

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam persaingan bisnis yang semakin meningkat, perusahaan perlu mengadopsi berbagai strategi. Salah satu strategi kunci adalah dengan memahami perilaku konsumen. Dengan memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan peluang keberhasilan (Simarmata et al., 2021, p. 1). Perilaku konsumen merupakan faktor krusial yang membentuk strategi pemasaran dan penjualan. Selera konsumen yang dinamis dan penilaian individu yang beragam menuntut fleksibilitas dalam merancang strategi produk dan penjualan (Simanihুরু et al., 2023, p. 22).

Pada masyarakat modern, di mana kebutuhan dasar telah banyak terpenuhi, individu semakin berfokus pada pencapaian kebutuhan yang lebih tinggi, seperti kesejahteraan atau *wellness*. Kesehatan dan kesejahteraan kini dianggap sebagai sarana penting untuk mendukung individu dalam usaha mencapai aktualisasi diri. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya orang yang memilih untuk menginvestasikan waktu, uang, dan energi mereka dalam produk, layanan, dan pengalaman yang mendukung kesehatan menyeluruh serta membantu mereka mencapai keseimbangan hidup yang

optimal. Gaya hidup ini mencerminkan perubahan dari fokus pada kebutuhan dasar menuju pencapaian keseimbangan hidup yang lebih menyeluruh dan memuaskan, sebagai bagian dari perjalanan mereka menuju kehidupan yang lebih sehat dan harmonis (Pratiwi, 2024). Industri *global wellness*, yang sempat mengalami penurunan tajam sebesar 9,5% pada tahun 2020 akibat pandemi, telah menunjukkan resiliensi yang kuat. Pada tahun 2022, nilai pasarnya telah melampaui level pra-pandemi dan diperkirakan akan terus tumbuh sebesar 8,6% per tahun hingga tahun 2027. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen akan produk dan layanan kesehatan (Institute, 2024).

Fenomena tersebut tidak dapat dipisahkan dari dampak pandemi Covid-19 yang telah memunculkan tren kesehatan baru di masyarakat. Semakin banyak orang kini menjadikan olahraga rutin dan konsumsi makanan sehat sebagai bagian penting dari gaya hidup mereka. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan mempersiapkan diri menghadapi potensi ancaman kesehatan di masa depan. Perubahan perilaku ini mencerminkan kesadaran yang semakin tinggi akan pentingnya menjaga kesehatan secara proaktif. Menurut Fitri Hidayani, seorang ahli gizi dari Rumah Sakit Cipto Mangunkusumo, meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pola hidup sehat telah menyebabkan diet berbasis tumbuhan, atau *plant-based*, semakin populer. Ia menambahkan bahwa pada tahun 2022, kita akan melihat banyak variasi makanan sehat yang bermunculan. Fitri menjelaskan bahwa, meskipun diet untuk menurunkan berat badan tetap menjadi perhatian, tren utama masyarakat akan lebih

fokus pada upaya untuk meningkatkan kekebalan tubuh dan mengonsumsi makanan yang mendukung kesehatan secara umum (Angelia, 2022).



Sumber: GoodStats, 2022

**Gambar 1. 1 Perilaku Diet Yang Dilakukan Masyarakat Indonesia**

Berdasarkan data di atas sebagian besar responden berusaha menjaga kebiasaan diet mereka dengan rutin berolahraga, dengan persentase mencapai 53%. Selain itu, 45% responden melaporkan bahwa mereka memperbanyak konsumsi serat melalui buah dan sayur sebagai bagian dari pola makan sehat mereka. Ini menunjukkan bahwa, dalam upaya untuk menerapkan diet sehat, banyak yang mengintegrasikan aktivitas fisik dan asupan makanan kaya serat ke dalam rutinitas harian mereka (Angelia, 2022).

