	.604	0,195	.000	Valid
Pernyataan 12	.656	0,195	.000	Valid
Pernyataan 13	.032	0,195	.753	Tidak Valid
Pernyataan 14	.247	0,195	.003	Valid
Pernyataan 15	.491	0,195	.000	Valid
Pernyataan 16	.608	0,195	.000	Valid
Pernyataan 17	.491	0,195	.000	Valid
Pernyataan 18	.537	0,195	.000	Valid
Pernyataan 19	.602	0,195	.000	Valid
Pernyataan 20	.559	0,195	.000	Valid
Pernyataan 21	.187	0,195	.062	Tidak Valid
Pernyataan 22	.678	0,195	.000	Valid
Pernyataan 23	.684	0,195	.000	Valid

Pernyataan 24	.289	0,195	.004	Valid
Pernyataan 25	.550	0,195	.000	Valid
Pernyataan Keputusan Pembelian				
Pernyataan 1	.690	0,195	.000	Valid
Pernyataan 2	.575	0,195	.000	Valid
Pernyataan 3	.467	0,195	.000	Valid
Pernyataan 4	.592	0,195	.000	Valid
Pernyataan 5	.541	0,195	.000	Valid
Pernyataan 6	.119	0,195	.236	Tidak Valid
Pernyataan 7	.560	0,195	.000	Valid
Pernyataan 8	.546	0,195	.000	Valid
Pernyataan 9	.453	0,195	.000	Valid
Pernyataan 10	.496	0,195	.000	Valid
Pernyataan 11	.600	0,195	.000	Valid
Pernyataan 12	.541	0,195	.000	Valid
Pernyataan 13	.280	0,195	.005	Valid
Pernyataan 14	.559	0,195	.000	Valid
Pernyataan 15	.505	0,195	.000	Valid
Pernyataan 16	.593	0,195	.000	Valid
Pernyataan 17	.462	0,195	.000	Valid
Pernyataan 18	.264	0,195	.008	Tidak Valid
Pernyataan 19	.617	0,195	.000	Valid
Pernyataan 20	.669	0,195	.000	Valid
Pernyataan 21	.653	0,195	.000	Valid
Pernyataan 22	.658	0,195	.000	Valid
Pernyataan 23	.454	0,195	.000	Valid
Pernyataan 24	.699	0,195	.000	Valid

Pernyataan 25	.450	0,195	.000	Valid

Sumber: Data Primer

Berdasarkan hasil uji validitas pada item pernyataan variabel Pengetahuan Keamanan pangan, dikatakan valid. Variabel persepsi sanitasi higiene (X2) dan pernyataan keputusan pembelian, masing-masing sebanyak 25 pernyataan. Berdasarkan hasil uji validitas Pearson Product Moment, ditemukan 5 item pernyataan (X2.7, X2.13, X2.21, Y6, dan Y18) yang memiliki nilai r hitung < r tabel (0,195). Kelima item tersebut dinyatakan gugur (tidak valid) dan dieliminasi dari instrumen pengumpulan data.

Uji reliabilitas

Tabel 4. Reliabilitas Pengetahuan Keamanan Pangan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.767	.784	**15**

Sumber: Data Primer

Tabel 4.5 Reliabilitas Persepsi sanitasi higiene

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.888	.894	**22**

Sumber: Data Primer

Tabel 5. Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.895	.898	**23**

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel 3, 4 dan 5 diatas, didapatkan hasil uji reliabilitas pada item pernyataan yang valid bahwa semua item pernyataan juga reliable. Hal ini bisa dilihat bahwa seluruh skor

Cronbach's alpha di atas > 0.70, yang artinya instrumen pernyataan pada persepsi sanitasi higiene dan keputusan pembelian memiliki tingkat konsistensi yang baik.

Uji Asumsi klasik (Uji Prasyarat)

Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		**100**
Normal Parameters[a.b]	Mean	**.0000000**
	Std. Deviation	**6.81402308**
Most Extreme Differences	Absolute	**.061**
	Positive	**.061**
	Negative	**-.041**
Test Statistic		**.061**
Asymp. Sig. (2-tailed)		**.200[c,d]**

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance

Sumber: Data Primer

Hasil uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 (>0,05). Kondisi ini menunjukkan bahwa data tersebut terdistribusi normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik selanjutnya.

