

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP MAKANAN CEPAT SAJI
Nasi Goreng *ROCKET CHICKEN* DI KOTA BANJARBARU
(Study Kasus Rocket Chicken Cabang Pasar Bauntung)**

**Consumer Attitudes Analysis of Rocket Chicken Fried Rice
in Banjarbaru City
(Case Study of Rocket Chicken in Bauntung Market Banjarbaru Branch)**

Mahendra Sri Harjono*, H. Abdullah Dj'afar, H. Abdussamad

Prodi Agribisnis/Jurusan SEP, Fak. Pertanian – Univ. Lambung Mangkurat, Banjarbaru – Kalimantan Selatan

*Corresponding author : hendra2394@gmail.com

Abstrak. Salah satu usaha pelayanan makanan yang saat ini sedang berkembang adalah bisnis di sektor makanan cepat saji. Hal ini menjadi sebuah peluang bagi para pengusaha, sehingga menimbulkan persaingan para pengusaha di sektor makanan cepat saji baik dari lokal maupun multinasional. Persaingan yang ketat menyebabkan pengusaha melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya dan menyebabkan restoran cepat saji yang ada saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan pelanggan dan di harapkan dapat bersaing dan semakin meningkatkan mutu dan penjualannya. Rocket Chicken adalah perusahaan Waralaba/Franchise yang bergerak dibidang Fast Food Restaurant, dengan produk unggulan, *fried chicken*, *nasi goreng*, *Steak*. dan dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan. Rocket Chicken berdiri pada 21 Februari 2010. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap menu makanan cepat saji nasi goreng di Rocket Chicken Banjarbaru, Untuk mengetahui atribut apa yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan membeli nasi goreng di Rocket Chicken cabang Pasar Banjarbaru, untuk mengetahui permasalahan pengelolaan yang ada dalam perusahaan tersebut. Metode penarikan contoh dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu *purposive* untuk penentuan daerah dan *accidental sampling* untuk penentuan siapa saja yang membeli produk pada saat pengumpulan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap konsumen Nasi goreng diperoleh koefisien multiatribut fishben sebesar 111,82 artinya konsumen memiliki sikap baik terhadap atribut Nasi goreng itu sendiri dan Atribut yang paling dipertimbangkan Banjarbaru secara berturut-turut yaitu: rasa, harga, kandungan minyak, warna, aroma, dan penampilan.

Kata kunci : rocket chicken, sikap konsumen, koefisien multiatribut

PENDAHULUAN

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus di penuhi oleh pemerintah dan masyarakat secara bersama-sama. Dalam UU Nomer 7 Tahun 1996, tentang pangan di sebutkan bahwa dalam pemerintahan menyelenggarakan pengaturan, pembinaan, pengendalian, dan pengawasan sementara masyarakat menyelenggarakan proses produksi, perdagangan, distribusi, serta masyarakat berperan sebagai konsumen yang berhak

memperoleh pangan yang cukup, berkualitas, dan merata.

Salah satu usaha pelayanan makanan yang saat ini sedang berkembang adalah bisnis di sektor makanan cepat saji. Hal ini menjadi sebuah peluang bagi para pengusaha, sehingga menimbulkan persaingan para pengusaha di sektor makanan cepat saji baik dari lokal maupun multinasional. Persaingan yang ketat menyebabkan pengusaha melakukan usaha pelayanan terbaik kepada konsumennya dan menyebabkan restoran cepat saji yang ada

saling berlomba untuk menyediakan kemudahan dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan pelanggan dan di harapkan dapat bersaing dan semakin meningkatkan mutu dan penjualannya.