Masyarakat Indonesia sering kali menghadapi kesulitan dalam menerapkan pola makan sehat, banyak responden melaporkan tantangan yang sama, yaitu ketidakmampuan untuk tetap konsisten, sekitar 54% dari responden mengalami masalah tersebut (Angelia, 2022). Dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut:

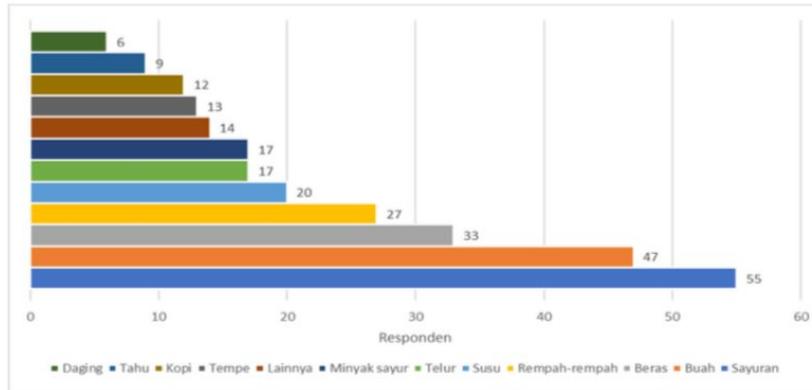


Sumber: GoodStats, 2022

**Gambar 1. 2 Tantangan responden dalam menjaga pola makan sehat**

Sebagian besar tantangan dalam menerapkan pola makan sehat berasal pada masalah yang sama, yaitu kesulitan untuk mempertahankan konsistensi. Banyak orang merasa bahwa menjaga pola makan sehat secara berkelanjutan membutuhkan usaha lebih, sering kali terhalang oleh godaan makanan yang tidak sehat serta kebiasaan lama yang sulit ditinggalkan. Oleh karena itu, memiliki komitmen yang teguh dan kemampuan untuk mengontrol diri dengan baik menjadi faktor penting untuk tetap konsisten dalam menjalani pola makan sehat, sehingga dapat mewujudkan gaya hidup yang lebih baik serta mencapai kondisi kesehatan yang optimal. (Angelia, 2022).

Dalam upaya menjaga pola makan sehat pilihan produk segar juga memainkan peran penting. Sayuran, buah, dan beras organik merupakan produk segar yang paling banyak dibeli oleh konsumen, dengan persentase masing-masing sebesar 55% untuk sayuran, 47% untuk buah, dan 33% untuk beras organik dari total pembelian di lokapasar organik daring (David & Alkausar, 2023). Hal ini dapat terlihat pada gambar berikut:



Sumber: Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2021

**Gambar 1. 3 Pilihan Konsumen Pada Pangan Segar Organik**

Data diatas menunjukkan bahwa konsumen memiliki preferensi yang tinggi terhadap produk-produk segar dan organik, kecenderungan ini menegaskan pentingnya memilih bahan makanan berkualitas tinggi dan menunjukkan bahwa konsumen semakin memperhatikan aspek kesehatan dan keberlanjutan dalam pilihan belanja mereka (David & Alkausar, 2023).

Membiasakan diri dengan pola makan yang sehat sangat memerlukan komitmen dan usaha yang konsisten, tetapi manfaat yang diperoleh akan sangat berharga, masyarakat perlu didorong untuk menyadari manfaat dari pola makan yang seimbang dan mengintegrasikan kebiasaan sehat dalam kehidupan sehari-hari. Edukasi tentang pentingnya nutrisi, serta akses yang lebih baik ke pilihan makanan sehat, dapat membantu mengubah kebiasaan makan yang kurang sehat menjadi lebih menguntungkan bagi kesehatan jangka panjang (Putri, 2024)

Berikut merupakan beberapa usaha makanan sehat di Kota Palembang, dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1. 1 Beberapa Usaha Makanan Sehat Di Kota Palembang**

No.	Nama Usaha Makanan Sehat
1.	Noii17
2.	Marimarkitchen
3.	Anbu_healthyfood
4.	Craveat Healthy Food