a. Uji Multikolineritas

Tabel 7. Uji Multikolineritas

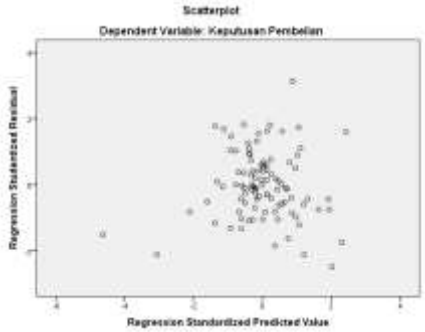
Coefficients[3]

Variabel	Tolerance	VIF
Pengetahuan Keamanan Pangan	0.963	**1.038**
Persepsi Sanitasi Higiene	0.963	**1.038**
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian		

Sumber: Data Primer

Uji multikolineritas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antarvariabel. Berdasarkan hasil *output* tabel diatas, diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada variabel Pengetahuan (X1) dan variabel Persepsi (X2) adalah 1.038 < 10 dan nilai tolerance value 0,963 >0,1 maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

b. Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Heterokedastisitas
Sumber: Data Primer

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, dengan cara melihat grafik scatterplot. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.1 di atas, di mana titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang khas. Hal ini dapat disimpulkan jika model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penyusunan instrumen, menggunakan pendekatan skala pengukuran yang berbeda, yaitu skor 1-4 dan 0-1. Penggunaan metode yang berbeda ini dimaksudkan untuk mendapatkan skor yang bernilai interval dari masing-masing variabel. Data interval adalah data yang menunjukkan jarak antara satu data dengan data lainnya dan mempunyai bobot atau jarak interval yang sama. Untuk mendapatkan nilai tersebut, pada metode Likert semua nilai pertanyaan dirata-rata untuk mendapatkan nilai total, sedangkan pada metode Guttman skor ditentukan dari jumlah rata-rata jawaban "benar". Setelah data memiliki skala interval. (Nugroho, 2010).

a. Uji Hipotesis Simultan (Uji f / Anova)

Tabel 4.10 hasil uji f

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square		ig.
Regression	4428.230	2	2214.115		
Residual	4595.810	97	47.279	6.732	**000**
Total	9024.040	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant, Persepsi Sanitasi Higiene, Pegetahuan Keamanan Pangan

Sumber: Data Primer

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh (simultan) X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar 0.000 < 0,05 dan nilai F hitung 46.732 > 3.09 (F Tabel) sehingga dapat disimpulka bahwa H3 diterima. Artinya terdapat pengaruh pengetahuan keamanan pangan (X1) dan persepsi sanitasi higiene (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 10. hasil uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.567	5.364		3.279	.001
Pengetahuan Keamanan Pangan	.018	.039	.034	.465	.643
Persepsi Sanitasi Higiene	.708	.075	.693	9.390	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer

Berdasarkan hasil uji t diketahui nilai koefisien regresi sebesar 0,116 dengan nilai signifikansi untuk pengaruh (parsial) X1 terhadap Y sebesar 0,643 (>0,05), dapat disimpulkan pengetahuan keamanan pangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan diketahui nilai koefisien regresi sebesar 0,708, nilai t hitung sebesar 9,392, nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi jauh lebih kecil dari batas toleransi kesalahan (0,000 < 0,05), persepsi sanitasi higiene memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701[a]	.491	.480	**6.883**

a. Predictors: (Constant), Persepsi Sanitasi Higiene, Pengetahuan Keamanan Pangan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer

Uji koefisien ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Berdasarkan output pada hasil koefisien determinasi di atas, diketahui nilai R Square sebesar 0,491. Artinya, variabel X1 dan X2 secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 49,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Keamanan Pangan dengan Keputusan Pembelian

Nilai signifikansi untuk pengaruh parsial variabel pengetahuan keamanan pangan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) berada pada angka 0,643 (>0,05). Hipotesis pertama ditolak, berdasarkan perolehan data statistik tersebut. Fakta ini membuktikan bahwa tinggi atau rendahnya pemahaman konsumen mengenai standar keamanan pangan tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap keputusan mereka untuk membeli hidangan penyetan. Distribusi data menunjukkan bahwa 74% konsumen penyetan di Pasar Malam Kodam Brawijaya memiliki tingkat pengetahuan dalam kategori baik. Pemahaman mayoritas konsumen tersebut telah mencakup pedoman dasar global dari WHO (2006) mengenai "Five Keys to Safer Food", yaitu menjaga kebersihan, memisahkan pangan mentah dan matang, menjaga keamanan pada suhu aman, serta menggunakan air dan bahan baku yang aman.