Rocket Chicken adalah Perusahaan Waralaba/Franchise yang bergerak di Bidang Fast Food Restaurant, dengan produk unggulan, *Fried chicken, nasi goreng, Steak*. dan dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan. Rocket Chicken berdiri pada 21 Februari 2010, sesuai perkembangan dan mulai di-franchisekan dengan pola kemitraan ini dapat mendorong pengusaha-pengusaha baru dengan modal yang terjangkau untuk memiliki suatu usaha bidang makanan yang dapat dikelola oleh perorangan atau berbadan hukum. Melalui tahapan proses yang panjang, akhirnya berdirilah gerai-gerai *Fast Food Restaurant* dengan brand Rocket Chicken mulai dari daerah tingkat 1 hingga daerah tingkat 2 seperti di DIY, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Keunggulan Rocket Chicken dengan membidik pangsa pasar seluruh kalangan lapisan masyarakat sehingga bisa didirikan hingga ke daerah-daerah dengan didukung system Manajemen yang telah teruji menjadikan Rocket Chicken sebagai usaha yang mempunyai *Brand awareness* tinggi, prospektif dan *marketable*. Dalam hal ini peneliti akan melakukan penelitian tentang bagaimana sikap konsumen terhadap rumah makan cepat saji Rocket Chicken yang menyediakan menu nasi goreng. Atribut apa saja yang paling di pertimbangkan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Perilaku konsumen akan terkait dengan atribut produk. Atribut produk adalah karakteristik dari suatu produk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk (Simamora 2004: 200).

Misalnya, seorang konsumen akan mencari menu nasi goreng di Kota Banjarbaru dengan kriteria nasi goreng yang di inginkannya. Ketika konsumen sudah mendapatkannya, maka konsumen enggan berpindah dari tempat tersebut. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui atribut yang di pertimbangkan konsumen sebelum membeli Nasi goreng. Agar

bisa menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan efisien serta dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bagi rumah makan cepat saji Rocket Chicken untuk mengetahui perkembangan, kebutuhan, dan memahami atribut-atribut apa saja yang melekat pada nasi goreng yang menjadi keinginan konsumen dalam mengkonsumsi. Adapun atribut yang melekat pada nasi goreng yang akan diteliti adalah, rasa, penampilan, warna, kandungan minyak nasi goreng, aroma, dan harga.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Mengidentifikasi sikap konsumen terhadap menu makanan cepat saji nasi goreng di rocket chicken; (2) Atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen.

Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber ilmu pengetahuan dan pengalaman serta sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1).

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Rocket Chicken Kota Banjarbaru Kecamatan Banjarbaru Selatan yang merupakan salah satu Rocket Chicken dengan pengunjung terbanyak. Waktu yang diperlukan dalam penelitian dari persiapan sampai dengan penulisan laporan dari bulan September 2017 sampai dengan bulan September 2018

Jenis Data dan Sumber Data

Data yang dipergunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara langsung dengan para konsumen responden. Data sekunder didapat dari instansi-instansi terkait seperti BPS Kota Banjarbaru, Kantor Kecamatan Banjarbaru Selatan dan Rocket Chicken Banjarbaru Selatan.

Metode Penarikan Contoh

Tahap pertama pemilihan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa rumah makan ini merupakan salah satu cabang dari Rocket Chicken yang memiliki jumlah pengunjung

paling banyak memesan menu nasi goreng, kemudian juga letaknya strategis yaitu bertempat di pusat Kota.

Tahap kedua yaitu penentuan responden menggunakan metode *accidental sampling* yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan siapa konsumen yang membeli pada saat pengumpulan data dilaksanakan jika dipandang cocok dengan kriteria.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu untuk mengetahui sikap konsumen nasi goreng di Rocket Chicken cabang Pasar Banjarbaru menggunakan model Multiatribut Fishbein dirumuskan sebagai berikut (Simamora, 2004: 200).

$$A_o = \sum(b_i \cdot e_i) \quad (1)$$

dengan A_o : sikap konsumen terhadap rocket chicken
 b_i : tingkat kepercayaan
 e_i : tingkat evaluatif

Langkah-langkah perhitungan; (1) menentukan penilaian kepercayaan konsumen terhadap atribut nasi goreng e_i dgn cara menentukan standar penilaian (*scoring*) dengan menggunakan skala likert yaitu sesuai dengan atribut yang akan diamati; (2) selanjutnya untuk mencari nilai kepercayaan konsumen terhadap nasi goreng b_i dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban responden dengan jumlah responden yaitu:

$$b_i = \frac{5a+4b+3c+2d+e}{a+b+c+d+e} \quad (2)$$

$$e_i = \frac{5a+4b+3c+2d+e}{a+b+c+d+e} \quad (3)$$

dengan: b_i nilai kepercayaan terhadap nasi goreng
 e_i nilai evaluatif terhadap nasi goreng
 a sangat penting
 b penting
 c cukup penting
 d tidak penting
 e sangat tidak penting