Sumber: Survei Peneliti, 2024

Salah satu usaha yang mendukung pola hidup sehat di Kota Palembang yaitu *Craveat Healthy Food*. Usaha ini berfokus pada penyediaan makanan sehat dan menawarkan berbagai pilihan menu yang beragam, mulai dari camilan bergizi hingga makanan utama dengan nutrisi yang lengkap dan bebas gluten, Selain itu, mereka juga sering menghadirkan inovasi baru dalam setiap hidangan untuk memenuhi kebutuhan nutrisi konsumen yang semakin beragam. *Craveat healthy food* berlokasi di Komplek Garuda Putra 1 Jalan Jendral Sudirman No 658/D7 KM 5, 20 Ilir D.IV, Kec. Ilir Tim. 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129. Berbeda dengan usaha *Craveat healthy food* yang lebih mengutamakan makanan sehat dengan memastikan nutrisi yang lengkap, usaha serupa seperti Noii17, Marimarkitchen dan Anbu *healthy food* lebih mengutamakan makanan untuk diet penurunan berat badan yang dimana lebih berfokus pada pengurangan kalori dalam makanan.

Menurut wawancara yang telah dilakukan dengan owner yang bernama Ibu Rizanti, mengatakan bahwa kepopuleran *Craveat* tidak lepas dari menu-menu andalannya seperti *chicken salad wrap*, *chicken potato salad to go*, *summer fruit salad bowl*, *beef floss salad wrap*, dan *dark choco chia pudding*. Kombinasi rasa yang unik dan bahan-bahan berkualitas membuat menu-menu ini selalu menjadi favorit

pelanggan. Meskipun sehat, cita rasa yang ditawarkan tidak kalah dengan makanan cepat saji biasa.

Dengan adanya layanan pemesanan yang praktis melalui WhatsApp, serta kehadiran di platform GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood, konsumen kini dapat menikmati produk Craveat kapan saja dan di mana saja. Bagi mereka yang ingin berkunjung langsung, Craveat juga menyediakan pengalaman yang nyaman dengan akses mudah ke pilihan makanan sehat. Dengan kombinasi layanan antar dan pembelian langsung, Craveat memastikan semua konsumen, baik yang memilih kenyamanan berbelanja dari rumah maupun yang ingin merasakan pengalaman langsung, dapat dengan mudah memperoleh makanan sehat sesuai kebutuhan mereka.

Sejalan dengan tren perilaku konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan dan kebugaran, Craveat secara aktif berkolaborasi dengan kelas yoga untuk menciptakan pengalaman holistik bagi konsumen. Kerja sama ini tidak hanya memperkuat komitmen Craveat terhadap gaya hidup sehat, tetapi juga memberikan kesempatan bagi para penggemar yoga untuk menikmati hidangan sehat yang sesuai dengan gaya hidup mereka setelah sesi latihan. Hal ini menciptakan sinergi yang saling menguntungkan, menjadikan setiap kunjungan ke kelas yoga semakin menyenangkan dan bermanfaat.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Rizanti, selaku pemilik Craveat, salah satu tantangan utama yang sering dihadapi dalam menjalankan bisnis makanan sehat adalah kesulitan dalam membuat konsumen menyadari pentingnya konsumsi makanan sehat sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Hal ini terkait erat dengan upaya untuk

membangkitkan motivasi internal konsumen, yang cenderung kurang peduli terhadap pola makan sehat hingga mereka menghadapi masalah kesehatan yang serius. Kebanyakan konsumen baru menyadari kebutuhan akan makanan sehat setelah mengalami gejala penyakit, bukan sebagai langkah preventif yang dilakukan sejak dini untuk menjaga kesehatan tubuh.

