

FAKTOR PENDORONG DAN PENARIK
KONSUMEN DEPOT MIE “LEKKER” SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk menyusun Skripsi S-1



Oleh :

ENGGARINO DIAMBONA
NPM: 0924010007

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA
2013

SKRIPSI

FAKTOR PENDORONG DAN PENARIK
KONSUMEN DEPOT MIE "LEKKER" SURABAYA

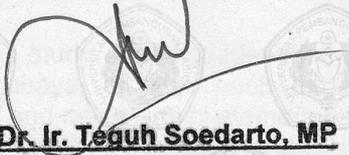
Disusun oleh :

ENGGARINO DIAMBONA
NPM: 0924010007

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 24 Juni 2013

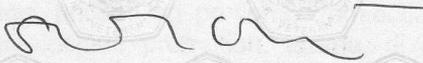
Pembimbing :

1. Pembimbing Utama:



Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP

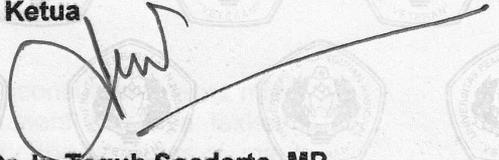
2. Pembimbing Pendamping:



Dr. Ir. H. Sumartono, SU

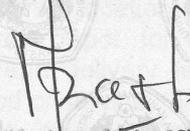
Tim Dosen Penguji :

1. Ketua



Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP

2. Sekretaris



Ir. Mubarakah, MTP

3. Anggota



Ir. Eko Priyanto, MP

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis



DR. IR. RAMDAN HIDAYAT, MS
NIP. 19620205 198703 1005



Dr. Ir. EKO NURHADI, MS
NIP. 19570214 198703 1001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen Depot Mie "Lekker" Surabaya, Menganalisis faktor pendorong dan penarik konsumen membeli Mie "Lekker" Surabaya, dan mengetahui kepuasan konsumen dalam menilai atribut-atribut "Mie Lekker" Surabaya. Analisis deskriptif digunakan untuk menguji tujuan satu, dua, dan tiga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong meliputi merek, lokasi, tempat parkir, harga, besar porsi, kecepatan transaksi, kebersihan depot. Untuk faktor penarik meliputi promosi, aroma, keragaman menu, fasilitas delivery service, penampilan pelayanan, keramahan pelayanan, kemasan, kecepatan layanan, kemampuan pramusaji berkomunikasi, suasana depot dan fasilitas depot. Karakteristik konsumen Depot Mie Lekker Surabaya di dominasi usia antara 30-40 tahun, mayoritas berjenis kelamin pria dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi, selain itu konsumen Depot Mie Lekker Surabaya kebanyakan sebagai pegawai swasta dengan pendapatan antara Rp.1.700.000 – Rp.2.500.000. hal ini disebabkan karena Depot Mie Lekker terletak didaerah perkantoran, kampus dan corporates.

Kata kunci : faktor pendorong dan penarik, kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aimed to identify the characteristics of consumers depot mie lekker surabaya, analyze push and pull factors consumers buy mie lekker Surabaya, and determine customer satisfaction in assessing the attributes of mie lekker Surabaya. Descriptive analysis was used to test these objectives. the results showed that the factors that affect customer satisfaction is the driving factor and a pull factor. Driving factors include the brand, location, space, parking, prices, big portions, transaction speed, cleanliness depot. for the pull factors include promotion, aroma, diversity of menu, menu delivery facilities, appearance services, hospitality services, packaging, speed of service, the ability to communicate waitress, atmosphere depot and depot facilities. Consumer characteristics depot mie lekker Surabaya in dominance between the ages of 30-40 years, the majority of the male with the latest education degree, besides consumer depot mie lekker surabaya mostly as private employees with revenues of between Rp. 1.700.000, - Rp. 2.500.000, -. this is because the mie lekker depot located in the office, campus and corporate.
keyword: push and pull factors, customer satisfaction.