(3) Menentukan evaluasi konsumen mengenai atribut (e_i) dengan menentukan standar penia

ian (*scoring*) dengan menggunakan skala likert; (4) kemudian menghitung sikap konsumen terhadap atribut nasi goreng, dengan menggunakan model Multiatribut Fishbein tersebut; (5) menginterpretasikan jawaban yang diperoleh dalam skala sikap sangat baik sampai sangat tidak baik dengan menggunakan skala interval; (6) menentukan skala penilaian, dimana skor tersebut di kategorikan mulai dari sangat tidak di sukai sampai sangat di sukai. Dalam penelitian ini menggunakan 5 kategori dari 6 atribut.

Tabel 1. Skala penilaian

Atribut	Skor terendah			Skor tertinggi		
	Min. bi	Min. ei	Bi.ei	Max. bi	Max. ei	Bi.ei
Rasa	1	1	1	5	5	25
Penampilan	1	1	1	5	5	25
Warna	1	1	1	5	5	25
Kandungan minyak goreng	1	1	1	5	5	25
Aroma	1	1	1	5	5	25
Harga	1	1	1	5	5	25
Total	6			150		

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

$$\begin{aligned} \text{Skala interval} &= \frac{6(25.1)}{5} \\ &= 28,8 \end{aligned}$$

Selang interval ini akan dijadikan skala penilaian dan menginterpretasi sikap konsumen terhadap nasi goreng di Rocket Chicken cabang Banjarbaru Selatan adalah sebesar 28,8. Untuk menjawab tujuan kedua, yaitu untuk mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli nasi goreng, digunakan rumus berikut (Simamora, 2004):

$$a_i = b_i \cdot e_i \quad (4)$$

dengan: a_i nilai sikap skor atribut ke-i
 b_i tingkat kepercayaan
 e_i dimensi evaluatif

kriteria keputusan diambil dengan mengurutkan indeks nilai konsumen dari nilai yang tertinggi hingga terendah dengan cara menentukan atribut mana yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen sampai yang kurang dipertimbangkan oleh konsumen. Indeks nilai konsumen (a_i) yang tertinggi terhadap suatu atribut Nasi goreng menunjukkan bahwa atribut

tersebut merupakan atribut yang dominan dipertimbangkan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Penduduk

Keadaan penduduk di Kota Banjarbaru selatan meliputi jumlah dan kepadatan penduduk. Penduduk menurut jenis kelamin, penduduk menurut kelompok umur, keadaan penduduk, dan Jumlah penduduk menurut jenis kelamin dan *sex ratio* dan pendidikan adalah sebagai berikut: Kepadatan penduduk kecamatan banjarbaru selatan tahun 2017 mencapai 2.405 jiwa/km², dan kepadatan penduduk paling padat terletak di daerah kelurahan guntung paikat dengan kepadatan sekitar 4.017 jiwa/km², dan terendah terletak di kelurahan loktabat selatan sebesar 1.21 jiwa/km².

Tabel 2. Luas wilayah, jumlah rumah tangga dan jumlah penduduk dirinci menurut kelurahan di kecamatan Banjarbaru Selatan tahun 2017

kelurahan	Luas (km ²)	Jumlah rumah tangga	Jumlah penduduk	Rata-rata penduduk (jiwa / km ²)
Loktabat selatan	8,58	2.936	10.402	1.212
Kemuning	3,61	2.908	10.568	2.927
Guntung paikat	2,47	3.120	9.92	4.017
Sungai besar	7,30	7.881	21.95	3.002
Kec Banjarbaru selatan	21,94	16.845	52.807	2.405

Sumber: BPS Kota Banjarbaru (2017)

Jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki di Banjarbaru diketahui lebih banyak daripada perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki mempunyai peran dalam memberikan keputusan dalam membeli kebutuhan dalam rumah tangga.

Berdasarkan Tabel 3 proyeksi penduduk, penduduk Kecamatan Banjarbaru Selatan tahun 2017 sebanyak 52.807 jiwa yang terdiri atas 22.094 jiwa penduduk laki-laki dan 25.853 jiwa penduduk perempuan. Sementara itu besarnya rasio jenis kelamin penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 104, yang artinya

setiap 100 laki-laki terdapat 104 penduduk perempuan.