Kondisi tidak signifikan ini didukung oleh penelitian yang relevan dari Sulu dkk. (2024) mengonfirmasi bahwa pengetahuan mengenai higiene sanitasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat pembelian makanan jajanan di kawasan Pasar Malam Kodam Surabaya. Pembahasan dalam penelitian terdahulu tersebut menjelaskan bahwa konsumen yang berbelanja jajanan di lokasi tersebut berasal dari berbagai latar belakang pendidikan, baik rendah maupun tinggi. Konsumen pada dasarnya datang dan memilih melakukan pembelian murni atas dasar keinginannya untuk menikmati hidangan. Keinginan internal tersebut sering kali diperkuat oleh adanya motivasi atau ajakan dari rekan konsumen itu sendiri. Pengaruh sosial berupa ajakan inilah yang menjadi salah satu faktor pendorong pengetahuan keamanan pangan konsumen pada saat momen pembelian berlangsung.

Kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku *(Knowledge-Behavior Gap)* pada konsumen pangan ini semakin terlihat jelas akibat desakan faktor sosial. Sulu dkk. (2024) dalam pembahasannya menegaskan bahwa pengunjung sebenarnya mengerti dan sadar akan kriteria yang baik dalam pemilihan makanan. Wawasan kognitif tersebut secara sadar dikesampingkan karena desakan sosial yang memaksa konsumen untuk melakukan penyesuaian pemenuhan kebutuhan. Kelompok konsumen ini pada akhirnya lebih memilih untuk membeli makanan penyetan di Pasar Malam Kodam Surabaya, tanpa menggunakan pengetahuannya untuk menganalisis sebelum memutuskan untuk membeli makanan penyetan. Pengabaian wawasan kesehatan ini turut dipengaruhi oleh kondisi psikologis konsumen di lapangan. Konsumen street food sering kali mengalami optimism bias dan lebih didorong oleh heuristik afektif, seperti aroma yang memikat, harga terjangkau, serta tren sosial (Tuglo dkk., 2021).

Konsumen pada dasarnya mengamati langsung kondisi lingkungan tempat mereka berbelanja, tetapi dihadapkan pada rasionalitas terbatas *(bounded rationality).* Kahneman (2011) menjelaskan konflik tarik-ulur antara pemikiran analitis yang lambat (Sistem 2) dan reaksi emosional yang cepat (Sistem 1) saat pengunjung berada dalam lingkungan yang penuh dengan stimulus eksternal. Pikiran manusia cenderung menyederhanakan tekanan dari lingkungan yang kompleks (Pothos dkk., 2021). Rasionalitas pengunjung menjadi terpecah-pecah dan memicu kesesatan keputusan *(decision fallacies)* saat mereka terpapar godaan *visual* serta wangi masakannya.

Akibatnya, konsumen penyetan cenderung mengesampingkan pengetahuan keamanan pangan dan mengabaikan potensi bahaya biologis maupun kimiawi, selama cita rasa makanan tersebut masih dapat diterima secara sensori. Kondisi ini sejalan dengan temuan oleh Issa-Zacharia dkk., (2025) yang menyatakan bahwa makanan penyetan sering dikaitkan dengan masalah sanitasi

dan keracunan makanan, tetapi usaha makanan ini justru semakin meluas. Pergeseran ini terjadi sebagai akibat dari perubahan gaya hidup masyarakat, seperti meningkatnya kebiasaan "makan di luar" yang merupakan gaya hidup umum di daerah perkotaan.

2. Pengaruh Persepsi Sanitasi Higiene dengan Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi jauh lebih kecil dari batas toleransi kesalahan (0,000 < 0,05), maka hipotesis dua (H2) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi sanitasi higiene memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini didukung oleh penelitian yang relevan oleh Cholis dkk. (2022) menegaskan bahwa persepsi konsumen mengenai kebersihan secara signifikan menjadi penentu utama terhadap keputusan pembelian makanan pada sektor pedagang kaki lima. Pengaruh signifikan dari persepsi tersebut bertumpu pada kemampuan praktis konsumen dalam menerapkan pengetahuan sanitasi higiene mereka melalui pengamatan visual di lapangan.