RINGKASAN

Perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan perubahan yang cukup signifikan pada gaya hidup masyarakat kota besar yang sibuk dengan segala rutinitasnya ingin menghabiskan akhir pekan yang berbeda dari biasanya. Sebagian orang berpendapat bahwa salah satu bentuk dari hiburan adalah makan di luar rumah bersama keluarga, teman atau relasi bisnis. Meningkatnya jumlah restoran atau depot di Surabaya menyebabkan persaingan semakin ketat, sehingga dengan persaingan ini membuat restoran atau depot berusaha mempertahankan, memperluas pangsa pasar yang dimiliki dan mampu menarik pelanggan baru. Untuk mencapai tujuan tersebut suatu depot harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen melalui peningkatan kinerja terhadap mutu dan pelayanan produk. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menggali informasi mengenai apa saja keinginan konsumen, membina suatu hubungan dan menciptakan kesan baik sehingga konsumen memiliki keinginan untuk datang yang kedua kalinya. Usaha mie "Lekker" khas Solo sangat menarik untuk dijalankan akan tetapi tetap saja dalam menjalankannya tidaklah semudah yang dibayangkan, keberhasilan suatu depot atau restoran tidak hanya ditentukan jenis produk dan kualitas produk tetapi sangat ditentukan oleh kemampuan restoran atau depot untuk menarik pengunjung datang ke restoran atau depot mie "Lekker" khas Solo. Perlu memahami keragaman dan perilaku konsumen agar restoran atau depot mie "Lekker" khas Solo dapat memasarkan produk dengan baik. Restoran atau depot mie "Lekker" khas Solo harus memahami proses ketika seorang konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau makanan, sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang baik untuk keberhasilan usaha depot mie "Lekker" tersebut.

Karakteristik konsumen Depot Mie Lekker Surabaya di dominasi usia antara 30-40 tahun, mayoritas berjenis kelamin pria dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi, selain itu konsumen Depot Mie Lekker Surabaya kebanyakan sebagai pegawai swasta dengan pendapatan antara Rp.1.700.000 – Rp.2.500.000. hal ini disebabkan karena Depot Mie Lekker terletak didaerah perkantoran, kampus dan corporates.

Didalam mengukur kepuasan konsumen, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif dipilih karena dinilai mampu mendeskripsikan dan menggambarkan karakteristik konsumen yang membeli Mie Lekker dalam kaitannya keputusan pembelian dan kepuasan konsumen dengan pendekatan berbagai macam atribut yang sudah dikelompokkan kedalam kedua faktor yaitu faktor pendorong dan faktor penarik.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong meliputi merek, lokasi, tempat parkir, harga, besar porsi, kecepatan transaksi, kebersihan depot. Untuk faktor penarik meliputi promosi, aroma, keragaman menu, fasilitas delivery service, penampilan pelayanan, keramahan pelayanan, kemasan, kecepatan layanan, kemampuan pramusaji berkomunikasi, suasana depot dan fasilitas depot.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia- Nya sehingga penulis dapat menyusun tugas akhir/skripsi ini dengan judul “Faktor Pendorong dan Penarik Konsumen Berkunjung di Depot Mie Lekker Surabaya” sebagai syarat untuk mengambil gelar Sarjana Pertanian.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari sang khaliq dan juga tidak lepas dari bantuan-bantuan berbagai banyak pihak. Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP selaku Dosen Pembimbing utama dan Dr. Ir. Sumartono, SU selaku Dosen Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan serta meluangkan waktu dan tenaganya dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak - pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan tugas akhir/skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada :

1. Dr.Ir. Ramdan Hidayat, MSi selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr.Ir. Eko Nurhadi, MS selaku ketua Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian-Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ayahanda Agus Hendratno dan Ibunda Rulia Noviati tercinta yang telah memberi dukungan materi maupun moril kepada penulis.
4. Rekan-rekan sejawat penulis atas bantuannya selama penulisan skripsi.
5. Pramitha Budi Nastiti terima kasih atas bantuan motivasinya selama penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, Penulis berharap semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL.....	vi
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Penelitian Terdahulu.....	6
B. Tinjauan Teoritis.....	8
III. KERANGKA PEMIKIRAN.....	30
IV. METODE PENELITIAN.....	34
A. Penentuan Lokasi Penelitian.....	34
B. Pemilihan Sample.....	34
C. Pengumpulan Data.....	34
D. Analisis Data.....	35
E. Atribut Dasar Dalam Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	35
F. Definisi Operasional Kinerja Atribut	37
V. HASIL dan PEMBAHASAN.....	47
A. Keadaan Umum Depot Mie Lekker.....	47
B. Karakteristik Pembeli Mie Lekker	51
C. Karakteristik Konsumen	51
D. Kepuasan Konsumen yang Membeli Mie Lekker.....	56
E. Faktor Pendorong Keputusan Konsumen Membeli	57

F. Faktor Penarik Keputusan Konsumen Membeli	65
VI. KESIMPULAN dan SARAN	77
A. KESIMPULAN	77
B. SARAN.....	78
Daftar Pustaka	78
Lampiran.....	