Masalah lain yang sering dihadapi Craveat adalah pandangan konsumen yang menganggap bahwa makanan sehat itu sulit dan tidak menggugah selera, baik dari segi rasa maupun kemudahannya. Permasalahan ini diperkuat dengan pernyataan dari menurut (Hati, 2024) Pandangan terhadap makanan sehat sering kali masih diwarnai oleh *stereotip* bahwa makanan tersebut cenderung memiliki rasa yang hambar dan kurang menggugah selera, sehingga kurang menarik bagi sebagian besar masyarakat. Banyak orang di berbagai belahan dunia sebenarnya tidak ingin sepenuhnya menghilangkan rasa manis dari konsumsi mereka, karena rasa manis sering kali membawa kenyamanan dan kebahagiaan tersendiri. Namun, di sisi lain, mereka juga semakin menyadari pentingnya menjaga kesehatan, terutama dalam menghadapi isu-isu serius seperti tekanan darah tinggi, diabetes, dan penyakit metabolik lainnya. Oleh karena itu, muncul kebutuhan untuk menghadirkan makanan sehat yang tidak hanya baik untuk tubuh, tetapi juga tetap lezat, menggugah selera, dan sesuai dengan preferensi rasa masyarakat, sehingga dapat menjembatani keinginan untuk hidup sehat tanpa harus mengorbankan kenikmatan dalam menikmati makanan. Dalam konteks ini, variabel persepsi memainkan peran yang sangat krusial. Pandangan konsumen yang menganggap makanan sehat itu merepotkan dan tidak enak bisa menjadi hambatan

besar bagi mereka untuk mencoba produk sehat yang sebenarnya praktis, lezat, dan bermanfaat bagi kesehatan.

Dengan menggunakan data pembeli Craveat, dapat memahami preferensi konsumen yang terus berkembang. Craveat berusaha untuk menghadirkan inovasi dalam setiap menu, memastikan bahwa setiap menu makanan tidak hanya sehat, tetapi juga menggugah selera. Dan itulah yang ditawarkan dengan setiap kombinasi rasa yang diciptakan. Berikut data pembeli Craveat *healthy food*.

**Tabel 1. 2 Jumlah Pembeli Offline Craveat 2021-2024**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pembeli (Orang)</b>
2021	127 Orang
2022	278 Orang
2023	472 Orang
2024	300 Orang
<b>Total</b>	<b>1.177 Orang</b>

Sumber: Owner Craveat,2024

Berdasarkan tabel 1.2 jumlah pembeli offline Craveat diatas, menunjukkan adanya perkembangan selama periode 2021-2024 yang mencerminkan perubahan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Pada tahun 2021, jumlah pembeli relatif rendah karena pasca pandemi Covid-19. Lalu adanya peningkatan yang tajam pada tahun 2022, diikuti dengan lonjakan yang signifikan pada tahun 2023, hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Craveat mulai memiliki minat dan kepercayaan lebih besar terhadap produk Craveat.

Hal ini dipengaruhi oleh keberhasilan strategi pemasaran, meningkatnya kepercayaan konsumen, dan tren hidup sehat yang sedang berkembang. Meski begitu,

penurunan jumlah pembeli menjadi 300 orang pada tahun 2024 dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti munculnya persaingan baru, perubahan preferensi konsumen, atau persepsi terhadap produk. Secara keseluruhan, pola ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor seperti gaya hidup, motivasi, kepribadian, dan persepsi.

Menurut (Irwansyah et al., 2021, p. 1), perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Beberapa hal yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu, pengaruh psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, kemampuan belajar, dan sikap seseorang yang digunakan pemasar untuk menganalisis perilaku pembelian. Pengaruh pribadi, termasuk gaya hidup, kepribadian, dan status ekonomi, yang membantu pemasar memahami perilaku konsumen. Pengaruh sosial, melibatkan keluarga, pemimpin opini, dan kelompok referensi seperti teman dan rekan kerja, yang digunakan pemasar untuk mengevaluasi perilaku pembelian. Pengaruh budaya, yang mencakup pengaruh budaya, subkultur, dan kelas sosial yang digunakan pemasar untuk mempelajari perilaku pembelian. (Irwansyah et al., 2021, p. 47)