Cholis dkk. (2022) melalui penelitiannya membuktikan bahwa konsumen secara sadar akan menghindari pedagang yang tampak kotor, tidak menggunakan peralatan saji yang bersih, tidak memakai alat pelindung seperti hand glove, kondisi kuku penjual atau masker dan membiarkan bahan makanan dalam keadaan terbuka. Penilaian persepsi *visual* yang terbukti dalam penelitian yang relevan tersebut mengonfirmasi bahwa tampilan fisik lapak yang bersih berfungsi untuk meredakan keraguan konsumen. Mekanisme pengamatan visual yang menjadi penentu keputusan ini dapat dijelaskan lebih komprehensif melalui cara kerja kognitif konsumen.

Wardhana (2024) menjelaskan bahwa persepsi konsumen merupakan suatu proses kognitif yang melibatkan pemilihan, Proses pengambilan keputusan berbasis rangsangan dari stimulus fisik ini sering kali bekerja secara otomatis dan memengaruhi individu pada tingkat bawah sadar (Krishna, 2015).

Konsumen penyetan di area Pasar Malam Kodam Brawijaya secara instan melakukan penilaian persepsi sanitasi higiene murni berdasarkan visual penjual makanan penyetan. Ini memiliki keselarasan dengan teori kualitas layanan atau Service Quality (Servqual) dari Parasuraman & Berry (1988, dalam Hetharie dkk., 2023). Dimensi Tangibles (bukti fisik) mengambil peran sebagai aspek yang paling relevan mewakili wujud fisik dari layanan, mulai dari estetika lingkungan, kebersihan fasilitas, sumber air cuci, manajemen limbah, hingga penampilan *personal* pedagang. Bukti fisik inilah yang diproses secara langsung oleh kognisi pengunjung sebagai bentuk jaminan keamanan guna memotivasi mereka untuk membuat keputusan pembelian produk penyetan.

3. Pengaruh Pengetahuan Keamanan Pangan dan Persepsi Sanitasi Higiene secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah sebesar 0.000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga (H3) diterima. Artinya, terdapat pengaruh pengetahuan keamanan pangan (X1) dan persepsi sanitasi higiene (X2) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y). Untuk mengukur seberapa besar kekuatan pengaruh dari kedua variabel tersebut secara keseluruhan, digunakan analisis koefisien determinasi. Berdasarkan pengolahan data, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,491. Angka ini memiliki makna bahwa pengetahuan keamanan pangan dan persepsi sanitasi higiene secara bersama-sama mampu memengaruhi dan menjelaskan alasan di balik keputusan pembelian konsumen sebesar 49,1%. Sementara itu, 50,9% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

Hasil pengujian ini sangat sejalan dengan temuan penelitian oleh Ridhotul Ilmiyah, Luthfiyah Nurlaela, Sri Handajani, dan Ita Fatkhur Romadhoni (2025) di kawasan Pasar Malam Korem Surabaya. Ridhotul dkk. (2025) menegaskan bahwa faktor keamanan dan kebersihan makanan merupakan dua pilar utama pendorong minat beli konsumen secara simultan. Penelitian terdahulu tersebut menyoroti sebuah fenomena menarik di mana preferensi konsumen usia muda sering kali didominasi oleh pertimbangan selera, harga, beserta kemudahan akses. Dominasi pertimbangan praktis tersebut memunculkan kesenjangan (*gap*) antara tingginya kesadaran mereka terhadap isu kebersihan dan keputusan aktual di lapangan untuk tetap membeli makanan.

Kondisi lapangan tersebut menegaskan sebuah dinamika perilaku konsumen yang kompleks. Pengetahuan teoretis secara parsial mungkin tidak terlihat signifikan dalam memengaruhi keputusan. Memori kognitif konsumen pada praktiknya akan berpadu dengan stimulus visual (Prima, 2016) guna membentuk evaluasi holistik di benak mereka (Giese & Cote, 2000). Konsumen pada dasarnya menyadari potensi bahaya keamanan pangan secara teoretis. Kemampuan mereka untuk memvalidasi kebersihan pedagang secara langsung pada akhirnya berhasil mengeliminasi keraguan atau disonansi kognitif tersebut.