Tabel 3. Jumlah penduduk menurut jenis kelamin dan *sex ratio* menurut kelurahan di kecamatan Banjarbaru Selatan tahun 2017

Kelurahan	Jenis kelamin L	P	Jumlah penduduk	Sex Ratio
Loktabat selatan	5.407	4.995	10.402	108,25
Kemuning	5.393	5.175	10568	104,21
Guntung paikat	5.031	4.891	9.922	102,86
Sungai besar	11.123	10.792	21.915	103,7
Jumlah	22.094	25.853	52.807	104,21

Sumber. Pengolahan data primer (2018)

Tabel 4. Jumlah penduduk menurut kelompok Umur dan jenis kelamin di kota Banjarbaru Tahun 2016

Kelompok umur	Jenis Kelamin L	P	Jumlah (Jiwa)
0-4	12.127	11.634	23.761
05-09	10.880	10.125	21.005
10-14	10.483	9.993	20.476
15-19	11.221	10.493	21.714
20-24	11.732	10.523	22.255
25-29	9.968	10.109	20.097
30-34	10.431	10.464	20.895
35-39	10.003	9.996	19.999
40-44	9.233	8.555	17.788
Jumlah	120.172	114.119	234.371

Sumber: BPS Kota Banjarbaru (2017)

Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa pada Tahun 2016 jumlah penduduk terbesar terdapat pada kelompok umur 0-4 tahun, yaitu sebanyak 23.761 jiwa. Selain itu pada kelompok umur 20-24 tahun, yaitu menduduki peringkat kedua sebanyak 22.255. Sedangkan jumlah penduduk terkecil adalah kelompok umur 4.733.

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk pada usia 15-64 tahun sebanyak 161.766 jiwa yang merupakan penduduk usia produktif. Jumlah penduduk pada usia 65 tahun keatas sebanyak 7.363 jiwa. Hal ini berarti bahwa jumlah penduduk usia produktif lebih banyak daripada usia non produktif. Beban tanggungan penduduk usia produktif terhadap usia non produktif masyarakat Kota Banjarbaru dapat diketahui dari Angka Beban Tanggungan (ABT) dengan rumus (5)

Tabel 5. Penduduk usia produktif dan non produktif Banjarbaru tahun 2018

Kelompok umur	Jenis Kelamin		Jumlah (jiwa)	Persen (%)
	L	P		
0-14	33.490	31.752	65.242	27.84
15-64	83.088	78.678	161.766	69.02
65+	3.594	3.769	7.363	3.14
Jumlah	120.172	114.199	234.371	100

Sumber: BPS Kota Banjarbaru (2017)

$$ABT = \frac{\text{jumlah penduduk usia non produktif}}{\text{jumlah penduduk usia produktif}} \times 100\% \quad (5)$$

$$= \frac{72.605}{161.766} \times 100\%$$

$$= 44,88\%$$

Ini berarti bahwa dalam 100 penduduk golongan usia produktif menanggung 45 penduduk usia non produktif. Hal ini juga menunjukkan bahwa beban tanggungan penduduk usia produktif terhadap usia non produktif masyarakat Kota Banjarbaru dapat lebih ringan. Sehingga penduduk usia produktif dapat memenuhi kebutuhan keluarga.

Menurut Tingkat Pendidikan. Jumlah penduduk berumur 15 tahun keatas menurut tingkat Pendidikan tertinggi berdasarkan data BPS Kota banjarbaru.

Dapat diketahui bahwa Kota Banjarbaru jumlah penduduk paling banyak menyelesaikan Pendidikan yaitu tingkat Sekolah Menengah Atas 35,77% urutan kedua yaitu penduduk yang menyelesaikan tingkat Sekolah Menengah Pertama yaitu sebanyak 23,06%. Sedangkan urutan terakhir yaitu penduduk yang menyelesaikan Pendidikan diploma I/II/III Akademisi sebanyak 8.653 jiwa atau 5,09%.

Tabel 6. Jumlah penduduk berusia 15 tahun keatas menurut Pendidikan tertinggi kota Banjarbaru 2018

Jenis Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
tidak/belum pernah sekolah	12.767	7,51
Sekolah dasar	28.112	16,53
Sekolah Menengah Pertama	39.220	23,06
Sekolah Menengah Atas	60.823	35,77
Diploma I/II/III/Akademi	8.653	5,09
Universitas	20.476	12,04
Jumlah	170.051	100

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Karakteristik Responden. Karakteristik responden menurut umur. Memahami

perbedaan umur merupakan salah satu hal penting, karena perbedaan umur mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap suatu produk, dalam hal ini mengenai nasi goreng.