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Tahap-tahap Pengambilan Keputusan	13
2.	Kerangka Pemikiran	33
3.	Denah Lokasi Depot Mie Lekker.....	49
4.	Struktur Organisasi.....	49

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Atribut Dasar Pengukuran Konsumen.....	36
2.	Umur Responden Yang Membeli Mie Di Mie Lekker Surabaya.....	51
3.	Jenis Kelamin Yang Membeli Mie Lekker Surabaya	52
4.	Pendidikan Terakhir Yang Membeli Mie Lekker.....	53
5.	Jenis Pekerjaan Responden Yang Membeli Mie Lekker Surabaya.....	54
6.	Pendapatan Responden Yang Membeli Mie Lekker Surabaya	55
7.	Hasil Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Rasa	56
8.	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Merek Mie Lekker.....	57
9.	Tanggapan Respoden Terhadap Atribut Lokasi.....	58
10.	Tanggapan Respoden Terhadap Atribut Tempat Parkir.....	59
11.	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Harga	60
12.	Tanggapan Respoden Terhadap Atribut Besar Porsi.....	61
13.	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Rasa.....	62
14.	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Kecepatan Transaksi.....	63
15.	Kebersihan Depot Mie Lekker	64
16.	Promosi.....	65
17.	Aroma Produk	66
18.	Keragaman Menu.....	67
19.	Delivery Service	68
20.	Penampilan Pelayan.....	69
21.	Keramahan Pelayan.....	70
22.	Kemasan (Packaging)	71
23.	Kecepatan Layanan.....	72
24.	Kemampuan Pramusaji Berkomunikasi	73
25.	Fasilitas	74

26. Suasana Depot Mie Lekker	75
------------------------------------	----

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Undang-Undang RI No. 7 Tahun 1996, keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia. Namun ironisnya, masyarakat Indonesia beberapa bulan terakhir ini telah diguncang oleh masalah penggunaan formalin dalam beberapa jenis bahan pangan, antara lain mie basah, bakso, tahu, ikan asin, dan ayam potong. Selain penggunaan formalin, tidak sedikit produsen mie yang juga menambahkan boraks, yang merupakan bahan campuran untuk kuning telur dan bahan las, kedalam produknya untuk memperbaiki tekstur menjadi jauh lebih kenyal. Masalah keamanan pangan ini tidak dapat dihindari lagi walaupun sudah ada peraturan yang melarang penggunaan kedua bahan tersebut. Larangan penggunaan formalin dan boraks untuk bahan pangan telah diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (Permenkes) No. 722/MenKes/Per/IX/88.

Perekonomian Indonesia pernah dihadapkan kepada dampak krisis ekonomi global. Apabila dilihat dari segi bisnis restoran di Indonesia, bisnis restoran hingga saat ini masih diyakini sebagai salah satu bentuk usaha ekonomi yang memiliki prospek cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Saat ini perkembangan usaha di bidang restoran tumbuh dengan pesat terutama dengan semakin banyaknya dibangun restoran yang dibuka ditempat yang banyak dilewati dan dikunjungi oleh orang seperti di jalan raya maupun dipusat pembelanjaan. Alasan mendirikan restoran atau jasa penyedia makanan yaitu sederhana dikarenakan kebutuhan konsumen yang paling mendasar dan tidak pernah hilang dari kebutuhannya yakni kebutuhan akan makanan.

Perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan perubahan yang cukup signifikan pada gaya hidup masyarakat kota besar yang sibuk dengan segala rutinitasnya ingin menghabiskan akhir pekan yang berbeda dari biasanya. Ada banyak pilihan yang bisa dikunjungi seperti taman rekreasi dan bermain, pusat-pusat belanja, resto dan kafe.

Sebagian orang berpendapat bahwa salah satu bentuk dari hiburan adalah makan di luar rumah bersama keluarga, teman atau relasi bisnis. Masyarakat dengan tingkat sosial ekonomi yang baik tidak hanya memilih jenis makanan apa yang akan mereka makan, tetapi juga memilih di mana mereka akan makan.

Meningkatnya jumlah restoran atau depot di Surabaya menyebabkan persaingan semakin ketat, sehingga dengan persaingan ini membuat restoran atau depot berusaha mempertahankan, memperluas pangsa pasar yang dimiliki dan mampu menarik pelanggan baru. Untuk mencapai tujuan tersebut suatu depot harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen melalui peningkatan kinerja terhadap mutu dan pelayanan produk. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menggali informasi mengenai apa saja keinginan konsumen, membina suatu hubungan dan menciptakan kesan baik sehingga konsumen memiliki keinginan untuk datang yang kedua kalinya.

Perubahan ini juga terlihat dalam pola konsumsi masyarakat yang ingin serba cepat dan praktis, sehingga terdapat kecenderungan untuk mengkonsumsi makanan diluar rumah yang memberi kemudahan. Dengan meningkatnya penduduk dapat memberikan kontribusi nyata bagi restoran untuk menjadi bisnis yang tetap berpeluang dan juga bisa dikatakan cukup menjanjikan didalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Ditambah lagi fungsi restoran selain menjual makanan dan minuman restoran juga bisa menjadi tempat untuk bersantai, rekreasi, dan juga untuk acara khusus seperti perayaan dan jamuan makan untuk relasi bisnis. Hal ini akan membuat konsumen selalu punya alasan untuk mengunjungi restoran diluar untuk memenuhi kebutuhan megkonsumsi makanan. Alasan-alasan tersebutlah yang dapat mendorong pertumbuhan restoran khususnya daerah perkotaan seperti kota Surabaya.