Keputusan pembelian konsumen di Pasar Malam Kodam Brawijaya pada akhirnya tidak sekadar bergantung pada kapasitas pengetahuan mereka tentang keamanan pangan. Tindakan transaksi sangat ditentukan oleh visualisasi nyata yang meyakinkan mereka di lokasi. Fakta lapangan ini memberikan landasan strategis bagi pengelola pasar malam dan akademisi vokasi Tata Boga. Proses edukasi tidak bisa lagi sekadar berfokus pada transfer teori di dalam kelas. Upaya edukasi tersebut wajib dibarengi dengan pemanfaatan panduan visual sanitasi (*visual cues*) secara langsung di area operasional pedagang kaki lima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh keamanan pangan dan persepsi sanitasi higiene terhadap keputusan pembelian, dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan Keamanan Pangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Persepsi sanitasi higiene memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Pengetahuan keamanan pangan dan persepsi sanitasi higiene berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Adha, A., Zakianis, Z., Fitria, L., Kusnoputranto, H., Hadi, H., & Purba, S. K. (2025). Food Safety Training and Food Safety Practices Among Street Vendors at Public Elementary Schools. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia*, *8*(2), 131–140. https://doi.org/10.56338/mppki.v8i2.6937

Agustin, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Produk Yamaha pada PT. Yamaha Alfa Scorpii Flamboyan*.

Anastasya Pramono, Diana Juni Mulyati, & Ute Chairuz M. Nasution. (2024). Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil di Pasar Kodam Brawijaya Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas dan Digital*, *1*(3), 130–144. https://doi.org/10.61132/jukerdi.v1i3.210

Auliyah, R., Maruly, S. Dela, Hariani, M., Sunan, U., & Surabaya, G. (2024). Pengaruh Citra destinasi dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung ulang di pasar malam kodam V brawijaya surabaya. Dalam *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisiplinier* (Vol. 8, Nomor 6).

Dalamkata. (2024). *Pasar Malam Kodam Brawijaya Tempat Nyaman Bersantap*.

Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). *Defining Consumer Satisfaction*. http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf

Hammado, N., & Muzaini, M. (2023). Penyuluhan pentingnya sanitasi lingkungan untuk peningkatan kualitas kesehatan masyarakat desa gantarang kecamatan kelara kabupaten jeneponto. Dalam *J. A. I : Jurnal Abdimas Indonesia*. https://dmi-journals.org/jai/

Irwansyah, R. (2021). *Perilaku Konsumen*.

Issa-Zacharia, A., Soingei, R. M., & Richard, A. (2025a). Evaluation of food safety knowledge, attitude and hygienic practices among food service workers in hotels, restaurants and street food stands in Morogoro, Tanzania. *Journal of Food Safety and Hygiene*. https://doi.org/10.18502/jfsh.v10i3.18357

Issa-Zacharia, A., Soingei, R. M., & Richard, A. (2025b). Evaluation of food safety knowledge, attitude and hygienic practices among food service workers in hotels, restaurants and street food stands in Morogoro, Tanzania. *Journal of Food Safety and Hygiene*. https://doi.org/10.18502/jfsh.v10i3.18357

Kahneman, D. (2011). *Thingking, Fast and Slow*.

Kemenkes RI, no 55. (2023). *Berita Negara Republik Indonesia*. www.peraturan.go.id

Kesumastuti, A., Marniati, Darmawan, & Safrizal. (2023). *Penerapan hygiene sanitasi makanan jajanan pada pedagang kaki lima di mtsn 3 dan sdn 14 aceh barat*. *7*(1).

Kotler, P., & Armstong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1* (12 ed.). ERLANGGA.

Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Ltd.

krishna, A. (2015). *The Science of Sensory Marketing*.

Lutfi, M., Fakultas, F., Dan, E., Islam, B., Sunan, U., & Surabaya, A. (2022). *Analisis Pemanfaatan Kodam V Brawijaya Surabaya Sebagai Objek Wisata Kuliner*. https://journal.utnd.ac.id/index.php/jes

Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Q. A. Habib, Ed.).

Maharani, S. Z., Suprijandani, Darjati, Rokhmalia, F., & Kriswandana, F. (2022). *Kondisi sanitasi pasar soponyono kecamatan rungkut kota surabaya tahun 2022*.

Mardiatmoko, G. (2020). The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of the Preparation of the Allometric Equation of Young Walnuts). *Barekeng*, *14*(3), 333–342. https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342

Mattia, D. D., Manikonda, K., Hall, A., Wise, M., & Crowe, S. (2018). *Morbidity and Mortality Weekly Report Surveillance for Foodborne Disease Outbreaks-Centers for Disease Control and Prevention MMWR Editorial and Production Staff (Serials) MMWR Editorial Board*.

Muda, D. F. (2023). *Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku personl hygiene pedagang makanan kaki lima di kawasan pedestrian jalan kaliurang km.7 yogyakarta*.