Tabel 7. Karakteristik responden nasi goreng berdasarkan kelompok umur 2018

Kelompok Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
18-25	18	10
26-33	14	16,67

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Tabel 8 menunjukkan bahwa umur responden terbanyak membeli nasi goreng di Rocket Chicken Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru berkisar antara umur 18-25 tahun, yaitu sebanyak 18 orang.

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin. Penelitian ini menggunakan 60 responden yang dibedakan antara laki-laki dan perempuan. Karakteristik responden menurut umur dapat dilihat pada Tabel 8.

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 33 orang. Sedangkan responden perempuan 27 orang. Hal ini kemungkinan dikarenakan jika laki-laki lebih memilih mengambil keputusan untuk membeli makanan cepat saji daripada perempuan yang kemungkinan lebih sering memasak dirumah untuk memenuhi kebutuhan.

Tabel 8. Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin 2018

Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	33	55
Perempuan	27	45

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan. Tingkat Pendidikan menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi juga dapat mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandangnya bahkan persepsinya terhadap suatu masalah. Semakin tinggi tingkat Pendidikan yang dimiliki seseorang maka akan semakin tinggi pula pengetahuan yang dimiliki. Pada

penelitian ini, didapatkan responden dengan latar belakang pendidikan.

Tabel 9. Karakteristik responden menurut tingkat Pendidikan 2018

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	4	6,67
SMP	4	6,67
SMA	28	46,67
S1	22	36,66
S2	2	3,33
Jumlah	60	100

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Tabel 9 menunjukkan bahwa responden yang membeli nasi goreng di Rocket Chicken Cabang Pasar Bauntung Kota Banjarbaru dengan tingkat Pendidikan yang beragam. Sebagian besar responden berpendidikan SMA yaitu sebanyak 28 konsumen dengan persentase 46,67%. Sedangkan Pendidikan terendah dari responden adalah SD yaitu sebanyak 4 orang responden dengan persentase 6,67%. Dari keseluruhan, sebagian konsumen Nasi goreng memiliki tingkat pendidikan tinggi karena sudah melampaui wajib belajar 9 tahun.

Karakteristik Konsumen Menurut Jenis Pekerjaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden nasi goreng Rocket Chicken Cabang Pasar Bauntung Kota Banjarbaru memiliki jenis pekerjaan yang beragam. Jenis pekerjaan akan mempengaruhi pendapatan rumah tangga yang didapat, adapun responden yang masih berstatus mahasiswa hingga hanya menerima uang bulanan saja yang diberikan oleh orang tua mereka dan mahasiswa yang masih berstatus aktif kuliah namun sambil bekerja sebagai freelance. Dengan jumlah pendapatan yang diterima perbulan tersebut akan berpengaruh pada keputusan konsumen dalam pembelian khususnya pada menu makanan cepat saji nasi goreng. Karakteristik responden menurut jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 9.

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa nasi goreng dikonsumsi oleh pelanggan yang mempunyai latar belakang yang beragam. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian besar responden yang membeli nasi goreng di Rocket Chicken cabang Pasar Bauntung Kota Banjarbaru paling banyak adalah mahasiswa/I yaitu 18 (30%) orang responden. Karakteristik

Responden Menurut Pendapatan. Pendapatan memiliki peran penting, sebab pendapatan akan mempengaruhi keputusan pembelian dalam memenuhi kebutuhan. Besar kecilnya pendapatan menggambarkan besarnya daya beli konsumen.

Tabel 10. Karakteristik responden menurut jenis pekerjaan 2018

Jenis pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
PNS	14	23,33
Wiraswasta	9	15
Mahasiswa/i	18	30
Freelance	7	11,66
Ibu Rumah Tangga	12	20

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Tabel 11. Karakteristik responden menurut pendapatan 2018

Pendapatan	Jumlah (Orang)
<2.000.000,-	22
>2.000.000,-	38

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan bahwa pendapatan responden yang membeli nasi goreng di Rocket Chicken cabang Pasar Bauntung Kota Banjarbaru beragam. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang membeli nasi goreng memiliki pendapatan <2.000.000/bulan sebanyak 22 orang responden dengan persentase 36,66% dan sisanya memiliki pendapatan >2.000.000/bulan 38 orang responden dengan persentase 63,33%.