Menurut Astawan (2003), saat ini mie telah menjadi salah satu pangan alternatif pengganti nasi. Dilihat dari keanekaragaman pangan mengkonsumsi mie sangat positif. Kandungan karbohidrat yang tinggi memungkinkan jenis bahan pangan mie diposisikan pengganti nasi, bahkan mie mempunyai kandungan gizi yang banyak. Kegemaran masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi mie dikarenakan beberapa faktor seperti

tekstur mie yang halus dan mudah untuk dimakan, serta kepraktisan dalam penyajiannya. Di Indonesia mie sudah cukup dikenal hal ini dapat dilihat dari banyaknya makanan khas daerah Indonesia dalam pembuatannya terdapat produk mie, contohnya seperti mie “Lekker” khas Solo.

Usaha mie “Lekker” khas Solo sangat menarik untuk dijalankan akan tetapi tetap saja dalam menjalankannya tidaklah semudah yang dibayangkan, keberhasilan suatu depot atau restoran tidak hanya ditentukan jenis produk dan kualitas produk tetapi sangat ditentukan oleh kemampuan restoran atau depot untuk menarik pengunjung datang ke restoran atau depot mie “Lekker” khas Solo. Perlu memahami keragaman dan perilaku konsumen agar restoran atau depot mie “Lekker” khas Solo dapat memasarkan produk dengan baik. Restoran atau depot mie “Lekker” khas Solo harus memahami proses ketika seorang konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau makanan, sehingga dapat merancang strategi pemasaran yang baik untuk keberhasilan usaha depot mie “Lekker” tersebut.

B. Rumusan Masalah

Depot mie “Lekker” khas Solo yang berada di kota Surabaya haruslah mampu menghadapi persaingan yang semakin tajam diantara kompetitor mie di kota Surabaya. Dengan banyaknya persaingan yang ada saat ini depot mie “Lekker” tersebut harus mampu meraih, dan mempertahankan serta meningkatkan konsumen. Agar mampu meraih, mempertahankan dan meningkatkan konsumen depot mie “Lekker” di kota Surabaya harus terlebih dahulu bisa memahami karakteristik konsumen.

Karakteristik konsumen restoran atau depot sangatlah beragam dalam hal umur, status perkawinan, pekerjaan, pendidikan, dan jumlah anggota keluarga. Karakteristik konsumen sangat mempengaruhi persepsi dan penilaian konsumen terhadap suatu produk oleh karena itu perbedaan karakteristik konsumen akan secara langsung membentuk penilaian yang berbeda beda juga dari konsumen satu dengan konsumen yang lain. Perilaku konsumen dapat dilihat dan dipahami melalui proses keputusan pembelian konsumen, mulai dari pengenalan kebutuhan, penalaran informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan hasil

serta tingkat keragaman atribut restoran dan produk andalan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Dari proses keputusan tersebut dapat diperoleh gambaran umum mengenai produk seperti apa sesungguhnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Keberadaan konsumen sangatlah penting bagi suatu usaha depot mie "Lekker" karena konsumen merupakan suatu aset yang sangat berharga bagi kelangsungan dan pengembangan suatu usaha. Perhatian yang baik dapat dilakukan dengan melihat dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut dapat diatasi dan dilihat dari keinginan konsumen agar konsumen tidak beralih ketempat lain yang dapat mengakibatkan terjadinya penurunan penjualan. Sebagai langkah awal yang perlu dilakukan adalah studi perilaku konsumen yang dapat memberikan rekomendasi kebijakan pemasaran bagi pihak pengelola usaha depot mie "Lekker" khas Solo.

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen restoran atau depot mie "Lekker" Surabaya?
2. Apakah faktor pendorong dan penarik yang mempengaruhi pembelian di restoran atau depot mie "Lekker" Surabaya?
3. Apakah konsumen puas dengan atribut-atribut "Mie Lekker" Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen Depot Mie "Lekker" Surabaya.
2. Analisis faktor pendorong dan penarik konsumen membeli Mie "Lekker" Surabaya.
3. Mengetahui kepuasan konsumen dalam menilai atribut-atribut "Mie Lekker" Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Depot Mie "Lekker" Surabaya, sebagai bahan masukan dalam menjalankan usaha.
2. Peneliti, untuk menerapkan ilmu dan teori-teori yang diperoleh selama di bangku kuliah, khususnya mengenai perilaku konsumen

3. Sebagai bahan acuan bagi peneliti lainya untuk penelitian lebih lanjut.