Najiyah, S. Y., & Nurlaela, L. (2019). *Hubungan Kondisi Higiene Sanitasi dan Sikap Konsumen terhadap Pembelian Makanan Jajanan di Pasar Tradisional Pakis Surabaya* (Vol. 8, Nomor 2).

Nisa. (2023). *Persepsi*.

Nugroho, C. A. (2010). *Pengaruh Kredibilitas brand Endorser TerhadapTingkat Motivasi Dalam Menggunakan Produk (Studi Eksplanatif tentangPengaruh Kredibilitas Idang Rasjidi sebagai Brand Endorser dan Rekomendasi Kelompok Referensi TerhadapTingkat Motivasi Memilih Kursus Musik Omah Moesik Idang Rasjidi Pekalongan pada siswa Omah Moesik Idang Rasjidi di Kota Pekalongan*.

Pemerintah Republik Indonesia. (2019). *peraturan pemerintah republik indonesia nomor 86 tahun 2019*.

Permatasari, I., Handajani, S., Sulandjari, S., Faidah, M., & Info, A. (2021). *Faktor perilaku higiene sanitasi makanan pada penjamah makanan pedagang kaki lima*. *10*(2), 223–233. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/

Pothos, E. M., Waddup, O. J., Kouassi, P., & Yearsley, J. M. (2021). What is rational and irrational in human decision making. *Quantum Reports*, *3*(1), 242–252. https://doi.org/10.3390/quantum3010014

Prima, E. (2016). *Cognitive Science dan Cognitive Development dalam pemrosesan informasi (Information procesing) pada anak*.

Rahmawati, K., & Siwiendrayanti, A. (2023). *Penerapan Higiene Sanitasi Makanan pada rumah makan di tempat wisata*.

Riskiani, D. (2023). *Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Sikap Pedagang Kaki Lima dengan Hygiene Sanitasi Makanan di Pasar Raya Padang*.

Sakinah, N. (2019). The Assessment of Hygiene and Sanitation Practice in "Penyetan" Food Traders In The Sunan Ampel Religious Tourism Area Surabaya. *Jurnal Kesehatan Lingkungan*, *11*(1), 45–53. https://doi.org/10.20473/jkl.v11i1.2019.45-53

Siaputra, H. (2020). Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, *6*(2), 79–87. https://doi.org/10.9744/jmhot.6.2.79-87

Siregar, N., Purnama, H., Nursyamsi, E. S., & Dewi, K. N. (2021). *Sosialisasi pengelolaan sanitasi bagi kesehatan keluarga*.

Sulistyowati, A. P. (2021). *Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Sikap tentang Covid-19 dengan Tingkat Kecemasan Masyarakat pada masa Pandemi di Susun Ngigas Barat Rt 34 Rw 08 Kelurahan Krian Sidoarjo*.

Wardhana, A. (2024). *CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL ERA 4.0 [2] EDISI INDONESIA PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA*.

WHO. (2006). *Five keys to saver food manual departement of safety, zoonoses and foodborne diseases*.

Wicaksana, S. A., Psi, S., Psi, M., Safira, P., Lunadevy, A., Lolia, T., Veronica, M., Soedira, G., Kartika, M. H., Novira, D., & Putri, W. (2021). *Perilaku Konsumen (Kunci Memenangkan Bisnis)*.

widianti, anik. (2023). *Kajian Prinsip-prinsip higiene sanitasi makanan di rumah sakit islam siti aisyah madiun*.

Wulandari, W., Rahayu, S. A., & Sari Anita, A. (2023). Faktor yang berhubungan dengan personal hygiene pedagang makanan jajanan di pasar tradisional surakarta. *Jurnal Kesehatan Masyarakat, Vol 7, No.3 Desember*.

Yarni, L., Nurhayati, S., Simanjutak, carolina, uli rotua, lestari, dian, prihatin, ayu, Imanuna, M., & Anggarini, R. N. (2023). *Kajian Analisis Data kasus Keracunan Obat dan Makanan Tahun 2023*. Badan BPOM.

Yasin, S. F., & Novalina, D. (t.t.). *Literature Review: Cemaran Bakteri Escherichia Coli pada sayuran mentah*.

Yulianti, R., Muhlishoh, A., Laeli, H. N., Rosnah, Lusiana, A. S., & Sutrisno, E. (2022). *Keamanan dan Ketahanan Pangan*. https://www.researchgate.net/publication/366684879

Yulianto, Hadi, W., & Nurcahyo, J. R. (2020). *Hygiene, sanitasi dan K3* (pertama).