Karakteristik Responden Menurut Jumlah Anggota Keluarga. Jumlah anggota keluarga responden akan mempengaruhi keputusan pembelian nasi goreng.

Tabel 12. Karakteristik responden menurut jumlah anggota keluarga 2018

Jumlah anggota keluarga (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
01-02	32	53,33
03-04	27	45

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Pada Tabel 12 menunjukkan bahwa anggota keluarga responden sangatlah beragam dari

yang hanya sendirian sampai yang berjumlah 6 orang anggota keluarga. Jumlah anggota keluarga mempengaruhi keputusan pembelian jumlah nasi goreng. Terlihat pada tabel bahwa responden terbanyak membeli Nasi goreng memiliki jumlah anggota keluarga 1-2 orang yaitu sebanyak 32 (53,33%) orang responden. Terbanyak kedua adalah memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3-4 orang berjumlah 27 (45%) orang responden.

Karakteristik Keadaan Usaha Perusahaan Rocket Chicken Kecamatan Banjarbaru Selatan

Bentuk Dan Luas Usaha. Rocket chicken berdiri pada tanggal 21 Februari 2010, yang kini Jumlah outlet yang aktif hingga 2018 sebanyak 416 outlet dengan total investasi Rp. 220.000.000 (rata-rata jumlah investasi dan belum termasuk sewa Gedung untuk daerah jawa) total investasi Rp. 240.000.000 (rata-rata jumlah investasi dan belum termasuk sewa Gedung untuk daerah luar pulau jawa). Bentuk-bentuk perizinan yang diurus oleh pihak Rocket Chicken diantaranya Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) serta Sertifikat layak sehat dari Dinas Kesehatan (Diskes) juga sudah dimiliki oleh pihak Rocket Chicken.

Pengelolaan Personalia. proses seleksi dan perekrutan pada Rocket Chicken terdiri dari: Analisis Jabatan, Perencanaan SDM, Rekrutmen, seleksi, Orientasi dan penempatan, Pelatihan dan pengembangan.

Perkembangan Usaha. Keuntungan atau omzet yang didapat dari hasil penjualan makanan dan minuman cepat saji yang tersedia di Rocket Chicken yang menurut penanggung jawab omzet atau keuntungan perhari yang didapat bisa mencapai Rp.5.000.000/perhari di hari biasa dan Rp.7.000.000/perhari di akhir pekan. Rocket chicken pusat mewajibkan pembayaran royalti setiap bulannya. Menurut penanggung jawab Rocket Chicken cabang Pasar Bauntung Banjarbaru Selatan ada dua pilihan cara pembayaran. Pertama, royalti 4% dari omzet perbulan atau royalti sebesar 25% dari laba bersih.

Bahan Baku Pembuatan. Sedangkan untuk bahan baku utama dan bahan baku penolong, seperti beras ayam, dll, didapat langsung di

pasar di banjarbaru, sedangkan untuk bumbu di kirim langsung dari pusat yakni dari semarang.

Perilaku Beli Konsumen

Perilaku konsumen pada dasarnya merupakan keputusan yg diambil konsumen dngan menggunakan sumber yg tersedia yaitu waktu, uang dan upaya untuk ditukar dengan barang yang dibutuhkan. Perilaku konsumen secara sederhana adalah meliputi keputusan konsumen tentang apa saja yang dibeli, mengapa, dimana, kapan, dan seberapa sering konsumen membeli suatu produk.

Perilaku responden dalam membeli nasi goreng perlu dipelajari dan dipahami oleh produsen karena untuk mengetahui bagaimana selera responden dan bagaimana responden mengambil keputusan untuk membeli nasi goreng. Hal ini sangat penting untuk saat ini dalam menuntun kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien.

Alasan Pembelian

Pada penelitian responden diambil adalah konsumen yang membeli nasi goreng di Rocket Chicken cabang Pasar Bauntung Kota Banjarbaru. Dari hasil wawancara dengan 60 responden dapat diketahui alasan responden melakukan pembelian nasi goreng.