Selanjutnya, menurut (Irwansyah et al., 2021, p. 109), gaya hidup seseorang berpengaruh pada pola konsumsi mereka, yang pada akhirnya mempengaruhi permintaan terhadap produk sehingga membuat para melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut. Misalnya, konsumen yang menjalani gaya hidup sehat cenderung menghindari produk yang dianggap buruk bagi kesehatan, seperti minuman berkarbonasi, makanan cepat saji, dan rokok. Berdasarkan gaya hidup yang dimiliki

konsumen dengan pilihan makanan sehat yang ada, dapat menjadi alat ukur untuk memahami bagaimana gaya hidup yang dimiliki oleh penikmat makanan di *Craveat healthy food*.

Kemudian faktor kedua yaitu motivasi, menurut (Irwansyah et al., 2021, p. 108), motivasi merupakan dorongan internal yang mendorong seseorang untuk bertindak demi mencapai tujuannya. Dalam pengambilan keputusan, motivasi dijelaskan melalui paradoks kebutuhan dan keinginan, di mana keputusan untuk mengkonsumsi suatu produk bergantung pada pertimbangan antara kebutuhan dan keinginan serta manfaat yang ditawarkan oleh produk tersebut. Motivasi mendorong konsumen untuk memilih produk *Craveat healthy food* karena ingin menjaga kesehatan, sehingga keputusan untuk mengkonsumsi makanan sehat didasarkan pada pertimbangan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan kesehatan mereka.

Adapun faktor ketiga yaitu kepribadian, menurut (Samsiyah, 2023, p. 3) Kepribadian merupakan kumpulan ciri khas yang membedakan setiap individu, mencakup cara berpikir, merasakan, dan bertindak yang cenderung stabil dari waktu ke waktu dan di berbagai situasi. Sifat-sifat ini memengaruhi cara seseorang bereaksi terhadap berbagai rangsangan di sekitarnya, termasuk dalam hal keputusan dan kebiasaan membeli. Kepribadian memiliki peran penting dalam membentuk perilaku kesehatan seseorang, yang tercermin melalui pola pikir, motivasi, dan preferensi individu. Misalnya, individu yang memiliki kebiasaan untuk secara konsisten menjaga pola makan sehat dan rutin berolahraga cenderung menunjukkan tingkat energi yang lebih tinggi, stamina yang lebih baik, dan sikap hidup yang lebih optimis (Ilham, 2023).

Berdasarkan kepribadian konsumen dapat membantu *craveat healthy food* untuk mengetahui kepribadian dari konsumen dalam memilih produk sesuai dengan keinginan dan selera pribadi, yakin dengan pilihan tepat terhadap keputusan pembelian pada *craveat healthy food*. Apabila konsumen telah melakukan keputusan pembelian produk sesuai dengan selera maka akan tercipta keputusan pembelian pada benak konsumen itu sendiri.

Faktor keempat persepsi, Persepsi adalah perilaku konsumen terhadap suatu produk merupakan tindakan dalam menafsirkan mutu, fungsi dan manfaat yang ditawarkan kepadanya, sehingga konsumen memiliki gambaran tersendiri tentang bagaimana dampak dari produk tersebut apabila digunakan (Irwansyah et al., 2021, p. 110). Menurut (Hati, 2024) Pandangan terhadap makanan sehat sering kali masih diwarnai oleh *stereotip* bahwa makanan tersebut cenderung memiliki rasa yang hambar dan kurang menggugah selera, sehingga kurang menarik bagi sebagian besar masyarakat. Banyak orang di berbagai belahan dunia sebenarnya tidak ingin sepenuhnya menghilangkan rasa manis dari konsumsi mereka, karena rasa manis sering kali membawa kenyamanan dan kebahagiaan tersendiri. Namun, di sisi lain, mereka juga semakin menyadari pentingnya menjaga kesehatan, terutama dalam menghadapi isu-isu serius seperti tekanan darah tinggi, diabetes, dan penyakit metabolik lainnya. Oleh karena itu, muncul kebutuhan untuk menghadirkan makanan sehat yang tidak hanya baik untuk tubuh, tetapi juga tetap lezat, menggugah selera, dan sesuai dengan preferensi rasa masyarakat, sehingga dapat menjembatani keinginan untuk hidup sehat tanpa harus mengorbankan kenikmatan dalam menikmati makanan. Persepsi konsumen