Tabel 13. Alasan pembelian nasi goreng di Rocket Chicken Banjarbaru Selatan

Alasan pembelian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Rasanya enak	30	50
Tempatnya nyaman	10	16,66
Harga terjangkau	20	33,33
Jumlah	60	100

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Berdasarkan hasil wawancara pada Tabel 13 menunjukkan bahwa alasan responden terbanyak membeli nasi goreng di Rocket Chicken cabang Pasar Bauntung Kota Banjarbaru adalah karena rasanya lebih enak yaitu sebanyak 30 orang responden dengan persentase (50%). Diurutan kedua dengan alasan lain yaitu harganya terjangkau dengan banyak 20 orang responden dengan persentase (33,33%). Kemudian dengan alasan lain yaitu tempat yang nyaman sebanyak 10 orang responden (16,66%).

Frekuensi Pembelian

Dalam proses pembelian nasi goreng sebagian konsumen sudah memiliki jadwal untuk melakukan pembelian tetapi kebanyakan responden membeli nasi goreng di Rocket chicken dengan pembelian yang tidak menentu.

Pada Tabel 14 menunjukkan sebanyak 48 orang responden dengan persentase (80%) melakukan pembelian nasi goreng tidak tentu atau kadang-kadang mengkonsumsi nasi goreng di rocket chicken. dalam hal ini responden tidak mempunyai jadwal-jadwal khusus untuk mengkonsumsi nasi goreng di Rocket Chicken. namun ada beberapa responden yang membuat jadwal dalam mengkonsumsi nasi goreng di Rocket Chicken yaitu sebanyak 12 orang yang terdiri dari pembelian nasi goreng seminggu sekali sebanyak 8 orang (13,33%) dan seminggu dua kali sebanyak 4 orang (6,67%).

Tabel 14. Frekuensi pembelian nasi goreng di Rocket Chicken kecamatan Banjarbaru Selatan 2018

Frekuensi Pembelian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Seminggu dua kali	4	6,67
Seminggu sekali	8	13,33
Tidak tentu	48	80
Jumlah	60	100

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Jumlah Pembelian

Pada Tabel 15 dibawah ini terlihat bahwa konsumen membeli menu nasi goreng di Rocket Chicken dengan jumlah.

Tabel 15. Jumlah pembelian nasi goreng Kecamatan Banjarbaru Selatan 2018

Jumlah pembelian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1 porsi	45	75
2-3 porsi	10	16,67
>3 porsi	5	8,33
Jumlah	60	100

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Tabel 15 di atas menunjukkan responden nasi goreng di Rocket Chicken cabang pasar Bauntung Kota Banjarbaru sebagian besar membeli nasi goreng sebanyak 1 porsi yaitu 45 orang responden dengan persentase (75%),

karena sebagian banyak dari responden membeli untuk dikonsumsi sendiri. Jumlah pembelian 2-3 porsi hingga >3 porsi sebanyak 15 orang dengan persentase masing-masing yaitu sebesar 16,67% dan 8,33%.

Sikap Konsumen Nasi goreng

Sikap konsumen nasi goreng di Rocket Chicken cabang Pasar Bauntung Kota Banjarbaru merupakan ungkapan perasaan konsumen mengenai nasi goreng, Sikap konsumen juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap atribut. Adapun atribut dalam penelitian ini adalah atribut yang melekat pada nasi goreng yakni rasa, penampilan, warna, kandungan minyak goreng, aroma dan harga.

Sikap konsumen nasi goreng terbentuk karena adanya kepercayaan dan evaluasi konsumen terhadap nasi goreng. Kepercayaan (bi) dan evaluasi (ei) konsumen mengenai atribut nasi goreng didapat dengan cara menentukan standar penilaian dengan menggunakan skala likert, kemudian mencari skor (nilai) kepercayaan dan evaluasi masing-masing atribut.

Selanjutnya, skor (nilai) tersebut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden dan dibagi dengan jumlah responden. Sehingga, didapat nilai kepercayaan dan evaluasi masing-masing atribut nasi goreng dan menentukan skala penilaian dengan menghitung skala interval. Terakhir menghitung sikap konsumen nasi goreng dengan menggunakan Model Multi atribut Fishbein, lalu menginterpretasikan jawaban.

Tabel 16. Sikap konsumen nasi goreng di Rocket Chicken Kecamatan Banjarbaru Selatan 2018

Atribut Nasi goreng	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Nilai sikap (Ao)
Rasa	4,75	4,72	22,42
Penampilan	4,07	4,02	16,36
Warna	4,33	4,33	18,75
Kandungan minyak	4,50	4,47	20,12
Aroma	3,70	3,70	13,69
Harga	4,53	4,52	20,48
Total			111,82

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Berdasarkan Tabel 16 diatas diketahui sikap konsumen nasi goreng di Rocket Chicken

cabang Pasar Bauntung Kota Banjarbaru diperoleh koefisien multiatribut Fishbein sebesar 111,82 artinya konsumen memiliki sikap yang baik berdasarkan sebaran skala interval termasuk pada interval skor $92,4 \leq A_o \leq 121,2$. Sikap konsumen nasi goreng tersebut menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap atribut nasi goreng dan nilai gizi yang terkandung dalam nasi goreng itu sendiri

Atribut yang Paling Menentukan Pilihan Konsumen

Faktor yang menentukan nilai sikap konsumen terhadap masing-masing atribut nasi goreng didapat dengan mengkalikan nilai kepercayaan konsumen (bi) dengan nilai evaluasi konsumen (ei). Angka inilah yang menunjukkan penilaian konsumen terhadap atribut yang melekat pada nasi goreng.

Tabel 17. Peringkat skor kepercayaan konsumen terhadap atribut nasi goreng di Rocket Chicken Kecamatan Banjarbaru Selatan 2018

Atribut Nasi goreng	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Nilai Skor bi.ei	Peringkat
Rasa	4,75	4,72	22,42	I
Penampilan	4,07	4,02	16,36	V
Warna	4,33	4,33	18,75	IV
Kandungan minyak	4,5	4,47	20,12	III
Aroma	3,7	3,7	13,69	VI
Harga	4,53	4,52	20,48	II

Sumber: Pengolahan data primer (2018)

Berdasarkan Tabel 17 dapat diketahui bahwa atribut yang paling menentukan konsumen dalam mengambil keputusan membeli menu nasi goreng di Rocket Chicken cabang Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru dari yang paling tinggi sampai yang paling rendah adalah atribut rasa (22,42), harga (20,48), kandungan minyak (20,12), warna (18,75), penampilan (16,36) dan aroma (13,69). Dari nilai skor di atas dapat dilihat bahwa yang memiliki nilai skor terendah adalah aroma dan penampilan karena menurut konsumen menyatakan bahwa penampilan yang dimaksud adalah tidak sesuainya tampilan nasi goreng dengan gambar di menu dan kurangnya sayuran seperti timun yang mana membuat konsumen kurang tertarik untuk menikmatinya, yang kedua aroma, aroma, konsumen menyatakan

bahwa aroma rempah pada nasi goreng kurang terasa sehingga mengurangi selera konsumen untuk menikmatinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan dalam penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Sikap konsumen nasi goreng diperoleh koefisien multiatribut sebesar 111,82 artinya konsumen memiliki sikap baik yaitu konsumen mempunyai kepercayaan penuh terhadap atribut fishbein serta manfaat nasi goreng itu sendiri. (2) Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli nasi goreng di Rocket Chicken cabang Pasar Bauntung Kota Banjarbaru secara berturut-turut yaitu: rasa, harga, kandungan minyak, warna, Masing-masing koefisien kontribusi adalah sebesar 22,42 ; 20,48, 20,12 dan 18,75. Sedangkan atribut yang terkecil koefisiennya adalah penampilan dan aroma yaitu hanya sebesar 16,36 dan 13,69

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat disarankan sebagai berikut: (1) Bagi produsen pemasar nasi goreng Rocket Chicken agar bisa tetap menjaga selera nasi goreng sesuai dengan keinginan konsumen, produsen juga harus lebih memperhatikan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli nasi goreng.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P & A. Gary. 2006. *Prinsip Prinsip Pemasaran*: Edisi Kedua belas Jilid I. Terjemahan Bob Sabran. Erlangga, Jakarta
- Sangadji, M. E. & Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen*. Andi Offset, Yogyakarta
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sumarwan, U. 2000. *Analisis sikap multiatribut fishbein terhadap produk biscuit sandwich coklat*. Media Gizi dan Keluarga, Bogor