dalam membeli makanan sehat pada *craveat healthy food* dilihat dari banyaknya konsumen yang kini semakin sadar akan pentingnya kesehatan dan dampak makanan terhadap kesejahteraan mereka. Dalam hal ini, *craveat healthy food* menjadi pilihan yang memenuhi kebutuhan nutrisi para konsumen, seperti sayuran organik dan buah-buahan yang memberikan manfaat kesehatan jangka panjang.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Novita Sukmawati, Sri Rejeki Ekasasi, (2020) dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy" hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Soyjoy di Yogyakarta. Namun penelitian sebelumnya (Widyastuti, 2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran organik.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sarmin, Tasya Nur Mahdi, dan Rinaldi Sri Herlambang (2023) dengan judul "Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dodol Betawi Ceger Sukajaya" Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Motivasi dan Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Dodol Betawi Ceger Sukajaya. Namun Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aulia (Agusti, 2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan sehat di Jakarta.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cut Mutia Hilda, Khumaira, Sri Fitri (2024) dengan judul "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Dalam Membeli Sayuran Hidroponik Di Galery Hidroponik Aceh Kecamatan Lhoknga” Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Pribadi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin tinggi faktor pribadi seperti gaya hidup dan kepribadian akan semakin tinggi keputusan responden dalam pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis melakukan penelitian untuk menganalisis **”Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Kepribadian dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Craveat *Healthy Food*”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan diatas, maka rumusan masalah yang dihadapi adalah

1. Bagaimana Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Kepribadian dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Craveat *Healthy Food* Secara Parsial?
2. Bagaimana Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Kepribadian dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Craveat *Healthy Food* Secara Simultan.

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada:

1. Terdapat 4 variabel X dalam penelitian ini yakni Gaya Hidup ( $X_1$ ), Motivasi ( $X_2$ ), Kepribadian ( $X^3$ ), Dan Persepsi ( $X_4$ ), dan terdapat variabel Y yakni Keputusan Pembelian (Y).
2. Objek penelitian ini adalah *Craveat Healthy Food*, sebuah usaha yang menyediakan makanan sehat.
3. Responden penelitian adalah seluruh konsumen *Craveat Healthy Food*.
4. Penelitian ini berlokasi di Komplek Garuda Putra 1 Jalan Jendral Sudirman No 658/D7 KM 5, 20 Ilir D.IV, Kec. Ilir Tim. 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129.
5. Penelitian ini akan dilakukan selama 2 bulan yaitu pada bulan Oktober dan November.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang digunakan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Kepribadian dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Craveat Healthy Food* secara parsial.
2. Untuk menganalisis Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Kepribadian dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Craveat Healthy Food* secara simultan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dapat memberikan landasan dan referensi tentang Pengaruh Gaya Hidup, Motivasi, Kepribadian dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Craveat *Healthy Food* sehingga dapat menjadi panduan atau pendoman bagi peneliti selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat. Dengan menganalisis pengaruh gaya hidup, motivasi, kepribadian dan persepsi, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen, sehingga dapat disusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan mampu meningkatkan penjualan Craveat *healthy food*.

## 1.6 Sistematika

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian ini penulis akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini penulis akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori mengenai pengertian Keputusan Pembelian,

indikator Keputusan Pembelian, pengertian Gaya Hidup, indikator Gaya Hidup, pengertian Motivasi, indikator Motivasi, pengertian Kepribadian, indikator Kepribadian, pengertian Persepsi, dan indikator Persepsi.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bagian ini penulis akan membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini penulis akan membahas mengenai pengolahan terhadap data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis, dalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan.