



**FAKTOR *PSYCHOGRAFIS* MAHASISWA
UNIVERSITAS JEMBER DALAM PEMBELIAN
MAKANAN CEPAT SAJI *CHICKEN BEZT FRIED*
CHICKEN (C'BEZT) KOTA JEMBER**

PSYCHOGRAPHIC FACTOR OF JEMBER UNIVERSITY COLLEGE
STUDENTS IN THE PURCHASES OF FAST FOOD CHICKEN BEZT FRIED
CHICKEN (C'BEZT) JEMBER CITY

SKRIPSI

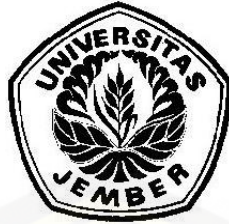
Oleh:

Sartika Karina Saragih

NIM. 100810201227

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015



**FAKTOR *PSYCHOGRAFIS* MAHASISWA
UNIVERSITAS JEMBER DALAM PEMBELIAN
MAKANAN CEPAT SAJI *CHICKEN BEZT FRIED*
CHICKEN (C'BEZT) KOTA JEMBER**

**PSYCHOGRAPHIC FACTOR OF JEMBER UNIVERSITY COLLEGE
STUDENTS IN THE PURCHASES OF FAST FOOD CHICKEN BEZT
FRIED CHICKEN (C'BEZT) JEMBER CITY**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh

SARTIKA KARINA SARAGIH

NIM. 100810201227

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2015

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS JEMBER– FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Sartika Karina Saragih
NIM : 100810201227
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : **FAKTOR *PSYCHOGRAFIS* MAHASISWA
UNIVERSITAS JEMBER DALAM PEMBELIAN
MAKANAN CEPAT SAJI *CHICKEN BEZT FRIED
CHICKEN (C'BEZT) KOTA JEMBER***

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 6 Oktober 2015

Yang menyatakan,

Sartika Karina Saragih

NIM : 100810201227

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : FAKTOR *PSYCHOGRAFIS* MAHASISWA
UNIVERSITAS JEMBER DALAM PEMBELIAN
MAKANAN CEPAT SAJI *CHICKEN BEZT FRIED*
CHICKEN (C'BEZT) KOTA JEMBER

Nama Mahasiswa : Sartika Karina Saragih

NIM : 100810201227

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 6 Oktober 2015

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Sudaryanto MBA, Ph.D

NIP: 196604081991031001

Gusti Ayu Wulandari S.E., M.M

NIP: 198309122008121002

Menyetujui,

Ketua Program Studi

S-1 Manajemen

Dr. Ika Barokah S, S.E.,M.M

NIP: 19780525 2003122 002

JUDUL SKRIPSI

FAKTOR *PSYCHOGRAFIS* MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER DALAM
PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI *CHICKEN BEZT FRIED CHICKEN*
(*C'BEZT*) KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : Sartika Karna Saragih

NIM : 100810201227

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal:

28 Oktober 2015

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Ika Barokah S, S.E., M.M : (.....)
NIP. 197805252003122002

Sekretaris : Dr. Sumani M.Si : (.....)
NIP. 196901142005011002

Anggota : Dra. Sudarsih M.Si : (.....)
NIP. 196212121992012001

Mengetahui/Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

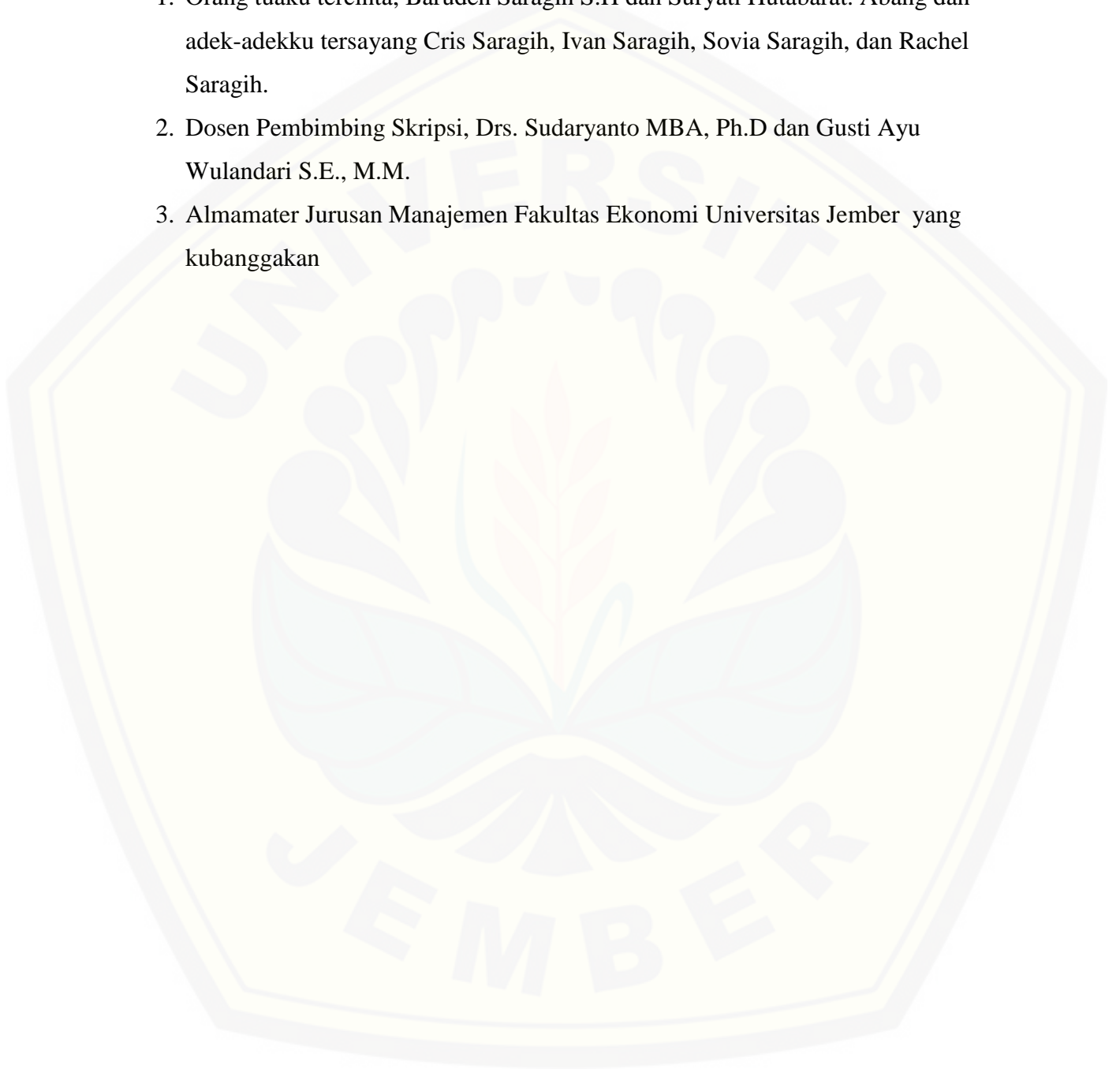


Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.
NIP. 196306141990021001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Orang tuaku tercinta, Baruden Saragih S.H dan Suryati Hutabarat. Abang dan adek-adekku tersayang Cris Saragih, Ivan Saragih, Sovia Saragih, dan Rachel Saragih.
2. Dosen Pembimbing Skripsi, Drs. Sudaryanto MBA, Ph.D dan Gusti Ayu Wulandari S.E., M.M.
3. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan



MOTTO

“He has made everything beautiful in its time”

(Ecclesiastes 3:11)

“I can do all this through Him who gives me strength”

(Philippians 4:13)



RINGKASAN

Faktor *Psychografis* Mahasiswa Universitas Jember Dalam Pembelian Makanan Cepat Saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)* Kota Jember; Sartika Karina Saragih, 100810201227; 2015; 79 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Era globalisasi saat ini telah mempengaruhi nilai-nilai budaya bangsa Indonesia dan secara perlahan menggeser nilai-nilai yang telah ada. Perkembangan teknologi informasi memudahkan masyarakat dalam mengakses nilai-nilai dari budaya asing. Contoh dari wujud kebudayaan yang dihasilkan dengan adanya teknologi informasi adalah kebudayaan populer atau *pop culture*. Salah satu contoh dari berkembangnya *pop culture* di Indonesia adalah dengan munculnya restoran makanan cepat saji atau restoran *franchise*. Salah satunya adalah restoran *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)*. Restoran ini merupakan sebuah restoran *franchise* yang menawarkan makanan cepat saji dan membuka cabang salah satunya berada di Jalan Kalimantan Jember. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor *psychografis* mahasiswa Universitas Jember dalam pembelian makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)* Kota Jember.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara (*interview*) dengan menggunakan pedoman wawancara dan dokumentasi berupa foto-foto. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan metode *Snowball Sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini melalui empat langkah yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah dimana faktor *psychografis* mahasiswa Universitas Jember dalam melakukan pembelian adalah dari segi harga yang terjangkau, cita rasa produk yang baik, pelayanan karyawan yang bagus, kebersihan restoran yang terjaga, menu yang bervariasi, kepuasan tercapai, dan akan melakukan pembelian ulang di masa depan. Faktor *psychologis* yang lebih dominan yaitu motivasi dan pembelajaran

SUMMARY

Psychographic Factor Of Jember University College Students In The Purchases Of Fast Food Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt) Jember City; Sartika Karina Saragih, 100810201227; 2015; 79 pages; Departement Of Management, Faculty Of Economics, University Of Jember.

The era of globalization nowadays has affected Indonesian cultural values and slowly shift the existing values. The developments of communication technology facilitate the public to access values of culture foreign. The example of the form of culture which produced by the technology of information is popular culture or pop culture.. One example of the pop culture in indonesia is with the appereance of the fast food restaurant or franchie restaurant. One of it is Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt). This restaurant is a franchise restaurant that offers fast food and they opened one of the branch at Kalimantan Street Jember. Research purposes is to know psychographic factor of Jember University college students in the purchase of fast food Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt) Jember City.

Types of research used in this study is the qualitative research. Data collection method does is an interview by using the interview guides and documentation in the form photographs. Determination of informant in this study using Snowball Sampling method. Analyctal methods data in this study includes four steps that data collection, data reduction, data presentation, and conclusion.

The conclusion of this research is that the psychographic factor of Jember University college students in the purchase of fast food Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt) Jember City is in terms of price that affordable, good taste, good service of the employees, restaurat cleanliness restaurant manageable , menus are varying , satisfaction is achieved, and will do the purchase again in the future . The dominated psychologis factors are the motivation and learning.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karuniaNya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "FAKTOR *PSYCHOGRAFIS* MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER DALAM PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI *CHICKEN BEZT FRIED CHICKEN (C'BEZT)* KOTA JEMBER". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupu kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini dapat berjalan sebagaimana mestinya karena adanya dukungan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen dan Dr. Ika Barokah, S.E., M.M selaku ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Drs. Sudaryanto MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Gusti Ayu Wulandari S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sepenuh hati, sabar, memberikan banyak semangat, serta nasehat yang membangun bagi penulis.
4. Dr. Ika Barokah Suryaningsih S.E., M.M selaku ketua penguji, Dr. Sumani M.Si selaku sekretaris penguji, dan Dra. Sudarsih M.Si selaku anggota penguji yang telah memberikan saran pada kesempurnaan skripsi.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan banyak ilmu dan seluruh Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang banyak membantu dalam penyelesaian tugas akhir.

6. Orang tuaku tercinta, Bapakku Baruden Saragih S.H dan Mamaku Suryati Hutabarat yang selalu memberikan yang terbaik kepada anak dan borunya, memberikan kasih sayang dan cinta yang tak terhingga, doa, dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
7. Abangku dan adek-adekku tersayang, Cris Saragih, Ivan Saragih, Sovia Saragih, dan Rachel Saragih yang selalu memberikan semangat satu sama lain dalam meraih cita-cita, memberikan canda dan tawa, serta kasih sayang.
8. Oppungku Oppung Cris Doli dan Opung Cris Boru, Tulang dan Nantulang Crisma, Tulang dan Nantulang Cristin, Uda dan Tante Aldo, Tante Boy, Uda dan Tante Daniel, Uda dan Tante Hana, serta Uda dan Tante Agra yang selalu memberikan kasih sayang dan semangat terlebih dalam menyelesaikan tugas akhir.
9. Keluarga keduaku di Jember, kakakku Citra Diarni Hutabarat dan adekku Ade Irma Hutabarat yang menjadi penyemangat dan berbagi suka maupun duka selama kuliah di Jember.
10. Sahabatku Nuril Hafidzah dan Fianjina Avotraigne, yang menjadi penyemangat mulai dari perkuliahan hingga saat menyelesaikan tugas akhir.

Semoga Tuhan selalu memberikan berkat melimpah kepada semua pihak yang telah tulus membantu. Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi yang membacanya, Amin.

Jember, 6 Oktober 2015

Penulis

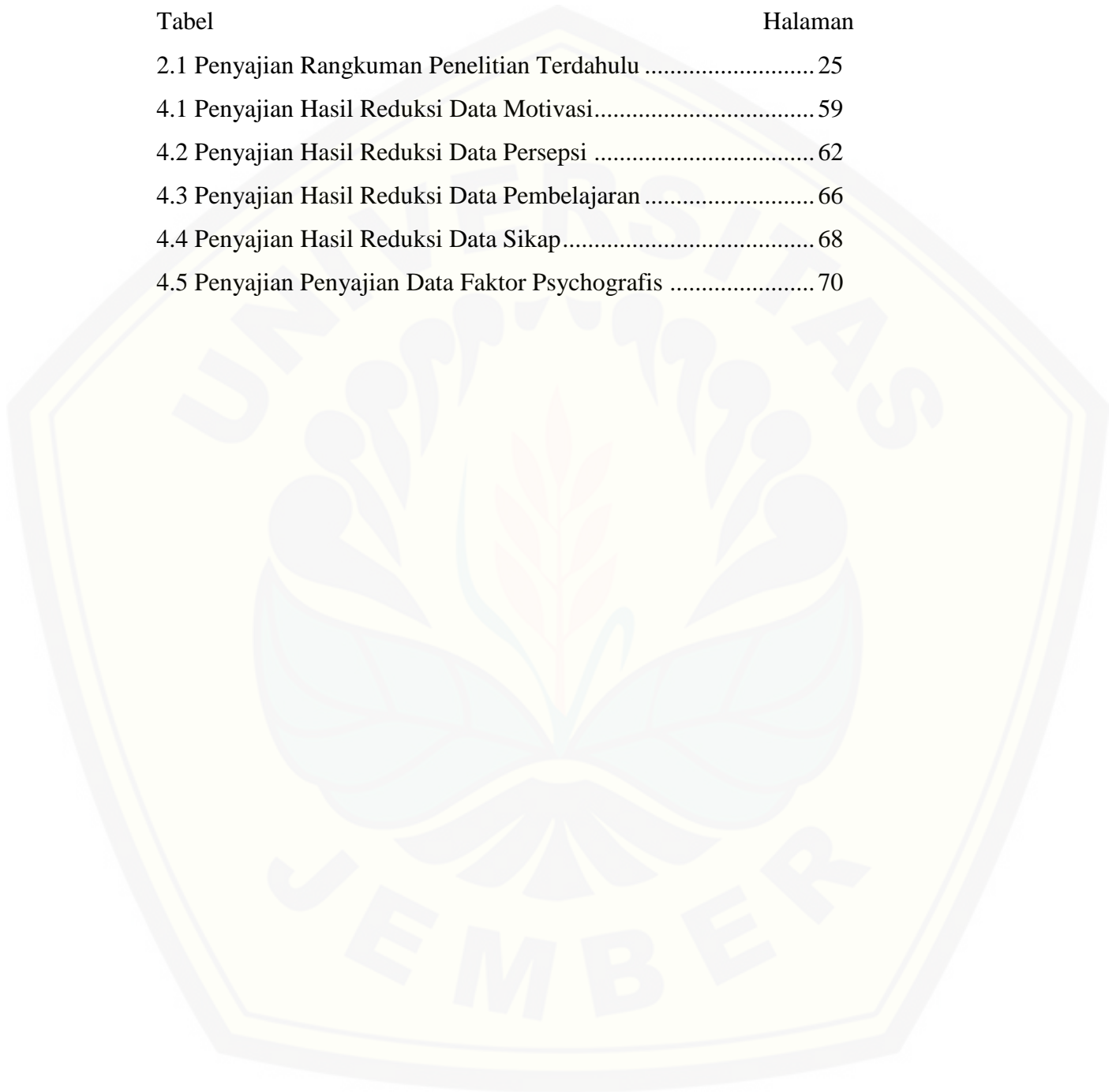
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Franchise (Waralaba).....	9
2.1.2 Jenis-jenis Franchise	10
2.1.3 Fenomena Munculnya Waralaba di Indonesia	11
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12

2.1.6 Pengertian Psychografis.....	14
2.1.7 Faktor-faktor Psychologis.....	14
2.1.8 Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	27
BAB 3. METODE PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4 Informan Penelitian	31
3.5 Peran Peneliti	32
3.6. Isu Etika.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.8 Uji Keabsahan Data.....	35
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	36
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Sejarah Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)	38
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.3 Analisis Data.....	58
4.3.1 Reduksi Data.....	58
4.3.2 Penyajian Data	70
4.3.3 Kesimpulan/Verifikasi	73
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	82

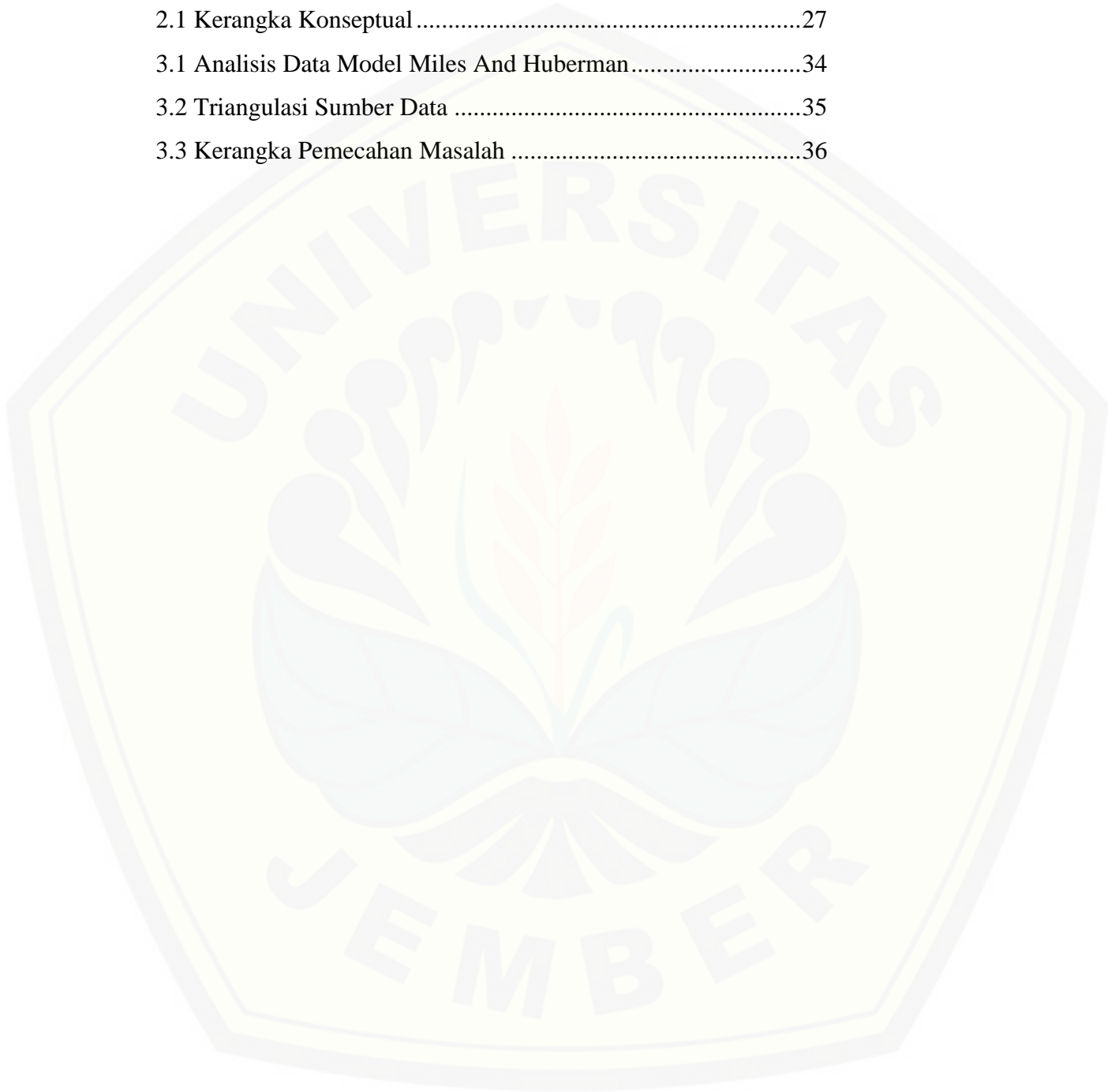
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penyajian Rangkuman Penelitian Terdahulu	25
4.1 Penyajian Hasil Reduksi Data Motivasi.....	59
4.2 Penyajian Hasil Reduksi Data Persepsi	62
4.3 Penyajian Hasil Reduksi Data Pembelajaran	66
4.4 Penyajian Hasil Reduksi Data Sikap.....	68
4.5 Penyajian Penyajian Data Faktor Psychografis	70



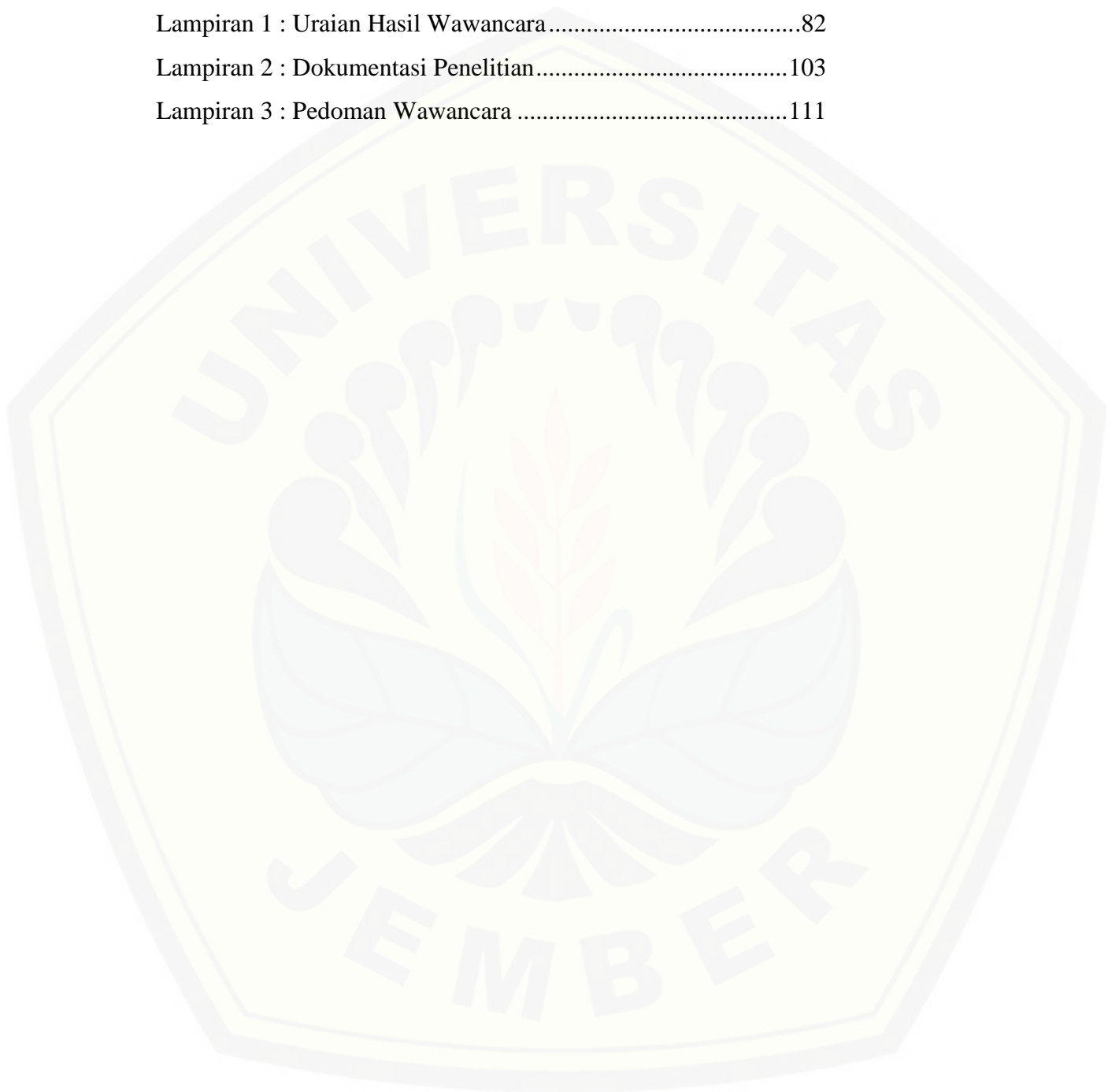
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	27
3.1 Analisis Data Model Miles And Huberman.....	34
3.2 Triangulasi Sumber Data	35
3.3 Kerangka Pemecahan Masalah	36



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Uraian Hasil Wawancara.....	82
Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian.....	103
Lampiran 3 : Pedoman Wawancara	111



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini telah mempengaruhi nilai-nilai budaya bangsa Indonesia dan secara perlahan menggeser nilai-nilai yang telah ada. Globalisasi membuat batas antar negara tidak ada artinya, sehingga yang terjadi adalah proses akulturasi, yaitu saling meniru dan saling mempengaruhi budaya masing-masing. Semakin berkembang pesatnya teknologi informasi memudahkan masyarakat mengakses nilai-nilai dari budaya asing. Dengan demikian, adanya globalisasi mendorong munculnya berbagai produk-produk kebudayaan baru dalam masyarakat khususnya kaum muda Indonesia. Salah satu wujud kebudayaan yang dihasilkan dengan adanya teknologi informasi adalah kebudayaan populer atau *pop culture*. Berbagai wujud *pop culture* ada di kehidupan sehari-hari seperti gaya berbusana, makanan, musik dan film. Kebutuhan manusia di dunia ini akan makan dan minum merupakan kebutuhan yang tidak dapat tergantikan dengan kebutuhan yang lainnya. Hal inilah yang menyebabkan kebutuhan akan makan dan minum menempatkan kebutuhan ini di urutan yang pertama sebagai dasar kebutuhan manusia. Saat ini, kaum muda Indonesia dalam hal selera makanan telah dipengaruhi oleh budaya asing. Kaum muda sekarang sangat menggandrungi makanan cepat saji atau *fast food* yang dianggap lebih praktis dan menaikkan gengsi sosial di kalangan masyarakat. Keberadaan *fast food* ini merupakan wujud budaya populer karena banyak orang yang menyukai makanan tersebut meskipun makan cepat saji tidak baik untuk kesehatan.

Berkembangnya makanan cepat saji di Indonesia mempengaruhi perubahan gaya hidup (*life style*). Kaum muda lebih suka makan *fast food* atau makanan cepat saji seperti McDonald, KFC dan lain sebagainya dibandingkan makanan lokal. Remaja Indonesia lebih menyukai jenis makanan asing dibandingkan dengan makanan Indonesia karena mereka menganggap makanan asing merupakan makanan yang lebih mewah dan keren daripada makanan daerah. Dan juga ada rasa yang beda ketika mereka memasuki restoran *fast food* yang identik

dengan makanan untuk kelas elit. Jadi, tidak hanya rasa tetapi mereka membeli gaya hidup, agar mereka menjadi orang modern.

Masyarakat khususnya anak muda merasa seolah-olah akan menjadi orang yang ketinggalan zaman bila belum pernah menyantap pizza, hamburger, dan berbagai produk makanan cepat saji lainnya. Kaum muda yang menjadi subjek dari produk-produk makanan cepat saji mengubah identitas mereka agar dikatakan modern dan mengikuti perkembangan zaman. Terdapat anggapan ditengah masyarakat bahwa mengkonsumsi makanan cepat saji memberikan gengsi sosial semakin mendesak individu untuk ikut larut menjadi konsumen dari makanan cepat saji. Disamping itu, pola kebutuhan masyarakat sekarang ini menuntut serba cepat, praktis dan modern. Hal tersebut menyebabkan para pengusaha melihat suatu peluang bisnis yang sangat potensial. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan utama manusia sehingga dengan alasan tersebut dipergunakan oleh para pelaku bisnis untuk meraup keuntungan dengan cara mendirikan usaha dalam bidang makanan. Makanan cepat saji biasanya merupakan perusahaan waralaba atau disebut dengan *franchise*. Rooseno Hardjowidigdo dalam Pitriyanin (2009) menyatakan bahwa *franchise* atau waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir dengan pengwaralaba (*franchisor*) yang memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

Di Indonesia banyak sekali usaha bisnis *franchise* yang bermunculan baik dari luar negeri maupun dari dalam negeri, mulai dari bisnis *franchise* dalam bidang produk makanan maupun produk jasa pelayanan dan masih banyak lagi. Tetapi dalam sekian banyaknya bisnis *franchise* yang ada di Indonesia, dalam bidang makananlah yang tumbuh pesat perkembangannya dan paling banyak konsumennya. Masyarakat Indonesia lebih mengenal bisnis *franchise* dalam bidang makanan ini dengan istilah restoran cepat saji ataupun makanan cepat saji (*fast food*) yang merupakan suatu unit usaha penyediaan makanan yang menyediakanyang memberikan pelayanan yang cepat dan penuh keramahtamahan

Kehadiran makanan cepat saji dalam industri makanan di Indonesia mempengaruhi pola makan kaum remaja di kota. Khususnya bagi remaja tingkat menengah ke atas, contohnya mahasiswa, restoran makanan cepat saji merupakan tempat yang tepat untuk bersantai. Makanan di restoran *fast food* ditawarkan dengan harga terjangkau dengan kantong mereka, layanannya cepat dan jenis makanannya memenuhi selera.

Makanan cepat saji adalah gaya hidup remaja saat ini. Anak muda dan nongkrong adalah dua hal yang sudah melekat. Usai jam pelajaran di sekolah, di kampus-kampus di antara jam kuliah, bahkan di kantor-kantor sepulang jam kantor, akan mudah dijumpai kelompok-kelompok remaja dan orang muda makan di restoran cepat saji. Hobi anak-anak muda di Indonesia hampir sama, menyukai nongkrong sambil makan bersama rekan-rekan mereka. Apalagi jika harga makanan yang ditawarkan murah dan enak. Gejala globalisasi tidak hanya dirasakan di kota-kota besar, tetapi juga sudah terasa di kota-kota kecil. Berdirinya perusahaan asing dibidang makanan cepat saji (*fast food*) di kota-kota kecil membawa pengaruh pada pola konsumsi makanan masyarakat. Masyarakat mulai menyukai makanan yang disediakan di restoran cepat saji. Mengonsumsi makanan di restoran cepat saji menjadi salah satu perilaku yang dianggap mengikuti perkembangan zaman.

Keputusan pembelian terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen, sehingga dalam melakukan penjualan perlu diperhatikan hal tersebut. Perubahan yang akan berpengaruh langsung terhadap pola perilaku konsumen diantaranya adalah faktor *psichografis* yang terdiri atas motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap. Mowen dan Minor (2002:283) menyatakan *psichografis* mengandung ide yang menggambarkan grafik-grafik faktor *psichologis* yang membentuk konsumen. Motivasi muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Persepsi adalah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Pembelajaran merupakan perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman. Sikap adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan

untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan atau dinamis terhadap perilaku. *Psychografis* adalah sebagai kajian tentang apa yang membentuk seorang konsumen secara *psychologis*. *Psychografis* menekankan pada penjelasan mengapa seseorang membeli produk tertentu. Hal ini berhubungan dengan motivasi seorang konsumen. Motivasi konsumen mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan yang bersifat *psychologis* melalui pembelian dan penggunaan suatu produk. Motivasi pembelian merupakan salah satu faktor *psychologis* dimana muncul dikarenakan adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara melakukan pembelian terhadap produk yang dibutuhkan. *Psychologis* konsumen juga berhubungan dengan persepsi dimana persepsi adalah suatu proses seseorang dalam memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli menjadi informasi yang dapat memberikan suatu gambaran mengenai sesuatu yang bermakna. Persepsi melibatkan sistem indera manusia. Stimuli yang terdiri atas gambar, suara, bau, rasa, dan tekstur akan ditangkap oleh panca indera manusia. Pembelajaran terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, atau sebaliknya, tidak terjadi apabila konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang kurang baik. Sikap mewakili apa yang disukai maupun yang tidak disukai oleh seseorang. Sikap seorang konsumen mendorong konsumen untuk melakukan pemilihan terhadap beberapa produk. Sikap konsumen merupakan faktor *psychologis* penting yang perlu dipahami oleh pemasar karena dianggap mempunyai korelasi yang positif dan kuat dengan perilaku.

Faktor-faktor *psychografis* diatas memberikan penjelasan mengenai alasan konsumen melakukan pembelian pada suatu produk. Keempat faktor *psychografis* tersebut merupakan faktor-faktor yang dapat digunakan peneliti sebagai acuan didalam meneliti perilaku konsumen makanan cepat saji. Dengan begitu peneliti akan mengetahui bagaimana faktor-faktor *psychografis* tersebut dapat membuat konsumen yang dalam hal ini merupakan mahasiswa Universitas Jember memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk makanan cepat saji. Peneliti akan mengetahui motivasi apa saja yang melatarbelakangi terjadinya

pembelian produk *C'Bezt Fried Chicken* oleh mahasiswa. Motivasi seperti alasan mengapa makan di restoran *C'Bezt* menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan. Persepsi mereka akan restoran tersebut, yaitu mengenai pandangan konsumen terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu restoran. Pembelajaran, yaitu pembelajaran apa yang didapatkan konsumen setelah mengkonsumsi produk, serta bagaimana sikap mereka terhadap keberadaan *C'Bezt Fried Chicken* dengan cara memberikan tanggapan dan kesimpulan terhadap restoran, apa saja yang disenangi atau yang tidak disenangi.

Perkembangan restoran cepat saji saat ini tidak hanya berasal dari luar negeri saja, namun pengusaha-pengusaha dibidang kuliner di Indonesia mulai melirik usaha makanan cepat saji produksi lokal dalam negeri. Hal ini merupakan strategi pemasaran yang bagus dikarenakan penyuka makanan cepat saji sebagian besarnya merupakan anak muda yang dimana mereka belum memiliki penghasilan sendiri. Biasanya restoran cepat saji merek dalam negeri menawarkan produk makanan dan minuman yang lebih murah daripada makanan cepat saji dari luar negeri. Sudah banyak restoran cepat saji lokal yang berdiri di Indonesia. Pada umumnya mereka menamakan restoran mereka dengan nama yang kebarat-baratan atau mengandung kata-kata dari bahasa asing lainnya agar terkesan mewah dan menarik perhatian.

Chicken Bezt Fried Chicken merupakan salah satu contoh dari sekian banyak perusahaan waralaba yang bergerak dalam bidang makanan cepat saji yang perusahaannya dimiliki oleh orang Indonesia. *C'Bezt Fried Chicken* merupakan sebuah perusahaan lokal Indonesia yang hadir untuk pertama kali pada di kota Surabaya. Hingga kini restoran yang bermotto "*From Local to Global*" ini memiliki banyak *store* yang tersebar di Surabaya, Malang, Sidoarjo, Mojokerto, Blitar, Tuban, Jember, Lumajang, Bondowoso, Situbondo, Paiton, Solo, Cepu, Bali, Lombok-NTB, serta Makassar. Alasan mengapa peneliti ingin meneliti produk makanan cepat saji dikarenakan *C'Bezt Fried Chicken* merupakan produk makanan cepat saji lokal yang ternyata mampu diterima dan dikonsumsi oleh masyarakat banyak, khususnya di kota Jember. Terbukti dari banyaknya konsumen yang datang untuk membeli dan restoran tersebut tidak pernah sepi

pembeli. Pertama kali restoran ini dibuka masih berupa kios yang hanya menyediakan sekitar delapan buah meja. Namun kedepannya terdapat perubahan yang sangat terlihat dimana jumlah meja semakin bertambah bahkan ditempatkan pula dilantai dua restoran. Tidak hanya lantai dua restoran namun *C'Bezt* juga melebarkan tempat ke lantai dua bangunan disebelahnya yang kebetulan letaknya berdempetan sehingga lantai duanya menjadi sangat luas dengan jumlah meja yang lebih banyak. *C'Bezt* juga memanjakan konsumennya dengan adanya fasilitas *Wifi* untuk internet. Hal ini merupakan salah satu faktor penyebab betahnya konsumen untuk makan ditempat. Restoran-restoran sejenis dengan *C'Bezt* yang sudah lebih dulu membuka usahanya seperti *Quick Chicken Jember*, *Chicken Rocket*, dan *California Fried Chicken* semakin lama pelanggannya semakin sedikit. Pelanggan yang pada awalnya banyak berangsur-angsur menurun. Popularitasnya yang tiba-tiba *booming* di awal namun setelah berjalan beberapa bulan menjadi hilang dan kini dapat di lihat pelanggannya tidak sebanyak dulu. Hal ini berbeda dengan *C'Bezt* yang telah di buka lumayan lama namun popularitasnya bukannya menurun namun menanjak naik dengan semakin ramainya masyarakat Jember yang membeli produknya dan fakta bahwa terjadinya pelebaran tempat sehingga dapat disimpulkan bahwa restoran ini sedang berkembang dan memiliki prospek kedepannya. Fenomena tersebutlah yang menjadi alasan mengapa peneliti ingin meneliti *C'Bezt* itu sendiri. Produk *C'Bezt Fried Chicken* ternyata mampu bersaing dengan produk makanan cepat saji lainnya. Sehingga dapat dilihat bahwa usaha *C'Bezt Fried Chicken* memang mengalami perkembangan yang sangat signifikan. *Restoran Chicken Bezt Fried Chicken* telah menjadi salah satu pilihan tempat makan bagi mahasiswa Universitas Jember. Dapat di lihat dari banyaknya jumlah mahasiswa UNEJ yang melakukan pembelian direstoran tersebut. Dikarenakan banyaknya mahasiswa yang mengkonsumsi makanan cepat saji *C'Bezt* maka terdapat sebuah fenomena yang dapat dilihat disana dan menarik untuk dibahas yaitu dari segi perilaku konsumen dalam bidang psikologi yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran/pengalaman, dan sikap konsumen. Keempat faktor ini akan digunakan peneliti untuk mengetahui apa sebab terjadinya fenomena tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan bisnis dalam bidang kuliner menyebabkan semakin banyaknya usaha-usaha waralaba atau *franchise* yang dibuka. Tidak hanya *franchise* dari luar negeri, *franchise* lokal dalam negeri juga telah menjadi salah satu alternatif pilihan dalam memilih tempat untuk makan. Remaja atau anak muda saat ini sangat menggandrungi restoran-restoran cepat saji *franchise*. Hampir disetiap kota di Indonesia memiliki restoran cepat saji yang tentu saja selalu ramai didatangi konsumen yang didominasi oleh anak muda.

Restoran cepat saji menjadi salah satu restoran yang diminati oleh anak muda atau remaja, sebab budaya makan makanan cepat saji merupakan suatu hal yang dianggap modern dan mengikuti perkembangan zaman. Masuknya pengaruh negara lain menyebabkan anak muda lebih memilih untuk makan di restoran cepat saji daripada restoran dengan makanan lokal Indonesia. Alasan mereka lebih menyukai makanan cepat saji adalah karena makan makanan cepat saji merupakan suatu hal yang mewah dan keren sehingga menjadi gaya hidup masa kini. Makanan cepat saji juga adalah makanan yang penyajiannya cepat dan praktis, tidak perlu menunggu lama, tempatnya juga nyaman dan cocok untuk bersantai, yang mana anak muda sangat menyukai budaya nongkrong. Restoran cepat saji juga merupakan restoran yang dijaga kebersihannya sehingga membuat konsumen merasa nyaman. Saat ini *C'Bezt* Jalan Kalimantan ini sudah melebarkan tempatnya ke lantai dua restoran dan ke lantai dua bangunan disebelahnya, hal ini merupakan bukti bahwa restoran ini telah mengalami perkembangan yang signifikan.

Hal tersebut menyebabkan peneliti ingin meneliti lebih mendalam tentang mengapa anak muda menyukai makanan cepat saji dan apa saja alasan mereka lebih memilih makan di restoran cepat saji. Maka berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan yaitu “Bagaimana faktor *Psychografis* pada mahasiswa Universitas Jember dalam belanja makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'BEZT)*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu “Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *psychologis* mahasiswa Universitas Jember dalam pengambilan keputusan pembelian makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'BEZT)*” sebagaimana diketahui bahwa *Chicken Bezt Fried Chicken (C'BEZT)* adalah perusahaan waralaba yang memiliki *image* “*Western Fast Food*” menyerupai *KFC*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi akademisi sebagai kontribusi dari penyelenggaraan penelitian terhadap perkembangan teori dan ilmu pengetahuan serta dunia akademik.
- b. Bagi perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam pengembangan pemasaran produk makanan cepat saji pada *Chicken Bezt Fried Chicken*.
- c. Sebagai bahan informasi (masukan) bagi peneliti yang lain apabila akan mengadakan penelitian dan memberikan sumbangan berupa ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian *Franchise* (Waralaba)

Franchise berasal dari bahasa latin yakni *francorum rex* yang artinya “bebas dari ikatan”, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Pengertian *Franchising* (Pewaralabaan) adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang atau jasa . Secara sederhana, benang merah waralaba adalah penjualan paket usaha komprehensif dan siap pakai yang mencakup merek dagang, material dan pengelolaan manajemen.

Menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

Rooseno Hardjowididgo dalam Pitriyani (2011) mendefinisikan waralaba (*franchise*) sebagai suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis dibidang perdagangan atau jasa, berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek, bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran, dan bantuan operasional.

Pengwaralabaan terbagi atas 2 segmen yakni:

- a. *Franchisor* atau pemberi waralaba, yaitu badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya. *Franchisor* sudah harus siap dengan perlengkapan

operasi bisnis dan kinerja manajemen yang baik, menjamin kelangsungan usaha dan distribusi bahan baku untuk jangka panjang, serta menyediakan kelengkapan usaha sampai ke detail yang terkecil.

- b. *Franchisee* atau penerima waralaba, adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. *Franchisee* hanya menyediakan tempat usaha dan modal sejumlah tertentu bergantung pada jenis waralaba yang akan dibeli. Namun *franchisee* juga mempunyai kewajiban non-finansial yang sangat esensial yakni menjaga *image* produk waralaba. *Franchisee* mempunyai dua kewajiban finansial yakni membayar *franchise fee* dan *royalti fee*. *Franchise fee* adalah jumlah yang harus dibayar sebagai imbalan atas pemberian hak intelektual pemberi waralaba, yang dibayar untuk satu kali (*one time fee*) di awal pembelian waralaba. *Royalti fee* adalah jumlah uang yang dibayarkan secara periodik yang merupakan persentase dari omset penjualan. Nilai *franchisee fee* dan *royalti fee* ini sangat bervariasi, bergantung pada jenis waralaba.

2.1.2 Jenis-jenis Franchise

Franchise atau waralaba terbagi atas dua jenis yaitu:

- a. Waralaba luar negeri/asing, yaitu waralaba yang berasal dari luar negeri. Jenis waralaba ini cenderung lebih disukai karena sistemnya lebih jelas, merek sudah diterima diberbagai dunia, dan dirasakan lebih bergengsi. Contohnya: *McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Bread Talk, Starbucks, Pizza Hut*, dll.
- b. Waralaba dalam negeri, yaitu waralaba yang berasal dari dalam negeri, jenis waralaba ini juga menjadi salah satu pilihan investasi untuk orang-orang yang ingin cepat menjadi pengusaha tetapi tidak memiliki pengetahuan cukup piranti awal dan kelanjutan usaha ini yang disediakan oleh pemilik waralaba. Contoh waralaba lokal: Primagama, Alfamart, Martha Tilaar, Roti Buana, Edward, Bogasari *Baking Center* dan berbagai nama lainnya.

2.1.3 Fenomena Munculnya Waralaba di Indonesia

Di Indonesia waralaba dikenal sejak era 1970-an ketika masuknya *Shakey Pisa, KFC, Swensen, dan Burger King*. Perkembangannya terlihat sangat pesat dimulai sekitar tahun 1995. Setelah itu, usaha waralaba mengalami kemerosotan karena terjadi krisis moneter. Para penerima waralaba asing terpaksa menutup usahanya karena nilai rupiah yang terperosok sangat dalam. Hingga tahun 2000, waralaba asing masih menunggu untuk masuk ke Indonesia. Hal itu disebabkan kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil. Namun sebenarnya sebelumnya sudah ada usaha waralaba asing yang masuk ke Indonesia seperti Hotel Hyatt, Hotel Sheraton dan Produksi Minuman Coca-cola, tetapi usaha tersebut belum begitu dikenal masyarakat sebagai usaha *franchise*, karena konsumen baru dari kalangan tertentu saja. Kemudian sistem *franchise* mulai berkembang pesat di Indonesia sejak tahun 1980-an, terutama bisnis *franchise* dengan merek asing atau luar negeri. Pemerintah mengizinkan kegiatan usaha *franchise* ini dengan harapan untuk meningkatkan kegiatan perekonomian di Indonesia. Sejalan dengan berkembangnya usaha *franchise* asing, maka beberapa pengusaha Indonesia juga mulai mengembangkan usaha *franchise* local, seperti Es Teler 77, Kursus bahasa Inggris *Oxford*, Rudi Hadisuwarno (Salon Kecantikan), dan *Toys City* (toko mainan anak-anak). Kalangan bisnis Indonesia umumnya memberikan nilai yang lebih tinggi pada identitas Internasional (*franchise* asing) dan yakin akan memperoleh keuntungan lebih banyak dengan mengoperasikan bisnis *franchise* asing tersebut. Padahal dengan mengoperasikan bisnis *franchise* lokal mereka akan memperoleh beberapa kemudahan, antara lain biayanya lebih rendah, perbedaan waktu dan jarak tidak menghambat komunikasi, tidak ada perbedaan bahasa dan budaya, serta lebih sedikit kesulitan yang dihadapi dibanding dengan *franchise* asing, disamping itu modal yang di pergunakan juga tidak begitu besar .

Pesatnya pertumbuhan waralaba di Indonesia kini ternyata mempunyai sejarah yang cukup panjang dan berliku Berawal dari sebuah pemikiran bahwa sistem waralaba terbukti sukses memacu perekonomian di banyak negara maju seperti Amerika dan beberapa negara maju lainnya. Tidak hanya itu waralaba juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi cukup banyak tenaga kerja.

Waralaba di Indonesia berawal dari upaya pemerintah dalam hal ini Departemen Perdagangan Republik Indonesia yang melihat sistem waralaba sebagai suatu cara, usaha untuk menggiatkan perekonomian dan menciptakan lapangan pekerjaan.

2.1.4 Perilaku Konsumen

Definisi perilaku konsumen menurut perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2008:214) yaitu perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Dari pengertian di atas bahwa perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan keputusan yang akan diambil oleh konsumen dalam membeli atau menggunakan produk dan jasa yang dibutuhkannya. Timbulnya perilaku konsumen ini disebabkan oleh karena terdapatnya beberapa alternatif pilihan terhadap masing-masing produk yang ada di pasar, sehingga timbul juga pertimbangan dari dalam diri konsumen mana dari sekian banyak produk tersebut dapat memberikan kepuasan kepadanya.

2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen itu sendiri bagi pemasar digunakan untuk memahami apa yang terjadi pada kesadaran pembeli sejak masuknya rangsangan dari luar hingga munculnya keputusan pembelian. Ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu:

a. Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Kelas sosial adalah pembagian dalam masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

Ciri-cirinya:

- 1) Orang-orang dalam kelas sosial yang sama cenderung berperilaku lebih seragam
- 2) Orang merasa menempati posisi yang inferior atau superior di kelas sosial mereka
- 3) Kelas sosial ditandai dengan kelas variabel
- 4) Individu dapat pindah dari satu tangga ke tangga yang lain pada kelas sosialnya selama masa hidup mereka

b. Faktor Sosial, dipengaruhi oleh:

- 1) Kelompok acuan: seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut
- 2) Keluarga: merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota para keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh
- 3) Peran dan status: peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status

c. Faktor Pribadi, terdiri dari:

- 1) Usia dan tahap siklus hidup: orang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya
- 2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi
- 3) Gaya hidup: pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya
- 4) Konsep diri: Konsep diri ada 3 yaitu konsep diri aktual (memandang dirinya seperti apa), konsep diri ideal (memandang dirinya ingin seperti apa), konsep diri orang lain (menganggap orang lain memandang dirinya seperti apa)

d. Faktor *Psychologis*

Faktor *psychologis* terdiri atas empat faktor yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2.1.6 Pengertian *Psychografis*

Mowen dan Minor (2002:283) menyatakan *psychografis* mengandung ide yang menggambarkan (grafik) faktor-faktor psikologis (*psycho*) yang membentuk konsumen.

Psychografis adalah penelitian mengenai profil psikologi dari konsumen dan menekankan pada penjelasan mengapa produk dibeli. Menjawab pertanyaan mengenai mengapa seseorang membeli produk tertentu, hal ini berhubungan dengan motivasi seorang konsumen. Motivasi konsumen mewakili dorongan untuk memuaskan kebutuhan baik yang bersifat fisiologis maupun *psychologis* melalui pembelian dan penggunaan suatu produk.

Psychologis konsumen juga berhubungan dengan persepsi dimana persepsi merupakan suatu proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli menjadi informasi yang dapat memberikan suatu gambaran mengenai sesuatu yang bermakna. Persepsi melibatkan sistem indera manusia. Stimuli yang terdiri dari gambar, suara, bau, rasa, dan tekstur akan ditangkap oleh panca indera manusia yang terdiri dari mata, telinga, hidung, mulut, dan kulit.

Pembelajaran merupakan salah satu faktor yang masuk ke dalam faktor *psychologis* konsumen. Proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, atau sebaliknya, tidak terjadi apabila konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang kurang baik.

Sikap mewakili apa yang disukai maupun tidak disukai oleh seseorang. Sikap seorang konsumen mendorong konsumen untuk melakukan pemilihan terhadap beberapa produk. Sikap konsumen merupakan faktor *psychologis* penting yang perlu dipahami oleh pemasar karena sikap dianggap mempunyai korelasi yang positif dan kuat dengan perilaku.

2.1.7 Faktor-Faktor *Psychologis*

a. Motivasi

Motivasi muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan (*state*

of tension) antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut (Sumarwan, 2011:23).

Motivasi pembelian terbagi menjadi motivasi rasional dan emosional. Motivasi rasional adalah pembelian yang didasarkan kepada kenyataan-kenyataan yang ditunjukkan oleh produk kepada konsumen dan merupakan atribut produk yang fungsional serta objektif keadaannya misalnya kualitas produk, harga produk, ketersediaan barang, efisiensi kegunaan barang tersebut dapat diterima. Sedangkan motivasi emosional dalam pembelian berkaitan dengan perasaan, kesenangan yang dapat ditangkap oleh pancaindra misalnya dengan memiliki suatu barang tertentu dapat meningkatkan status sosial, peranan merek menjadikan pembeli menunjukkan status ekonominya dan pada umumnya bersifat subyektif dan simbolik. Pada saat seseorang akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tentunya akan dipengaruhi oleh kedua jenis motivasi tersebut yaitu motivasi rasional dan emosional.

Terdapat beberapa teori motivasi. Menurut Kotler (2005) ada 6 macam teori motivasi yaitu:

1) Teori Isi (*Content Theory*)

Teori ini berkaitan dengan beberapa nama, seperti Maslow, McGregor, Herzberg, Atkinson, dan McClelland. Teori ini menekankan arti pentingnya pemahaman faktor-faktor yang ada di dalam konsumen yang menimbulkan tingkah laku tertentu. Kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam menerapkan teori ini adalah:

- (a) Kebutuhan konsumen sangat bervariasi
- (b) Perwujudan kebutuhan adalah tindakan juga sangat bervariasi antara satu konsumen dengan konsumen yang lain
- (c) Para konsumen tidak selalu konsisten dengan tindakannya, karena dorongan suatu kebutuhan

2) Teori Proses (*Process Theory*)

Teori ini menekankan bagaimana dengan tujuan apa setiap konsumen dimotivasi. Menurut teori ini, kebutuhan hanyalah sebagai salah satu elemen

dalam suatu proses, tentang bagaimana konsumen itu bertingkah laku. Dasar dari teori proses mengenai motivasi adalah adanya pengharapan, yaitu apa yang dipercayai oleh konsumen dan apa yang diperoleh dari perilakunya.

3) Teori Penguatan (*Reinforcement Theory*)

Teori ini menjelaskan bagaimana konsekuensi perilaku di masa yang lalu mempengaruhi tindakan di masa yang akan datang dalam siklus proses belajar. Menurut teori ini konsumen bertingkah laku tertentu karena telah belajar, bahwa perilaku tertentu akan menghasilkan akibat yang tidak menyenangkan dan konsumen akan menguasai perilaku yang akan menghasilkan konsekuensi yang menyenangkan.

4) Teori Motivasi Freud

Teori ini menjelaskan hal terbesar yang membentuk perilaku konsumen adalah segi *psychologisnya*. Yang dimaksud di sini adalah konsumen yang tidak mengerti akan motivasinya sendiri dalam melakukan suatu pembelian.

5) Teori Motivasi Hezberg

Teori ini menjelaskan dua faktor teori motivasi yaitu teori motivasi yang terdiri dari faktor yang memuaskan konsumen dan teori yang terdiri dari faktor yang berakibat ketidakpuasan konsumen.

6) Teori Motivasi Abraham Maslow

Teori Maslow dikenal juga sebagai Teori Hirarki disebutkan darimana kebutuhan manusia dapat disusun secara hirarki. Kebutuhan paling atas menjadi motivator utama jika kebutuhan tingkat bawah semua sudah terbenuhi. Dari teori hirarki kebutuhan tersebut, oleh Maslow dikembangkan atas dasar tiga asumsi pokok, yaitu:

- (a) Manusia adalah makhluk yang selalu berkeinginan, dan keinginannya tidak selalu terpenuhi
- (b) Kebutuhan yang sudah terpenuhi, tidak akan menjadi pendorong lagi
- (c) Kebutuhan manusia tersusun menurut hirarki tingkat pentingnya kebutuhan

Kebutuhan manusia oleh Maslow diklasifikasikan atas lima jenjang yang secara mutlak harus dipenuhi menurut tingkat jenjangnya. Masing-masing tingkat dijelaskan sebagai berikut:

(a) *Physiological Needs*

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan mempertahankan hidup dan bukti yang nyata akan tampak dalam pemenuhannya atas sandang, pangan, dan papan

(b) *Safety Needs*

Manifestasinya dapat terlihat pada kebutuhan akan keamanan jiwa, keamanan harta, perlakuan yang adil, pensiun, dan jaminan hari tua

(c) *Social Needs*

Kebutuhan sosial ini merupakan kebutuhan yang paling penting untuk diperhatikan segera setelah kebutuhan rasa aman dan kebutuhan *psychologis* sudah terpenuhi.

(d) *Esteem Needs*

Kebutuhan ini lebih bersifat egoistik dan berkaitan erat dengan status seseorang. Semakin tinggi status seseorang maka akan semakin tinggi pula kebutuhannya akan pengakuan, penghormatan, prestis, dan lain-lain.

(e) *Self-Actualization Needs*

Kebutuhan jenis ini merupakan kebutuhan yang paling tinggi, yaitu untuk menunjukkan prestasinya yang maksimal tanpa terlalu menuntut imbalan dari organisasi. Motivasi yang ada pada diri konsumen akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan yang mencapai sasaran kepuasan.

b. Persepsi

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008) persepsi adalah suatu proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli menjadi informasi yang dapat memberikan suatu gambaran mengenai sesuatu yang bermakna. Menurut Kotler (2007), persepsi merupakan proses bagaimana individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi meliputi semua

proses yang dilakukan seseorang dalam memahami informasi mengenai lingkungannya.

Persepsi adalah sesuatu yang berasal dari interaksi antara dua jenis faktor yaitu: (a) *Stimulus factors*, yaitu karakteristik objek secara fisik seperti ukuran, warna, bentuk, dan berat. Tampilan suatu produk baik kemasan maupun karakteristiknya mampu menciptakan rangsangan pada indra seseorang, sehingga mampu menciptakan suatu persepsi mengenai produk yang dilihatnya; (b) *Individual factors*, yaitu karakteristik yang termasuk di dalamnya tidak hanya terjadi proses pada panca indera tetapi juga pengalaman yang serupa dan dorongan utama suatu harapan dari individu itu sendiri.

Solomon (2009) mengatakan persepsi melibatkan sistem indera manusia. Stimuli yang terdiri dari gambar, suara, bau, rasa, dan tekstur akan ditangkap oleh panca indera manusia yang terdiri dari mata, telinga, hidung, mulut, dan kulit. Menurut Setiadi (2008), ia mendefinisikan persepsi menjadi suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau menyebabkan keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Pengertian dari persepsi ialah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan.

Stimuli atau stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu (Setiadi, 2003). Seorang pemasar harus menyediakan sesuatu yang khusus sebagai stimuli yang jika ia ingin menarik perhatian konsumen. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya.

c. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman. Hasil belajar ini akan memberikan tanggapan tertentu yang cocok dengan rangsangan-rangsangan yang mempunyai tujuan tertentu.

Belajar didefinisikan sebagai “Proses para individu memperoleh pengetahuan dan pengalaman yang mereka terapkan kepada pembelian yang akan datang dan perilaku mengkonsumsi”(Schiffman dan Kanuk:2008). Proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan sebuah proses belajar, dimana hal ini sebagai bagian dari hidup konsumen. Proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, atau sebaliknya, tidak terjadi apabila konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang kurang baik.

Kotler (2008) membagi dua golongan rangsangan dalam proses pembelajaran, rangsangan tersebut adalah:

- 1) Dorongan (*drive*), dorongan (*drive*) adalah rangsangan internal kuat yang mendorong tindakan.
- 2) Pertanda (*cue*), pertanda (*cue*) adalah rangsangan minor yang menentukan kapan, dimana, dan bagaimana seseorang merespons.

d. Sikap

Selain pembelajaran akan muncul pula sikap seseorang dalam menilai suatu objek yang akan diminati dan untuk dimiliki. Sikap konsumen merupakan faktor *psychologis* penting yang perlu dipahami oleh pemasar karena sikap dianggap mempunyai korelasi yang positif dan kuat dengan perilaku. Bahkan sebagai prediktor yang efektif untuk mengetahui perilaku konsumen. Sikap adalah evaluasi menyeluruh seseorang terhadap suatu objek yang dilihat atau yang dirasakan, yang kemudian memberikan sebuah kesimpulan mengenai objek tersebut (Solomon, 2009).

Setiadi (2008) menyatakan bahwa sikap adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku. Definisi yang dikemukakan tersebut mengandung makna bahwa sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu objek baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten.

Struktur sikap terdiri atas 3 komponen yang saling menunjang yaitu (Azwar, 2000):

- 1) Komponen kognitif merupakan representasi apa yang dipercayai oleh individu pemilik sikap. Komponen kognitif berisi kepercayaan *stereotype* yang dimiliki individu mengenai sesuatu dapat disamakan penanganannya (opini) terutama apabila menyangkut masalah isu atau *problem* yang kontroversial.
- 2) Komponen afektif merupakan perasaan yang menyangkut aspek emosional. Aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin adalah mengubah sikap seseorang komponen afektif disamakan dengan perasaan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.
- 3) Komponen konatif merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki oleh seseorang, dan berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak atau bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu. Dan berkaitan dengan objek yang dihadapinya adalah logis untuk mengharapkan bahwa sikap seseorang adalah dicerminkan dalam bentuk tendensi perilaku.

Sikap menurut Loudon dan Della Bitta (2004) mempunyai empat fungsi:

- 1) Fungsi Penyesuaian

Fungsi ini mengarahkan manusia menuju objek yang menyenangkan atau menjauhi objek yang tidak menyenangkan. Hal ini mendukung konsep utilitarian mengenai maksimasi hadiah atau penghargaan dan minimisasi hukuman.

- 2) Fungsi Pertahanan Diri

Sikap dibentuk untuk melindungi ego atau citra diri terhadap ancaman serta membantu untuk memenuhi suatu fungsi dalam mempertahankan diri.

- 3) Fungsi Ekspresi Nilai

Sikap ini mengekspresikan nilai-nilai tertentu dalam suatu usaha untuk menerjemahkan nilai-nilai tersebut ke dalam sesuatu yang lebih nyata dan lebih mudah ditampakan.

4) Fungsi Pengetahuan

Manusia membutuhkan suatu dunia yang mempunyai susunan teratur rapi, oleh karena itu mereka mencari konsistensi, stabilitas, definisi, dan pemahaman dari suatu kebutuhan yang selanjutnya berkembanglah sikap ke arah pencarian pengetahuan.

2.1.8 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen dalam usaha memenuhi keinginan dan kebutuhan yang merupakan proses penentuan proses penentuan sikap atau pembelian terhadap barang dan jasa. Pembuat keputusan adalah seseorang yang pada akhirnya menentukan sebagian besar atau keseluruhan keputusan membeli apakah jadi untuk membeli, apa yang dibeli, bagaimana membeli, atau di mana membeli.

Kotler dan Keller (2008:235-243) membagi keputusan pembelian konsumen dalam beberapa tahap sebagai berikut:

a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Dalam kasus pertama, salah satu kebutuhan umum seseorang (rasa lapar, haus dan seks) mencapai ambang batas tertentu dan mulai menjadi batas pendorong. Dalam kasus kedua, kebutuhan ditimbulkan oleh rangsangan eksternal. Seseorang bisa mengagumi mobil baru tetangganya atau menonton iklan televisi tentang liburan di Hawaii yang memicu pemikiran tentang kemungkinan melakukan suatu pembelian.

Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Mereka kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang mampu memicu minat konsumen. Ini sangat penting pada pembelian dengan kebebasan memilih (*discretionary*), misalnya pada barang-barang mewah, paket liburan, dan opsi liburan. Motivasi konsumen perlu ditingkatkan sehingga pembeli potensial memberikan pertimbangan yang serius.

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Informasi tersebut terbagi ke dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level ini, orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi tentang produk. Pada level selanjutnya, orang mungkin mulai aktif mencari-mencari bahan bacaan, menelpon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu.

c. Evaluasi Alternatif

Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

d. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai, namun terkadang dalam kenyataannya niat tersebut tidak terwujud. Dalam bentuk keputusan, Kotler dan Keller (2008:242) mengatakan ada dua faktor yang memengaruhi realisasi niat menjadi sebuah keputusan pembelian.

Faktor pertama adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal: (1) intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, dan (2) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Semakin gencar sikap negatif orang lain dan semakin dekat orang lain tersebut dengan konsumen, konsumen akan semakin mengubah niat pembeliannya. Keadaan sebaliknya juga berlaku. Preferensi pembeli terhadap merek tertentu akan meningkat jika orang yang ia sukai juga sangat menyukai merek yang sama.

Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian. Faktor-faktor yang tidak terantisipasi tersebut bisa berupa konsumen kehilangan pekerjaan, timbulnya kebutuhan lain yang mendesak dan adanya pengaruh lain yang mematahkan niat pembelian sebelumnya.

Penjelasan dari kedua faktor di atas, memberikan suatu kesimpulan bahwa preferensi atau niat pembelian bukanlah suatu peramal perilaku pembelian yang benar-benar handal.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Dalam tahap ini tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasti pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mashadi (2012). Penelitian ini berjudul Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap, dan Pembelajaran Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Merek "Teh Botol Sosro" di Kawasan Depok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, sikap dan pembelajaran konsumen terhadap keputusan pembelian produk. Sumber data yang digunakan adalah bersifat primer. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden di Kawasan Depok. Analisis data yang digunakan adalah Statistik Deskriptif. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa motivasi, persepsi, sikap dan pembelajaran konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian minuman kemasan merek Teh Botol Sosro.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heni Supriyanti (2013). Penelitian ini berjudul Pengaruh Faktor *Psychologis* Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Honda Vario di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor *psychologis* yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario di Surabaya. Data dari penelitian ini diperoleh dari

hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pembeli Honda Vario di Surabaya. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa koefisien determinasi berganda (R^2), secara bersama-sama mampu menjelaskan turun naiknya keputusan pembelian sebesar 69,3%. Dari pengujian model regresi dengan uji F diketahui pula bahwa keseluruhan variabel bebas, memberikan pengaruh simultan yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari pengujian model regresi dengan uji t diketahui bahwa semua variabel bebas, secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Dari pengujian model regresi dengan uji t juga diketahui bahwa variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel persepsi, karena mempunyai nilai signifikansi yang lebih kecil daripada variabel bebas lainnya.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Ismail Madhe Nugroho (2013). Penelitian ini berjudul Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Swift (Studi pada Konsumen Suzuki Swift di Semarang). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Suzuki Swift. Penelitian ini menggunakan data primer dari konsumen yang merupakan pembeli (buyer) Suzuki Swift tahun 2010-2012 yang berdomisili atau warga Kota Semarang. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda melalui perangkat lunak SPSS *for windows*, dan dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Variabel motivasi konsumen menunjukkan hasil yang paling dominan.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Rico Saputra (2013). Penelitian ini berjudul Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh faktor *psychologis* terhadap Keputusan Pembelian Xenia di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuisisioner yang disebarakan kepada para responden yang

berdomisili di kawasan Sidoarjo. Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan yang menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Daihatsu Xenia di kota Sidoarjo. Sedangkan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di kota Sidoarjo adalah motivasi.

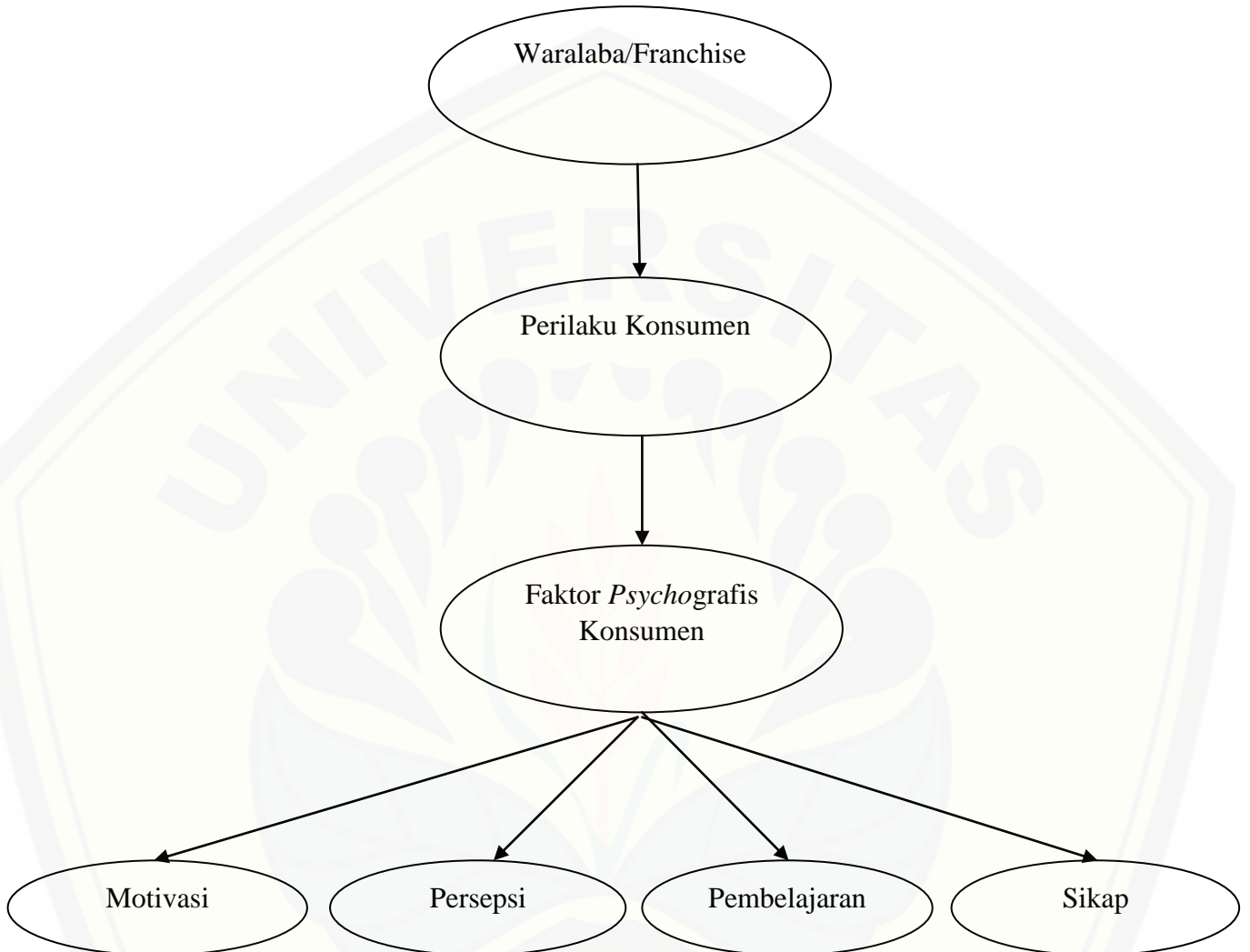
Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel-variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil (Kesimpulan)
1	Mashadi (2012)	Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap, dan Pembelajaran Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Merek "Teh Botol Sosro" di Kawasan Depok	Motivasi, Persepsi, Sikap, dan Pembelajaran Konsumen	Statistik Deskriptif	Motivasi, persepsi, sikap dan pembelajaran konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian minuman kemasan merek Teh Botol Sosro.
2	Heni Supriyanti (2013)	Pengaruh Faktor Psychologis Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Honda Vario di Surabaya	Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Kepercayaan, dan Sikap konsumen	Analisis Regresi Linear Berganda.	Dari pengujian model regresi dengan uji F diketahui bahwa keseluruhan variabel bebas memberikan pengaruh simultan yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diketahui bahwa semua variabel bebas secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian., juga diketahui bahwa variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel persepsi.
3	Ismail Madhe Nugroho (2013)	Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi	Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen	Regresi berganda melalui perangkat lunak SPSS <i>for windows</i>	ketiga variabel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Variabel motivasi konsumen menunjukkan hasil yang

		Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Swift (Studi pada Konsumen Suzuki Swift di Semarang)			paling dominan.
4	Rico Saputra (2013)	Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo	Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen	Regresi Linear Berganda	Motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Daihatsu Xenia di Sidoarjo. Sedangkan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah motivasi

Terdapat perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Perbedaannya adalah objek penelitian dan teknik analisisnya berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif, berbeda dengan penelitian sekarang yang menggunakan metode kualitatif. Persamaannya adalah bahwa variabel yang diteliti memiliki persamaan yaitu meneliti perilaku konsumen secara *psychologis*.

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual diatas diharapkan dapat mempermudah peneliti dalam menjabarkan secara terperinci dan sistematis permasalahan dalam penelitian. Diawali dengan munculnya makanan cepat saji yang berbentuk *franchise* atau waralaba yang terjadi karena globalisasi saat ini yang telah mempengaruhi nilai-nilai budaya bangsa Indonesia dalam bidang pemilihan makanan. Peneliti ingin

melakukan penelitian terhadap perilaku konsumen yaitu mahasiswa Universitas Jember yang mengkonsumsi makanan cepat saji restoran franchise *Chicken Bezt Fried Chicken* dikarenakan restoran ini merupakan salah satu restoran cepat saji yang memiliki perkembangan yang signifikan. Peneliti melakukan penelitian terhadap faktor *psychografis* konsumen restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* di Jember, dimana terdiri dari empat variabel psikologis yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap.



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif fenomenologi dengan model Miles and Huberman (1984). Model Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Sebelum melakukan reduksi maka dilakukan *data collection* atau pengumpulan data.

Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang yang diamati. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, aktivitas sosial, dan lain-lain. Salah satu alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti dimana metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi di balik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan.

Creswell (2007) menyatakan bahwa penelitian kualitatif berarti suatu proses penelitian ilmiah yang lebih dimaksudkan untuk memahami masalah-masalah manusia dalam konteks sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan, melaporkan pandangan terperinci dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam *setting* yang ilmiah tanpa adanya intervensi apapun dari peneliti.

Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu yang bersangkutan. Dengan demikian dalam mempelajari dan memahaminya, haruslah berdasarkan sudut pandang, paradigma dan keyakinan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami langsung.

Penelitian ini, dimaksudkan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor *psychografis* yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Jember dalam pembelian makanan cepat saji pada *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)* di kota Jember, dimana terbagi atas empat faktor yaitu faktor Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Arikunto (2010:172) mengklasifikasikan sumber data dalam penelitian kualitatif menjadi tiga sumber yaitu (1) *Person* yakni sumber data berupa orang, (2) *Place* yakni sumber data berupa tempat dan (3) *Paper* yakni sumber data berupa simbol, huruf, angka atau gambar. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data dan sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau orang lain.

Berdasarkan sumber data tersebut, maka diklasifikasikan sumber-sumber data dalam jenis-jenis data, yaitu:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari pelanggan dan pemilik restoran. Data primer dalam penelitian ini adalah faktor *psychografis* mahasiswa Universitas Jember, dengan teknik wawancara pada beberapa informan yang terpilih. Wawancara ini ditujukan kepada mahasiswa Universitas jember yang pernah melakukan pembelian makanan cepat saji di *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)* dan juga wawancara terhadap pemilik restoran guna mendapatkan informasi mengenai restoran *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)*.

b. Data Sekunder

Penelitian ini menggunakan data sekunder antara lain diambil dari penelitian terdahulu, literatur-literatur, dan media elektronik (internet).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam sebuah penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data-data mengenai suatu hal yang diteliti.

Dalam rangka memperoleh data dan keterangan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode observasi (pengamatan) yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode observasi partisipasi. Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengumpulan data melalui observasi terhadap objek pengamatan dengan langsung hidup bersama, merasakan serta berada dalam sirkulasi kehidupan objek penelitian. Peneliti betul-betul menyelami kehidupan objek penelitian dan bahkan tidak jarang peneliti kemudian mengambil bagian dalam kehidupan budaya mereka.

b. Metode Wawancara

Berbagai jenis wawancara yang dikemukakan oleh Bungin (2001) yaitu wawancara sistematis, terarah, dan mendalam. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah wawancara yang dilakukan secara informal. Biasanya wawancara ini digunakan bersamaan dengan observasi partisipasi. Pada penggunaan metode ini pewawancara diharuskan hidup bersama-sama dengan informan dalam jangka waktu yang relatif lama. Oleh karena itu proses kehidupan keseharian informan diketahui dan bahkan pewawancara ikut bersama informan terlibat dalam proses kehidupan dan kebudayaan informan.

c. Dokumentasi

Dokumen bisa dilakukan dalam bentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang konsumen yang telah terpilih untuk diwawancarai.

3.4 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini menggunakan metode *Snowball Sampling*. *Snowball Sampling* merupakan teknik penentuan sumber data yang mula-mula

jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2011:68). Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang lengkap, maka peneliti mencari sumber data lain agar diperoleh informasi lain agar diperoleh yang maksimal. Informan yang akan menjadi sumber data dari penelitian ini adalah para konsumen yang pernah mengonsumsi makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* serta dapat berkomunikasi dengan baik agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas.

Peneliti menemui salah satu informan sebagai informan kunci dan akan berlanjut pada informan-informan selanjutnya sampai peneliti mendapatkan data-data yang dibutuhkan secara lengkap serta tidak lagi mendapat variasi jawaban atau mencapai titik jenuh.

3.5 Peran Peneliti

Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif sangatlah kompleks. Selain sebagai perencana, peneliti juga bertugas sebagai pengumpul data, penafsir data, dan pada akhirnya juga ia harus berperan sebagai pelapor hasil penelitian itu sendiri (Lincoln and Guba, 1985). Jadi instrumen yang paling utama adalah peneliti itu sendiri. Didalam mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara kepada informan. Dari hasil wawancara tersebut peneliti akan memperoleh data-data terkait dengan faktor *psychologis* konsumen serta dilengkapi keterangan yang sesuai dengan penelitian. Peran peneliti dalam menginterpretasikan hasil temuan sangatlah penting dalam penelitian kualitatif, karena adanya kesalahan dalam mengintepretasikan hasil temuan akan mengakibatkan data yang diperoleh tidak valid.

3.6 Isu Etika

Dalam penelitian kualitatif, identitas dan peran informan serta informasi-informasi yang disampaikan menjadi hal-hal yang berharga sehingga peneliti harus memiliki tanggung jawab untuk memperlakukan identitas diri dan informasi yang disampaikan oleh informan. Identitas dan informasi tersebut dapat dibuka atau tertutup untuk khalayak, tergantung dari kesepakatan antara peneliti dan

informan. Sebaiknya peneliti mendapatkan izin baik secara tertulis atau pun secara lisan dari informan sehingga penelitian tidak melanggar norma-norma yang mungkin dianut oleh informan.

Dalam penelitian ini yang diteliti adalah konsumen dan pemilik dari restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*. Sebelum penelitian dimulai peneliti harus mendapatkan persetujuan informan untuk melakukan wawancara dan menyampaikan hal-hal yang terkait dengan wawancara (penelitian) tersebut.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis model Miles and Huberman (1984) yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Sebelum melakukan reduksi maka dilakukan *data collection* atau pengumpulan data.

Pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Berbagai sumber untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini diantaranya berupa buku-buku sebagai referensi yang relevan, pendapat, respon yang didapat dari informan. Data yang dikumpulkan oleh peneliti yaitu data yang relevan dan mendukung dengan penelitian yang dilakukan.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

c. Penyajian Data (*Data Display*)

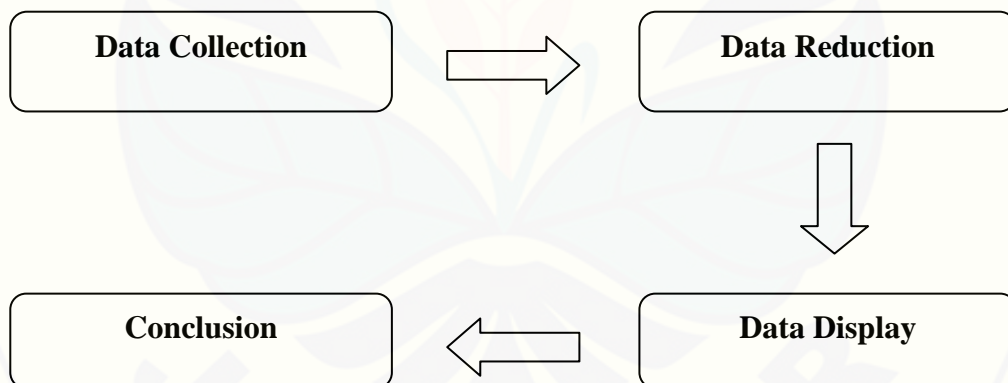
Pada proses ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan, sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar variabel agar peneliti lain atau

pembaca laporan penelitian dapat mengerti dan memahami apa yang telah terjadi dan apa yang perlu ditindaklanjuti untuk mencapai tujuan penelitian. Penelitian ini, penyajian datanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel dan grafik, bagan serta hubungan antar kategori, dengan mendisplaykan data, sehingga akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Tahapan ketiga yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang didapat pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Proses analisis data diilustrasikan dalam gambar sebagai berikut:



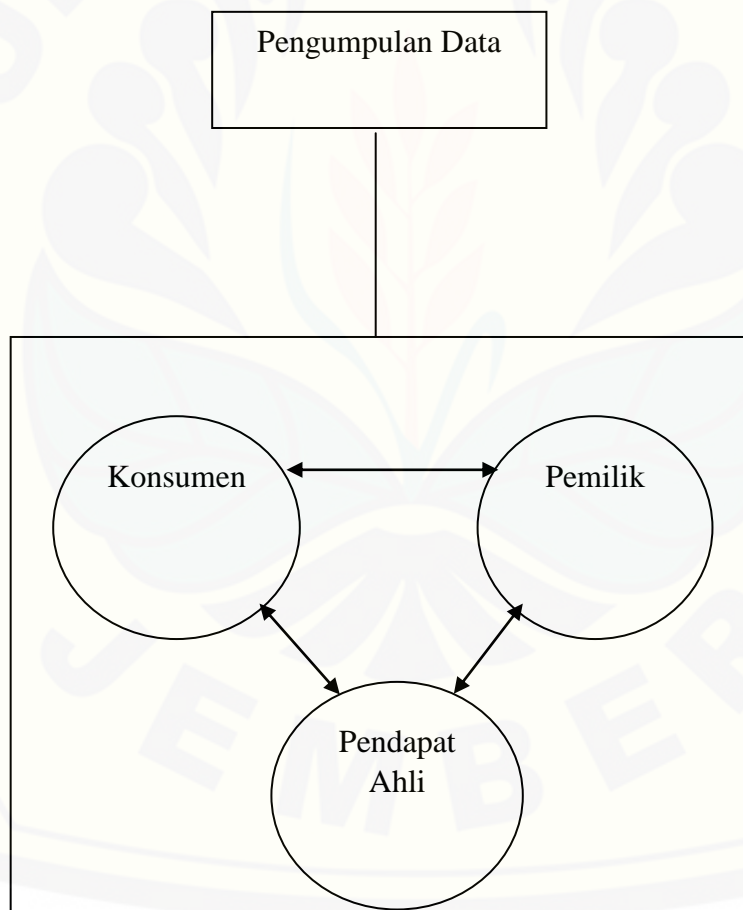
Gambar 3.1 Analisis Data Model Miles dan Huberman

3.8 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data yang digunakan pada saat pengumpulan data adalah uji kredibilitas dimana data ini menggunakan model Triangulasi. Triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari luar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data itu

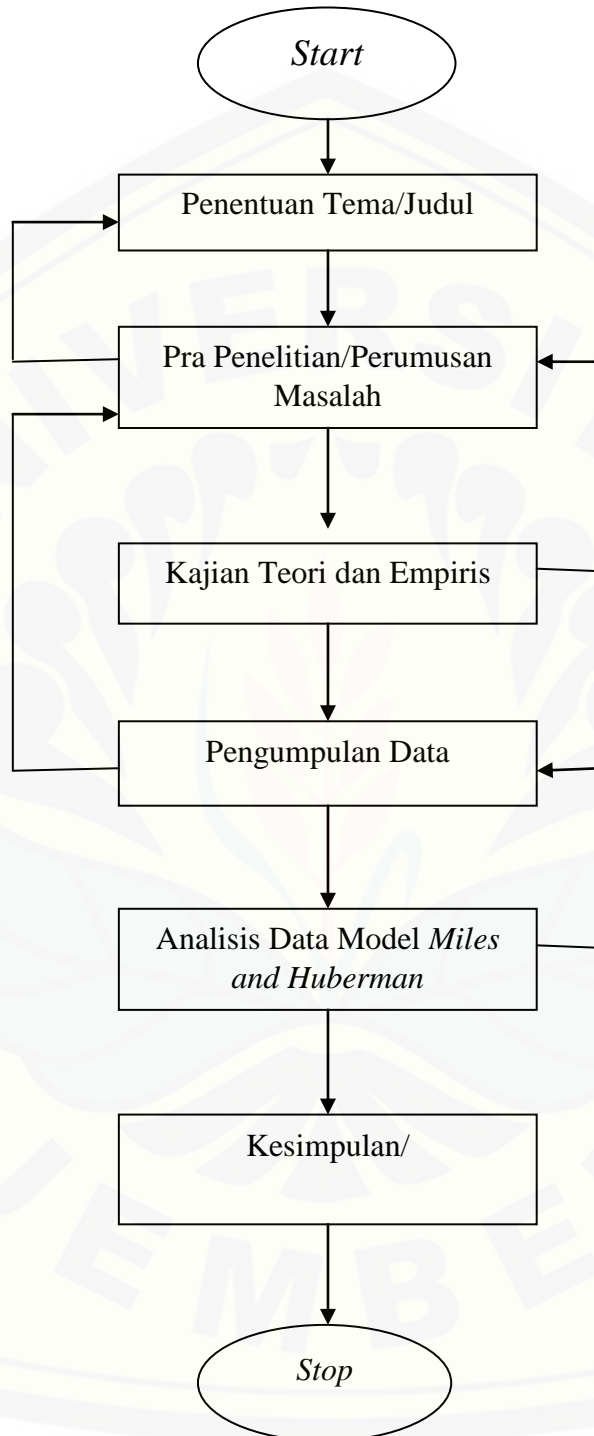
(Moleong, 2000:178). Menurut Denzin (dalam Moleong, 2000:178) ada empat macam triangulasi yaitu dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Penelitian ini menggunakan triangulasi dengan pendekatan sumber data. Triangulasi dengan menggunakan sumber berarti membandingkan dan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan delapan informan yang merupakan mahasiswa Universitas Jember, pemilik restoran Chicken Bezt Fried Chicken Bapak Darmawan, dan para ahli yaitu dosen Ekonomi Universitas Jember Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM.

Adapun triangulasi sumber data pada saat pengumpulan data digambarkan sebagai berikut ini:



Gambar 3.2 Triangulasi Sumber Data

3.9 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan dalam kerangka pemecahan masalah:

- a. *Start* adalah tahap awal atau persiapan sebelum melakukan penelitian.
- b. Penentuan tema/judul dimana peneliti menentukan tema dan judul dari penelitian yang akan dilakukan.
- c. Pra penelitian/perumusan masalah merupakan tahapan dimana peneliti mencari dan merumuskan masalah yang mendasari dilakukannya penelitian ini.
- d. Kajian teori dan empiris merupakan sebuah tindakan mengumpulkan informasi pokok seputar topik yang potensial dengan menggunakan beragam sumber referensi.
- e. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada informan yang terpilih. Mendengarkan informan dan mengumpulkan data serta mencatat hasil dari wawancara dengan informan. Dalam pengumpulan data dilakukan juga dokumentasi sebagai pelengkap dalam penelitian ini.
- f. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *Miles and Huberman* yang terdiri dari *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.
- g. Kesimpulan merupakan penarikan kesimpulan akan hasil penelitian yang sudah dilakukan.
- h. *Stop* merupakan tahap dalam proses penelitian ini dihentikan.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)*

Chicken Bezt Fried Chicken berada dibawah naungan PT. Cipta Aneka Selera yang beralamat di Jalan Raya Kemangsen, Balongbendo, Sidoarjo. Dimana perusahaan ini bergerak dalam bidang makanan salah satunya adalah ayam goreng. Salah satu produk terlaris dari perusahaan ini adalah *franchise Chicken Bezt Fried Chicken*. Restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)* pertama kali membuka outlet di kota Surabaya tepatnya di Jalan Kupang Jaya No.33. Hingga sekarang sudah terdapat enam puluh lima restoran yang tersebar di sembilan belas daerah di seluruh Indonesia yakni di kota Surabaya sebanyak enam outlet, Malang sebanyak empat outlet, Mojokerto sebanyak tiga outlet, Blitar sebanyak satu outlet, Tuban sebanyak dua outlet, Jember sebanyak sebelas outlet, Pasuruan sebanyak satu outlet, Probolinggo sebanyak dua outlet, Lumajang sebanyak satu outlet, Situbondo sebanyak dua outlet, Bondowoso satu outlet, Banyuwangi sebanyak tiga outlet, Solo sebanyak satu outlet, Cepu sebanyak satu outlet, Lombok sebanyak dua outlet, Makassar sebanyak lima outlet, Bali sebanyak lima belas outlet, Ambon sebanyak satu outlet dan Sumatera sebanyak dua outlet. Outlet-outlet yang terdapat di Kota Jember yaitu di daerah Balung, Tanggul, Ambulu, Kaliwates, Jalan Kalimantan, Kencong, Jalan Manggar, Kalisat, Arjasa, Rambli Puji, dan Mangli. *Chicken Bezt Fried Chicken* Jalan Kalimantan ini pertama kali dibuka pada bulan Novermber tahun 2013 dan telah menjadi outlet yang menghasilkan omset kedua terbesar se Jawa Timur. Hal ini membuktikan bahwa restoran yang dibuka di Jalan Kalimantan ini memiliki prospek yang sangat baik dan sambutan dari konsumennya pun positif. Setelah dua tahun membuka usaha, *Chicken Bezt Fried Chicken* Jalan Kalimantan terbukti masih bisa mempertahankan eksistensinya, dapat dilihat dari masih banyaknya konsumen yang datang untuk membeli, bahkan *C'Bezt* sendiri telah memperbesar ruangan restorannya dengan menggunakan lantai dua restoran. Bisnis kuliner

merupakan alah satu bisnis yang menjanjikan tapi harus dibarengi dengan kualitas yang baik sehingga tidak menurun eksistensinya dimasa depan.

4.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan kriteria informan yang telah ditentukan meliputi mahasiswa Universitas Jember yang telah melakukan pembelian makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*. Dan pada penelitian ini juga menggunakan metode triangulasi sumber data yaitu antara informan, pemilik restoran, dan para ahli.

Berikut merupakan rangkuman dari wawancara yang peneliti lakukan dengan informan, pemilik restoran dan para ahli:

a. Informan 1 merupakan seorang mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Jember Angkatan 2013 bernama Ade Irma Desi Suryani. Wawanncara dilakukan pada tanggal 19 Juli 2015 pukul 13.30 WIB. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan jawaban yaitu:

- 1) Bahwa alasan saudari Irma menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan yaitu bahwa ia merasa kurang mampu membeli makanan cepat saji sejenis seperti *KFC* dikarenakan harganya yang lebih mahal. Harga makanan di *C'Bezt* sendiri dapat dikatakan lebih miring/terjangkau, hal tersebut diungkapkannya dalam pernyataan "*Saya merasa kurang mampu ya mbak makan di KFC soalnya kan mahal, harganya kan lebih miring kalo yang di C'Bezt*". Frekuensi mengkonsumsi makanan cepat saji *C'Bezt* minimal sekali seminggu. Menu yang sering dibeli olehnya adalah ayam goreng dan kentang goreng. Perbandingan harga dengan restoran sejenis lainnya seperti *Quick Chicken* atau *Rocket Chicken* hampir sama namun dikarenakan ukuran ayamnya lebih besar, enak, dan masih panas, berbeda dengan restoran lain. Hal tersebut dapat dilihat dalam pernyataannya yaitu "*Kalo kita beli di C'Bezt ayamnya udah besar, dan ayamnya itu masih panas, ya beda sama kayak Quick Chicken itu ya dingin gitu jadi kurang selera aja*". Ukuran ayamnya

yang besar menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Intinya adalah bahwa ia mengkonsumsi *C'Bezt* dikarenakan bahwa *C'Bezt* merupakan restoran kebarat-baratan yang mirip *KFC* namun dikarenakan harga *KFC* yang mahal maka ia lebih memilih mengkonsumsi *C'Bezt*.

- 2) Pendapat/pandangan saudara Irma terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember adalah dari segi pelayanan yaitu bahwa karyawan cepat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen sehingga konsumen tidak menunggu terlalu lama ketika memesan makanan, dinyatakan dalam "*Kalo melayani konsumen yang mau mesan itu ya lumayan cepat juga, soalnya kan itu antri dan makanannya kita bawa sendiri, tapi ya lumayan cepat sih menurut saya*". Karyawannya juga ramah dan tersenyum jika melayani konsumen. Dan jika memiliki request tertentu pasti selalu dilayani oleh karyawannya. Dalam hal kebersihan menurut saudara Irma sudah baik. Namun masih ada kekurangan yaitu letak wastafel yang bersebelahan dengan toilet. Menurutnya letaknya kurang strategis. Ia menyatakan hal tersebut dengan "*Menurut saya sih bersih mbak, cuma yang kurang itu wastafelnya itu disebelah toilet, kan kita pas mau makan cuci tangan dulu, jadi kayak kurang pas aja tempatnya toilet kok sebelah sama wastafelnya gitu*". Dari segi kelengkapan menu bisa dikatakan sudah cukup bervariasi, namun kiranya *C'Bezt* menawarkan menu-menu baru. Menu seperti bakso sebenarnya kurang cocok dimasukkan ke menu makanan cepat saji, ada baiknya ditambahkan menu seperti *spaghetti* dan minumannya ditambahkan pespsi, agar mirip seperti restoran cepat saji yang lain. Menu yang paling sering dibeli adalah ayam dan kentang goreng. Ia menyatakannya dalam "*Mungkin menunya ditambahin dengan misalnya bubur gitu, yang kayak di KFC gitu, kalo nggak spaghetti, trus minumannya ditambahin pepsi*".
- 3) Pembelajaran yang saudara Irma dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu dari segi rasa dimana menurutnya rasa ayam dari *C'Bezt* cukup enak dan jika dibandingkan dengan *Quick*

Chicken masih lebih unggul ayam dari *C'Bezt*. Walaupun ayam di *KFC* lebih enak, namun dengan status sebagai mahasiswa yang memiliki kantong pas-pasan untuk sering beli makanan di restoran tersebut, maka ia menjadikan *C'Bezt* menjadi alternatif lain dalam mencari ayam goreng dan ia merasa puas. Hal tersebut dapat disimpulkan dari pernyataannya yaitu *"Pembelajaran yang saya dapatkan ya, dari segi rasa ya mbak, saya pikir rasa dari ayam C'Bezt ini cukup enak"*.

- 4) Tanggapan/kesimpulan saudari Irma mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu bahwa *C'Bezt* sangat cocok di buka di kota Jember, yang merupakan kota yang memiliki banyak mahasiswa. Jadi kesimpulannya adalah bahwa ia cukup puas dengan keberadaan restoran *C'Bezt* dan kedepannya ia akan tetap melakukan pembelian ulang di *C'Bezt* terutama ayamnya karena menurutnya ayam *C'Bezt* merupakan menu yang paling menonjol dari restoran tersebut, sesuai dengan nama dari restorannya, *Chicken Bezt* yang berarti bahwa ayamnya merupakan yang terbaik. Ia menyatakannya dalam *"Dibukanya C'Bezt di Kota Jember sangat cocok ya mbak, soalnya kan Jember itu banyak mahasiswanya"* dan *"Saya sih cukup puaslah dengan keberadaan restoran ini, dan kedepannya saya akan tetap melakukan pembelian ulang di C'Bezt terutama ayamnya karena menurut saya ayamnya itu paling menonjol"*.

- b. Informan 2 merupakan seorang mahasiswa Fakultas Fisip Universitas Jember Angkatan 2012 bernama Putera Sitepu. Wawancara dilakukan pada tanggal 22 Juli 2015 pukul 16:00 WIB. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan jawaban yaitu:

- 1) Bahwa alasan saudara Putera menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan yaitu bahwa makan di *C'Bezt* murah, praktis, dan gampang. Hal tersebut dikatakannya dalam pernyataan *"Salah satu alasan saya makan disana ya karena murah, praktis, dan juga gampang"*. Ia sudah mencoba beberapa restoran serupa misalnya *Quick Chicken* namun ia lebih menyukai *C'Bezt*. Frekuensi saudara Putera dalam mengkonsumsi

produk *C'Bezt* adalah dalam sebulan bisa mencapai empat sampai lima kali. Harga makanan di *C'Bezt* murah dan mencukupi untuk kantong mahasiswa. Rasa juga menjadi alasannya melakukan pembelian di *C'Bezt* karena rasanya yang enak.

- 2) Pendapat/pandangan saudara Putera terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember adalah bahwa pelayanannya baik dan cepat, karyawannya juga ramah dan tersenyum pada saat melayani konsumennya. *Request* konsumen selalu disanggupi oleh karyawan. Menunggu makanan tidak lebih dari lima menit. Pernyataannya dalam wawancara yaitu "*Kalo di C'Bezt itu pelayanannya enak, cepat lagi mbak, karyawannya juga ramah dan senyum kalo sedang melayani konsumennya*". Jumlah wastafel di *C'bezt* hanya ada satu dan letaknya kurang strategis karena pas bersebelahan dengan toilet jadi kurang nyaman bagi konsumen. Ada baiknya wastafel jumlahnya diperbanyak karena *C'Bezt* ramai jadi jika hanya terdapat satu saja maka konsumen akan antri. Hal tersebut dinyatakannya dalam "*Washtafelnya di C'Bezt itu yang saya tahu Cuma satu tok ya, itu dekat kamar mandi. Menurut saya karna letaknya yang sebelahan itu ya rasanya tuh kurang nyaman gitu mbak*". Dari segi kelengkapan menu sudah bervariasi namun perlu ada inovasi baru. Yang ia paling suka dan sering konsumsi adalah ayam gorengnya. Ia menyatakan "*Dari segi kelengkapan menu nya sih ya perlu ada inovasi baru ya*".
- 3) Pembelajaran yang saudara Putera dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu dari segi rasa dimana rasa ayamnya cukup enak. Intinya dari segi rasa, pelayanan, semuanya cukup memuaskan. Hal tersebut dapat dilihat dari pernyataannya yaitu "*Pastinya yang dapat aya simpulkan adalah mengenai rasanya. Rasanya cukup enak ya mbak*".
- 4) Tanggapan/kesimpulan saudara Putera mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu bahwa *C'Bezt* sangat bagus di buka di kota Jember terutama di Jalan Kalimantan karena bisa membuat

orang yang ingin makan makanan seperti di *KFC* yaitu ayam goreng tapi dengan harga bersahabat dapat mencari alternatif lain seperti membeli di *C'Bezt*. Harganya lebih cocok untuk mahasiswa. Saudara Putera puas dengan di bukanya *C'Bezt* di kota Jember. Dan pastinya ia akan tetap melakukan pembelian ulang. Pernyataan saudara Putera yaitu “*Kalo keberadaan Chicken Bezt Fried Chicken ini sangat baguslah ya dibuka di kota Jember di Jalan Kalimantan ini*”.

- c. Informan 3 merupakan seorang mahasiswi Fakultas Pertanian Universitas Jember Angkatan 2013 bernama Angeline Viesta. Wawancara dilakukan pada tanggal 24 Juli 2015 pukul 18:30 WIB. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan jawaban yaitu:

- 1) Bahwa alasan saudari Angeline menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan yaitu dikarenakan harganya yang murah, mirip seperti *KFC* namun dengan harga yang lebih terjangkau. Ayamnya besar dan rasanya juga enak. Hal tersebut dinyatakannya dalam “*Saya makan disana karena murah ya mbak, kan mirip sama kayak KFC mbak, tapi disana lebih murah. Ayamnya juga besar ya mbak trus rasanya juga enak mbak, lumayanlah*”. Yang sering dikonsumsi oleh saudari Angeline adalah ayamnya. Harganya sudah pas dan terjangkau untuk para mahasiswa di Jember. Ia melakukan pembelian sekitar dua sampai tiga kali dalam seminggu yang berarti frekuensi makan dalam sebulan bisa sampai sepuluh kali. Ukuran ayamnya juga besar dan rasanya juga enak. Jika dibandingkan dengan *KFC* yang harganya lebih mahal.
- 2) Pendapat/pandangan saudari Angeline terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember adalah karyawan *C'Bezt* ramah, dan selalu tersenyum. Kalau dari segi kecepatan menunggu makanan selalu cepat disajikan. Biasanya karyawan *C'Bezt* selalu memenuhi permintaan request dari konsumen. Jadi dari segi pelayanan, saudari Angeline sudah cukup puas. Ia menyatakannya dalam “*Karyawan C'Bezt itu sendiri ramah-ramah ya, baik-baik, welcome mereka, selalu*

senyum". Dari segi kebersihan yaitu seperti wastafel lumayan dan memiliki toilet juga. Wastafelnya perlu ditambah dan lebih baik kalau diatas ditambahkan toilet agar konsumen tidak perlu turun tangga jika hendak ke toilet. Washtafelnya perlu diperbesar agar konsumen yang hendak makan tidak antri. Restorannya juga bersih, tapi dikarenakan wastafel dan kamar mandi posisinya berdekatan jadi kurang strategis. Dapat dilihat dalam pernyataannya yaitu "*Kalo dari segi kebersihannya, seperti wastafelnya gitu ya, standartlah ya mbak, wastafelnya aja tuh mbak perlu ditambahin, dan juga letak wastafel dan toilet kurang strategis*". Menu-menu di *C'Bezt* cukup bervariasi, tapi yang menjadi favorit saudari Angeline adalah ayam gorengnya.

- 3) Pembelajaran yang saudari Angeline dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu dari segi rasa bahwa rasa dari makanan di *C'Bezt* cukup enak sehingga ia sering makan disana. Saudari Angeline menyatakannya dalam "*Ya pembelajaran yang saya dapatkan ya itu mbak, rasanya tuh enak makanya saya sering makan disana*". Ia sudah pernah makan di restoran yang serupa dengan *C'Bezt*, namun sejauh ini *C'Bezt* masih menjadi favoritnya. Jadi jika ia bosan dengan makanan yang sebagian besar merupakan lalapan maka pilihannya akan jatuh kepada *C'Bezt*. Makanannya yang enak membuatnya tetap melakukan pembelian dimasa depan.
- 4) Tanggapan/kesimpulan saudari Angeline mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu bahwa dibukanya restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* di Jember terutama di Jalan Kalimantan sangat pas dan cocok dikarenakan banyaknya mahasiswa yang bertempat tinggal didaerah sekitaran kampus. Dan ia cukup puas dengan keberadaan restoran ini dan akan menjadi pelanggan tetap. Pernyataan saudari Angeline adalah "*Dengan dibukanya C'Bezt di Jember di Jalan Kalimantan ini cocok ya mbak, ya apalagi untuk mahasiswa ya cocok-cocok aja gitu, dan saya cukup puas*".

d. Informan 4 merupakan seorang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Angkatan 2013 bernama Leonardus Christopel. Wawancara dilakukan pada tanggal 26 Juli 2015 pukul 19:00 WIB. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan jawaban yaitu:

- 1) Bahwa alasan saudara Leonardus menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan yaitu dikarenakan ia kurang tertarik dengan sebagian besar makanan di kota Jember yang didominasi oleh lalapan, dan makanan tersebut tidak cocok dengan selernya. Saudara Leonardus sering makan di *C'Bezt* dan frekuensinya dalam sebulan bisa sampai dua belas kali. Rasanya juga enak terutama ayam gorengnya. Harganya murah dan pas dengan standard anak kuliah. Pernyataan tersebut dapat dilihat *dalam "Rasanya itu mbak cukup enaklah kalo menurut saya mbak"*.
- 2) Pendapat/pandangan saudara Leonardus terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember adalah dari segi pelayanan dimana pelayanan karyawannya lumayan bagus dan ramah. Waktu yang dibutuhkan pada saat melayani pesanan lumayan cepat kira-kira tiga sampai empat menit. Dinyatakannya dalam *"Kalau waktu melayani pesanan ya lumayan cepat kira-kira tiga sampai empat menit gitu"*. Mengenai kebersihan menurutnya sudah baik dan mengenai wastafelnya ia rasa sudah bagus namun lebih baik jika ditambahkan satu lagi. Ia menyatakannya dalam *"Kalo bicara mengenai kebersihan ya, menurut saya sudah bersih kok disana itu dan mengenai washtafelnya saya rasa sudah bagus sih mbak, mungkin ditambahi satu lagi aja kali ya"*. Kelengkapan menu sudah bervariasi namun jika memungkinkan dapat ditambahkan lagi agar konsumennya lebih banyak pilihan menu yang hendak dipesan. Pernyataannya yaitu *"Kelengkapan menu bervariasi tapi kalo bisa ditambahinlah ya biar konsumennya lebih banyak pilihan menu yang ingin dipesan gitu"*.
- 3) Pembelajaran yang saudara Leonardus dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu dari segi rasa bahwa rasa ayamnya

enak dan *C'Bezt* itu merupakan salah satu restoran cepat saji yang masuk kategori restoran yang laku dan ayamnya enak, sehingga walaupun sudah lama berdiri tetap ramai pelanggan. Rasanya enak sehingga konsumen tetap datang lagi dan malah semakin ramai. Kalau misalnya makanannya tidak enak maka konsumen tidak akan melakukan pembelian lagi dikemudian hari. Hal tersebut dapat disimpulkan dari pernyataan "*Ya pembelajarannya ya, soal rasa ayamnya saya rasa itu enak mbak, kalau ngga enak ngapain saya beli lagi kan, hahaha*".

4) Tanggapan/kesimpulan saudara Leonardus mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu bahwa *C'Bezt* sangat cocok dibuka di kota Jember dikarenakan banyak mahasiswa, lokasinya dekat dengan kampus Unej, bisa dijadikan tempat tongkrongan, dan disana terdapat wifi, jadi mahasiswa cocok jika hendak makan disana sambil internetan. Saudara Leonardus cukup puas dengan keberadaan *C'Bezt*. Dan pastinya ia akan tetap melakukan pembelian lagi kaena ia merupakan salah satu pelanggan setia *C'Bezt*. Dapat dilihat dalam pernyataan "*C'Bezt itu sangat cocok saya rasa dibuka di kota Jember, apalagi kan banyak mahasiswa dan dekat juga lokasinya dengan kampus UNEJ*".

e. Informan 5 merupakan seorang mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember Angkatan 2013 bernama Yenny Panggabean. Wawancara dilakukan pada tanggal 27 Juli 2015 pukul 15:00 WIB. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan jawaban yaitu:

1) Bahwa alasan saudari Yenny menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan yaitu dikarenakan ayamnya enak, gurih, mirip dengan *KFC*. Dari segi harganya juga dimana harga makanan di *C'Bezt* lebih murah daripada *KFC* dan hal tersebut sesuai dengan kantong mahasiswa. Ia menyatakan hal tersebut dengan "*Alasannya itu karna ayamnya itu enak mbak, gurih juga, ya miriplah mbak sama KFC, dari segi harga lebih murahlah ya mbak dari KFC, sesuaiilah menurut saya dengan kantong mahasiswa*". Saudari Yenny melakukan pembelian sekitar sepuluh kali

dalam sebulan. Ia mengetahui restoran *C'Bezt* dari teman kampus, dan ternyata setelah dicoba enak sehingga ia sering melakukan pembelian kembali.

- 2) Pendapat/pandangan saudari Yenny terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember adalah jika dari segi pelayanan karyawannya ramah dan cepat dalam melayani konsumen. Dapat dilihat dalam pernyataan "*Kalo dari segi pelayanannya ya, mereka itu ramah-ramah kok dan cepat juga kalo melayani kita*". Kebersihan *C'Bezt* sudah dapat dikatakan bagus namun wastafelnya perlu ditambah agar terhindar dari antrian. Mejanya juga selalu bersih setiap kali ia makan disana. Pernyataan saudara Yenny mengenai kebersihan yaitu "*Kebersihan C'Bezt itu sudah bagus ya, kalo saya lihat itu selalu bersih kok mbak*". Kelengkapan menu sudah cukup bervariasi namun ada baiknya ditambah, contoh misalnya es krim. Sejauh ini yang menjadi favorit adalah ayam dan kentang gorengnya.
- 3) Pembelajaran yang saudari Yenny dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu pastinya dari segi rasa dimana bahwa rasa dari makanan di *C'Bezt* terutama ayam gorengnya sudah cukup enak sehingga ia akan tetap melakukan pembelian ulang. Dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang tetap datang kesana, jadi dapat disimpulkan bahwa rasanya pasti enak. Pernyataan dari saudara Yenny yaitu "*Saya rasa makanannya cukup enak ya mbak, ayamnya itu, ya makanya itu saya tetap membeli disana*".
- 4) Tanggapan/kesimpulan saudari Yenny mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu bahwa *C'Bezt* sangat cocok didirikan di kota Jember yang merupakan kota yang memiliki banyak mahasiswa, harganya juga cocok untuk ukuran mahasiswa. Ia sangat puas terhadap keberadaan *C'Bezt*. Dan pastinya ia juga akan melakukan pembelian ulang untuk kedepannya. Ia menyatakannya dalam "*C'Bezt sangat cocok didirikan di Jember soalnya kan banyak mahasiswanya, harganya juga cocok buat mahasiswa gitu mbak*".

f. Informan 6 merupakan seorang mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Jember Angkatan 2013 bernama Koko Riston. Wawancara dilakukan pada tanggal 30 Juli 2015 pukul 18:30 WIB. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan jawaban yaitu:

- 1) Bahwa alasan saudara Koko menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan yaitu dikarenakan tidak semua orang yang mau makan di restoran cepat saji yang udah terkenal seperti *KFC* dikarenakan harganya yang mahal dan letaknya juga jauh, sedangkan *C'Bezt* harganya terjangkau untuk kantong mahasiswa dan lokasinya juga dekat didaerah sekitar kampus. Rasanya enak tidak kalah dengan restoran lainnya. Dapat dilihat dalam pernyataannya yaitu "*C'Bezt itu terjangkaulah untuk kantong mahasiswa, uda gitu deket lagi didaerah sekitaran kampus, rasanya juga enaklah mbak ga kalah sama yang lain*". Ia sering mengkonsumsi *C'Bezt*, dalam sebulan bisa sampai delapan kali. Jarang ada restoran yang harganya terjangkau oleh mahasiswa tapi dengan fasilitas yang sudah baik seperti *C'Bezt* dimana dapat dilihat memang restoran didesain seperti kafe jadi mahasiswa tertarik untuk kesana baik untuk sekedar makan atau sekalian ingin nongkrong karena disana juga terdapat fasilitas *wifi*.
- 2) Pendapat/pandangan saudara Koko terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember adalah dari segi pelayanan, karyawannya ramah dan cepat. Sekitar tiga ampe lima menit ia sudah bisa menyantap makanan pesannya. Request konsumen juga diterima oleh karyawan *C'Bezt*. Jadi menurutnya pelayanannya sudah cukup memuaskan. Dinyatakan dalam pernyataan "*Kalo dari segi pelayanannya itu ramah kok mbak, dam mereka langsung cepat respon*". Kalau dari segi kebersihan, contohnya wastafel, wastafel itu sangat penting jadi ada baiknya jumlahnya ditambah jangan hanya satu, dibawah tiga dan diatas dua agar jika misalnya sedang ramai-ramainya jadi tidak perlu mengantri panjang. Posisi wastafel dan kamar mandi bersebelahan dimana posisi tersebut menurutnya kurang pas, lebih baik wastafelnya agak kedepan, intinya

jangan bersebelahan karena kalau bersebelahan jadi kurang nyaman. Kalau kebersihan dari restorannya seperti meja sudah bersih hanya saja apabila sedang ramai-ramainya maka bisa tolerir, dikarenakan karyawan yang repot dan terkadang lupa membersihkan sisa makanan, namun itu tidak dijadikan masalah. Kebersihan dapat dinyatakan dalam *“Kalo dari kebersihan restorannya, seperti meja misalnya, bersih kok mbak”*. Kalau menunya sudah baik dan bervariasi hanya perlu dipromosikan saja menu-menu yang lainnya, agar masyarakat juga penasaran dan tertarik untuk mencoba, agar jangan ayamnya saja yang dipesan. Dapat dilihat dari pernyataan *“Kalo menunya itu sudah baiklah menurut saya, Cuma perlu lebih dipromosiin aja itu mbak menu yang lainnya”*.

3) Pembelajaran yang saudara Koko dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu rasanya yang memang terbukti enak maka dari situ ia belajar bahwa makanan disana merupakan salah satu makanan yang cocok, sehingga ia akan tetap melakukan pembelian lagi. Jika bukan karena rasanya yang enak ia juga tidak akan kembali lagi untuk membelinya. Ia pernah mencoba makan di restoran lain yang serupa dan menurutnya masih lebih enak makanan di *C’Bezt*. Tempatnya juga lebih nyaman dan ia suka karena bersih. Ia menyatakannya dengan *“Pembelajaran dari segi rasanya, kalo menurut saya rasanya itu udah cocok mbak, makanya saya sering melakukan pembelian lagi”*.

4) Tanggapan/kesimpulan saudara Koko mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu bahwa *C’Bezt* cocok dibuka di Jember karena buat mahasiswa yang terkadang ingin ganti menu karena bosan dengan makanan yang kebanyakan lalapan. Apalagi tempatnya sudah cocok dan pas disekitaran kampus. Saudara Koko puas dengan *C’Bezt* dan pastinya akan tetap melakukan pembelian ulang. Dapat dilihat dalam pernyataannya yaitu *“Cocoklah ya mbak kalo C’Bezt di buka di Jember ini, soalnya kan cocok untuk mahasiswa”*.

g. Informan 7 merupakan seorang mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Jember Angkatan 2009 bernama Irinne Bagus. Wawancara dilakukan pada

tanggal 1 Agustus 2015 pukul 12:30 WIB. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan jawaban yaitu

- 1) Bahwa alasan saudara Irinne menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan yaitu dikarenakan ia sebagai seorang mahasiswa yang selalu disibukkan dengan kegiatan kampus apalagi ia sedang mengerjakan tugas akhir, jadi ia berpikir kalau masak tidak dapat dilakukan karena kesibukan, jadi ia lebih memilih makanan yang instan. Dalam sebulan itu biasanya ia melakukan pembelian sebanyak delapan kali. Rasanya enak dan tidak jauh beda dengan restoran junk food lainnya seperti KFC, harganya juga terjangkau dimana cocok untuk kantong mahasiswa. Dinyatakan dalam pernyataan "*Rasanya ga jauh beda sama junk food lainnya seperti KFC, harganya juga terjangkau, ya cocoklah untuk kantong mahasiswa seperti saya ini mbak*".
- 2) Pendapat/pandangan saudara Irinne terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember adalah bahwa penilaiannya terhadap karyawan *C'Bezt* sudah cukup ramah dan selalu senyum setiap kali menyambut kedatangan pelanggan. Diucapkan salam, tersenyum, dan konsumen dilayani dengan ramah. Waktu menunggu makanannya standard dan cepat, akan tetapi makanan yang harus dibuat dulu memang agak lama sekitar sepuluh menit, dan biasanya itu pasti ada konfirmasi dari karyawannya seberapa lama konsumen akan menunggu. Pernyataan saudara Irinne yaitu "*Penilaian saya dengan karyawan C'Bezt sudah cukup ramah ya mbak, dan selalu senyum setiap kali menyambut kedatangan pelanggan*". Kalau kebersihan ada sedikit kekurangan yaitu dimana wastafelnya seharusnya jangan dekat dengan toilet karena menjadi kurang strategis sehingga mengurangi selera makan. Jumlah wastafelnya juga perlu penambahan dikarenakan restoran yang selalu ramai. Biasanya setelah pelanggan selesai makan mejanya selalu langsung dibersihkan, jadi sejauh ini ia rasa *C'Bezt* itu sudah bersih. Pernyataannya yaitu "*Kalo kebersihannya ya mbak, kalau saya bisa kasih saran ya, itu wastafelnya*

jangan terlalu dekat sama kamar mandinya". Menunya sudah cukup variatif namun yang menjadi best sellernya adalah ayam goreng yang membuat konsumennya ketagihan.

3) Pembelajaran yang saudara Irinne dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu soal rasa, dimana sudah terbukti bahwa rasa ayam *C'Bezt* enak dan tidak jauh beda dengan KFC, sedangkan KFC dengan harga yang mahal. Kalau dari segi rasa KFC masih menang namun *C'Bezt* itu masih dapat dikatakan mirip dengan rasa ayam di KFC. Ia beranggapan bahwa *C'Bezt* merupakan salah satu restoran yang ayam gorengnya terenak dari restoran ayam goreng lainnya di kota Jember. Kesimpulan tersebut didapatkan dari pernyataan "*Kalo rasa sih ga jauh beda ya sama KFC, saya pikir C'Bezt itu merupakan salah satu restoran terenak dari restoran ayam goreng lainnya di Jember ini*".

4) Tanggapan/kesimpulan saudara Irinne mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu bahwa *C'Bezt* cocok dibuka di kota Jember dikarenakan dengan harganya yang terjangkau, konsumen bisa memperoleh makanan yang enak, apalagi bagi para mahasiswa. Ia cukup puas dengan keberadaan *C'Bezt*. Ia juga akan tetap melakukan pembelian ulang dan akan menjadi pelanggan tetap. Dapat dilihat dari pernyataan "*C'Bezt cocok di buka di kota Jember soalnya dengan harganya yang terjangkau kita bisa memperoleh makanan yang enak, apalagi seperti kita mahasiswa ini ya, saya cukup puaslah mbak dengan keberadaan C'Bezt ini*".

h. Informan 8 merupakan seorang mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Jember Angkatan 2012 bernama Nawandi Prasetya Pinandita. Wawancara dilakukan pada tanggal 2 Agustus 2015 pukul 18:30 WIB. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan jawaban yaitu

1) Bahwa alasan saudara Nawandi menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan yaitu dikarenakan ia ingin makan makanan cepat saji yang dimana biasanya makanan cepat saji itu merupakan restoran yang mahal-

mahal, jadi ia memilih makan ke *C'Bezt* untuk harga yang lebih miring. Saudara Nawandi melakukan pembelian di *C'Bezt* sekitar lima sampai enam kali dalam sebulan. Rasanya yang enak menjadi salah satu faktor pendukung juga. Dapat dilihat dalam pernyataannya yaitu *“Saya makan disana itu karna saya pengen makan makanan cepat saji ya, biasanya kan makanan cepat saji itu mahal-mahal, jadi saya ke C”bezt aja untuk harga yang lebih miring”*.

2) Pendapat/pandangan saudara Nawandi terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember adalah bahwa karwawannya sebagian besar ramah, waktu menunggu makanan disiapkan juga cepat dan ia selalu dilayani dengan baik. Dapat dilihat dalam pernyataan *“Intinya saya selalu dilayani dengan baik mbak”*. Mengenai wastafel tempat pelanggan mencuci tangan masih kurang karena harus mengantri dulu hanya untuk mencuci tangan, jadi kurang efisien. Lebih baik dipisah antara wastafel dengan toilet, agar tidak tercium bau-bau yang aneh-aneh yang merusak selera makan. Untuk kebersihan lantai dan mejanya selalu bersih. Mungkin kalau kelengkapan menunya sudah cukup bervariasi namun biasa ditambahkan dengan menu lainnya contohnya seperti burger, minumannya juga mungkin bisa ditambahkan pepsu. Dapat dilihat dari pernyataan *“Mungkin kalo kelengkapan menunya ya, bisalah ditambahi dengan menu lainnya contohnya seperti burger mungkin, minumannya juga mungkin bisa ditambahkan pepsu gitu mbak”*.

3) Pembelajaran yang saudara Nawandi dapatkan setelah mengonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu soal rasa yang ia rasa sudah cukup enak. Ia pernah mencoba ayam goreng ditempat yang lain misalnya *Quick Chicken, KFC, CFC*, bahkan *Mc.Dono*, dari rasa relatif, tapi kalau dilihat dari segi harga ia lebih memilih *C'Bezt*. *C'Bezt* itu enak, dan murah. Dan ia selanjutnya tetap mau membelinya. Dapat simpulkan dalam pernyataan *“Kalau pembelajaran soal rasa saya rasa cukup enak ya mbak, saya pernah kok mbak coba ayam goreng di tempat lain, kalo soal rasa sih relatif ya, tapi kalo dilihat dari segi harga saya lebih memilih C'Bezt dong tentunya mbak”*.

- 4) Tanggapan/kesimpulan saudara Nawandi mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu bahwa *C'Bezt* sangat cocok dibuka di Jember alasannya karena untuk mahasiswa harganya cukup miring jadi tidak perlu pergi ke restoran mahal untuk membeli ayam goreng tepung, cukup pergi ke *C'Bezt* dan rasanya tidak kalah dengan ayam goreng ditempat lain. Ia cukup puas dengan dibukanya *C'Bezt* dan kedepannya pasti akan melakukan pembelian ulang. Dapat dilihat dalam pernyataan "*C'Bezt itu sangat cocok ya mbak di buka di Jember, alasannya ya itu tadi buat mahasiswa harganya cukup miring jadi ga perlu pergi ke restoran mahal untuk membeli ayam goreng tepung*".

Setelah melakukan wawancara dengan informan-informan terpilih, peneliti telah mendapatkan data yang dibutuhkan maka selanjutnya dikarenakan penelitian ini menggunakan metode triangulasi peneliti juga melakukan wawancara dengan pemilik restoran *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu Bapak Darmawan untuk mengetahui tanggapan pemilik akan jawaban informan-informan sehingga data dapat diverifikasi. Wawancara dilakukan pada tanggal 4 September 2015 pukul 19:00. Berikut hasil wawancaranya:

- 1) Benar adanya bahwa motivasi mahasiswa untuk makan di *C'Bezt* adalah dikarenakan harganya yang cenderung lebih terjangkau untuk sekelas ayam goreng *crispy*, terlebih juga restoran *C'Bezt* menu-menunya mirip dengan menu makanan di franchise lain namun karena kantong mahasiswa yang pas-pasan makan mereka akan mengambil alternatif lain yaitu salah satunya dengan melakukan pembelian di *C'Bezt*. Ayamnya juga besar dan panas, dan hal tersebut tetap dijaga agar konsumen betah. *C'Bezt* sendiri sudah merupakan salah satu restoran *franchise* yang banyak peminatnya, di Jember sendiri ada sebelas cabang, yaitu daerah kampus, di Balung, Tanggul, Ambulu, Tegal Besar, Kencong, di Jalan Manggar, Kalisat, Arjasa, Rambipuji, dan Mangli. Konsumen *C'Bezt* ini sendiri tidak hanya mahasiswa saja, tapi semua kalangan, namun cabang di kampus adalah salah satu yang paling besar keuntungannya dikarenakan daerah dekat kampus

dan memang Jember khususnya daerah kampus sangat ramai. Jadi intinya konsumen itu makan di *C'Bezt* karena memang karena harga yang lebih murah, dan walaupun lebih murah namun tetap bisa menarik pelanggan karena rasanya yang enak. Dan untuk anak muda yang biasanya hobi nongkrong terutama anak kuliah, jadi bisa makan sambil nongkrong, sambil menikmati fasilitas *Wifi* gratis. Dapat dilihat dalam pernyataan beliau yaitu *"Jadi ya intinya konsumen itu makan disini itu karena harga yang lebih murah, dan walaupun lebih murah namun tetap bisa menarik pelanggan karna rasanya yang enak"*.

- 2) Beliau mengatakan bahwa kalau bicara dari segi pelayanan, karyawan *C'Bezt* sudah memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Karyawan yang dipekerjakan olehnya harus memiliki etika yang baik, tersenyum, ramah kepada pelanggan. Hal tersebut sudah merupakan hal wajib bagi karyawan *C'Bezt*. Pelayanannya tentunya harus memuaskan agar konsumen puas dan datang lagi dilain waktu. Beliau mengatakannya dalam pernyataan *"Kalo kita bicara soal pelayanan ya, saya rasa karyawan saya sudah memberikan pelayanan yang baik ya kepada konsumen. Ya namanya kita menjual prduk ya mbak, ya harus menggunakan etika yang baiklah kan, tersenyum, ramah kepada pelanggan. Hal tersebut sudah merupakan hal wajiblah buat karyawan saya mbak"*. Beliau mengatakan bahwa apabila mungkin ada sedikit komplain mohon dimaklumi dikarenakan terkadang pembeli datang tidak setiap waktu ayamnya ada, karena terkadang sudah habis dan membutuhkan waktu untuk memasak yang baru, dan memang biasanya itu tidak terlalu memakan waktu, paling lama sepuluh menit sudah disajikan. Karyawan *C'Bezt* pastinya selalu mencoba untuk memuaskan konsumennya. Kalau dari segi kebersihan, karyawan *C'Bezt* sudah melakukan tugas mereka dengan baik terbukti dengan yang dikatakan oleh para informan yang memang sudah melihat sendiri bahwa kebersihan *C'Bezt* bisa dikatakan terjamin. Masalah mengenai wastafel beliau rasa sudah cukup ada satu dibawah dan satu di atas. Sebenarnya kalau restoran minimal ada dua wastafel tapi kalau untuk *C'bezt* sendiri satu saja sudah

cukup mengingat juga ruangnya sudah pas jadi kalau mau ditambahkan harus dilakukan pembongkaran yang memerlukan waktu yang lama. Pernyataan beliau yaitu *"Sebenarnya sih kalau restoran seperti kita ini, minimal ada dua washtafel ya mbak, tapi kalau untuk C'Bezt sendiri seginiaja udah cukuplah mbak, mengingat juga ruangnya sudah pas gitu mbak jadi ya kalau mau ditambah harus bongkar-bongkar dulu kan repot mbak"*. Kelengkapan menu menu di C'Bezt beliau rasa sudah cukup beragam dan karena C'Bezt merupakan *franchise* jadi tidak bisa asal menambahkan menu sendiri. Hal tersebut didapatkan dari pernyataan beliau *"Kalau kelengkapan menu wah menu di C'Bezt saya rasa sudah cukup beragam dan karena ini franchise kan kita ngikut dong mbak ga bisa asal bikin menu-menu sendiri kan namanya juga waralaba mbak"*. Menu terlaris C'Bezt adalah ayam goreng *crispy*. Nama restorannya saja *Chicken Bezt*, jadi dari melihat judulnya saja sudah dapat disimpulkan bahwa ayamnyalah yang terbaik.

- 3) Beliau menjelaskan bahwa seseorang ingin membeli lagi pastinya dikarenakan ia menemukan kepuasan dengan apa yang ia beli sebelumnya, sama dengan konsumen C'Bezt sendiri, mereka datang lagi pastinya karena mereka menyukai rasa makanannya. Jadi menurut beliau pembelajaran yang konsumen dapatkan setelah mengkonsumsi makanan cepat saji adalah makanannya enak. Hal tersebut dapat disimpulkan dari pernyataan *"Nah kalau soal pembelajaran dari konsumen C'Bezt sendiri ya kenapa mereka datang lagi? Pastinya karena mereka menyukai rasamakananya dong mbak"*.
- 4) Tanggapan/kesimpulan beliau mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu bahwa intinya membuka restoran C'Bezt apalagi di daerah kampus UNEJ sangatlah menguntungkan dan cabang kampus merupakan cabang yang memiliki pengasialan paling besar kedua. Dan dapat ia simpulkan bahwa keberadaan C'Bezt ini sangatlah bagus dan juga dapat diterima oleh masyarakat. Masyarakat yang ingin makan enak ala *junkfood* tidak perlu jauh-jauh ke KFC atau *franchise* mahal lainnya, C'Bezt

juga menawarkan beragam menu makanan enak yang mirip dengan *franchise* lain dan tentunya dengan harga yang lebih terjangkau. Dapat disimpulkan dari pernyataan beliau “*Intinya membuka restoran ini apalagi di daerah kampus UNEJ ini sangatlah menguntungkan*”.

Setelah melakukan wawancara dengan informan-informan terpilih dan pemilik restoran *Chicken Bezt Fried Chicken*, peneliti juga melakukan wawancara dengan para ahli yaitu yaitu Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM selaku dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember untuk mengetahui pendapat akan jawaban informan-informan sehingga data dapat diverifikasi. Wawancara dilakukan pada tanggal 8 September 2015 pukul 10:00. Berikut hasil wawancaranya:

- 1) Menurut beliau, alasan konsumen mahasiswa Universitas Jember menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan yaitu dimana mahasiswa tersebut menginginkan makanan yang enak namun lebih murah dari makanan sejenis lainnya. Mereka juga menginginkan kenyamanan dan kepraktisan. Mengingat mahasiswa tergolong sibuk jadi pasti lebih memilih makan diluar daripada masak sendiri, dengan kepraktisan restoran tersebut maka dapat dijadikan salah satu pilihan dalam memilih tempat makan. Dan *C’Bezt* mirip dengan restoran *franchise* seperti KFC, *C’Bezt* merupakan versi Indonesia., Hal tersebut juga bisa dijadikan motivasi para mahasiswa ini dalam melakukan pembelian. Kesimpulan tersebut didapatkan dari pernyataan beliau “*Pada restoran Chicken Bezt di Jalan Kalimantan ini ya pastinya konsumen memiliki motivasi untuk membeli makanan yang enak, lebih murah dari makanan sejenis lainnya*”.
- 2) Menurut pendapat beliau, persepsi konsumen yaitu mahasiswa terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu restoran makanan cepat saji, sebenarnya walaupun beliau belum pernah secara langsung melihat keadaan dari restoran *Chicken Bezt Fried Chicken*, namun jika dilihat dari eksistensi *C’Bezt* yang tetap baik walaupun sudah di buka cukup lama jadi menurut beliau itu bukan tanpa sebab. Dapat dipastikan bahwa konsumen merasa

bahwa restoran tersebut memenuhi segala aspek yang mereka inginkan, seperti kebersihan restoran dan pelayanan karyawan yang baik. Kalau hal tersebut tidak memenuhi standard, konsumen pasti tidak mau lagi kembali, jadi beliau rasa dari segi pelayanan dan kebersihannya sudah baik. Dapat disimpulkan dari pernyataan beliau *“Sebenarnya saya sendiri juga belum pernah melakukan pembelian di restoran tersebut ya, tapi kalau menurut pendapat saya, kalau dilihat dari eksistensi Chicken Bezt yang tetap baik walaupun sudah di buka cukup lama ya menurut saya itu buka tanpa sebab. Pasti konsumen merasa bahwa restoran tersebut memenuhi segala aspek yang mereka inginkan, seperti kebersihan restoran dan pelayanan karyawan yang baik”*. Dari segi kelengkapan menu beliau mengatakan bahwa restoran *franchise* tidak boleh asal menambahkan menu baru karena ikut dengan menu yang sudah ditentukan.

- 3) Menurut beliau pembelajaran yang didapatkan dalam hal mengkonsumsi makanan cepat saji pastinya dari segi rasa. Pembelajaran merupakan perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil dari akibat adanya pengalaman. Proses pembelian itu merupakan proses belajar dan ini terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, dan sebaliknya apabila tidak terjadi maka konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang menurutnya kurang baik. Jadi apabila konsumen merasa puas dengan rasa makanan tersebut maka konsumen akan mendapatkan pembelajaran bahwa restoran tersebut merupakan restoran yang pantas untuk didatangi dilain waktu. Konsumen juga dalam menentukan keputusan pembelian restoran cepat saji biasanya berdasarkan informasi atau pengetahuan yang didapat, yang mana informasi atau pengetahuan (pembelajaran) didapatkan dari media massa yaitu contohnya berupa iklan-iklan baik itu dari televisi, majalah, dan sebagainya, dan juga melalui pengalaman mengkonsumsi produk, dimana apabila rasa makanannya enak maka konsumen mendapatkan pembelajaran dan akan melakukan pembelian lagi karena merasa puas dengan produk yang dikonsumsinya. Dapat dilihat dari pernyataan beliau yaitu *“Melalui pengalaman mengkonsumsi produk,*

dimana apabila rasa makanannya enak maka konsumen mendapatkan pembelajaran dan akan melakukan pembelian lagi karena merasa puas dengan produk yang dikonsumsinya”.

- 4) Tanggapan/kesimpulan beliau mengenai keberadaan restoran cepat saji seperti *Chicken Bezt Fried Chicken* di kota Jember yaitu bahwa keberadaan *Chicken Bezt* itu sendiri beliau rasa sudah cocok, apalagi di daerah kampus dimana mahasiswa yang gaya hidupnya modern dan menginginkan segala sesuatu yang bersifat praktis ditambah dengan segudang kesibukan yang memaksa mereka untuk memilih hal yang simpel dan praktis. Dapat dilihat dari pernyataan beliau yaitu *“Kalau keberadaan Chicken Bezt itu sendiri ya saya rasa sudah cocok ya, apalagi di daerah kampus seperti ini, mahasiswa yang gaya hidupnya modern dan menginginkan segala sesuatu yang bersifat praktis”*. Juga kebutuhan mahasiswa dengan internet, dimana *Chicken Bezt* sendiri memiliki fasilitas wifi, jadi memang cocok sekali, dimana mahasiswa dapat makan sekaligus melakukan browsing tentang materi perkuliahan. Jadi kesimpulannya keberadaan restoran seperti ini sudah baik dan cocok.

4.3 Analisis Data

Sesuai dengan metode penelitian pada bab tiga, untuk menganalisis data dari hasil penelitian di lapangan, maka, data tersebut perlu di reduksi, di sajikan dan di verifikasi sehingga data tersebut kredibel.

4.3.1 Reduksi Data

Setelah melakukan penelitian, data kasar dari hasil wawancara perlu di proses dan di rangkum sehingga dapat memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting serta dicari tema dan polanya.

Faktor psychografis mahasiswa Universitas Jember dalam Pembelian Makanan Cepat Saji *Chicken Bezt Fried Chicken* dapat dilihat dari beberapa tabel sebagai berikut:

a. Motivasi

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan faktor-faktor *psychografis* yaitu motivasi mahasiswa Universitas Jember dalam mengkonsumsi makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)*:

Tabel 4.1. Motivasi

Keterangan Informan	Kata yang Muncul	Keterangan
Informan 1 (Ade Irma Desi Suryani)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga lebih miring 2. Ukuran ayam besar 3. Rasa enak 4. Mirip KFC 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga ayam goreng di Chicken Bezt lebih miring daripada direstoran cepat saji lainnya. 2. Ukuran ayamnya yang besar menjadi daya tarik tersendiri 3. Rasa enak dan ukuran ayamnya cukup besar besar mengingat harganya yang terjangkau 4. Chicken Bezt menjual ayam yang mirip dengan ayam di KFC namun dengan harga yang lebih murah
Informan 2 (Putra Sitepu)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Murah 2. Praktis 3. Enak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harganya murah sehingga mencukupi untuk kantong mahasiswa 2. Praktis karena merupakan makanan cepat saji 3. Rasa enak karena sesuai selera konsumen
Informan 3 (Angeline Viesta)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Murah/Terjangkau 2. Mirip ayam di KFC 3. Ayamnya enak 4. KFC lebih mahal 5. Ukuran ayam besar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga cukup murah dan terjangkau untuk mahasiswa 2. Ayamnya besar mirip dengan ayam direstoran cepat saji lain seperti KFC 3. Rasa ayamnya enak dan mirip dengan ayam direstoran cepat saji KFC 4. Ayam diKFC lebih mahal dibandingkan dengan C'Bezt sedangkan rasanya enak juga 5. Ukuran ayamnya cukup besar dan kalau membeli direstoran lain dengan harga yang sama maka akan mendapatkan ayam yang kecil
Informan 4	1. Lebih berselera	1. Sesuai selera dikarenakan

(Leonardus Christopel)	<ol style="list-style-type: none"> 2. Rasa ayamnya enak 3. Murah 	<p>makanan di Jember sebagian besar adalah lalapan jadi kurang tertarik sehingga lebih memilih makan di C'Bezt</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Rasaya enak sesuai dengan selera 3. Harga lebih terjangkau untuk standard kantong mahasiswa
<p>Informan 5 (Yenny Panggabean)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa ayam enak 2. Mirip KFC 3. Harga lebih murah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ayamnya enak dan gurih 2. Mirip dengan restoran cepat saji KFC dan rasanya memang lebih enak KFC 3. Cocok untuk kantong mahasiswa yang ingin makan ayam goreng yang sejenis dengan KFC
<p>Informan 6 (Koko Riston)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. KFC lebih mahal 2. Enak 3. Harga terjangkau 4. Tempat dekat dengan kampus 5. Fasilitas baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. KFC harganya lebih mahal sehingga lebih memilih makan di C'Bezt 2. Rasanya enak tidak kalah dengan restoran yang lain 3. Harga murah dan terjangkau, janrang ada restoran yang murah namun fasilitas sangat baik, dan juga ada fasilitas wifi. 4. Tempat strategis karena dekat dengan kampus Unej 5. Fasilitas baik seperti wifi yang diperlukan oleh mahasiswa
<p>Informan 7 (Irinne Bagus)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa mirip restoran junkfood ternama 2. Harga terjangkau 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasanya cukup enak dan tidak jauh beda seperti restoran junkfood lain seperti KFC 2. Harganya bersahabat cocok untuk kantong mahasiswa
<p>Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Makanan cepat saji yang lain lebih mahal 2. Harga lebih miring 3. Enak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Makanan cepat saji biasanya mahal sehingga lebih memilih C'Bezt 2. Harga murah untuk sekelas makanan cepat saji 3. Rasa enak sesuai selera

Melihat Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa informan 1 (Ade Irma Desi Suryani) menyatakan bahwa alasan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan harga lebih miring, ukuran ayam besar,

dan rasanya yang enak. Informan 2 (Putera Sitepu) menyatakan bahwa alasan makan di restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan murah, praktis, dan enak. Informan 3 (Angeline Viesta) menyatakan bahwa alasan makan di restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan lebih murah/terjangkau, mirip ayam di KFC, ayamnya enak, KFC lebih mahal, dan ukuran ayam besar. Informan 4 (Leonardus Christopel) menyatakan bahwa alasan makan di restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan lebih berselera, rasa ayamnya enak, dan murah. Informan 5 (Yenny Panggabean) menyatakan bahwa alasan makan di restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan rasa ayam enak, mirip KFC, dan harga lebih murah. Informan 6 (Koko Riston) menyatakan bahwa alasan makan di restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan KFC lebih mahal, enak, harga terjangkau, tempat dekat dengan kampus, dan fasilitas baik. Informan 7 (Irinne Bagus) menyatakan bahwa alasan makan di restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan rasa mirip restoran *junk food* ternama dan harga terjangkau. Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita) menyatakan bahwa alasan makan di restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan makanan cepat saji yang lain lebih mahal, harga lebih miring, dan enak.

b. Persepsi

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan faktor-faktor psychografis yaitu persepsi mahasiswa Universitas Jember dalam

mengonsumsi makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)*:

Tabel 4.2. Persepsi

Keterangan Informan	Kata yang Muncul	Keterangan
<p>Informan 1 (Ade Irma Desi Suryani)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan ramah 2. Proses cepat 3. Request tertentu 4. Pelayanan cukup memuaskan 5. Bersih 6. Terkadang kurang sigap 7. Posisi washtafel dan toilet tidak strategis 8. Menu kurang bervariasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan selalu ramah dan tersenyum pada saat melayani kosumen 2. Karyawan selalu cepat dalam menyiapkan makanan sehingga tidak perlu menunggu lama 3. Request konsumen selalu diterima dan dilakukan oleh karyawan C'Bezt 4. Pelayanan karyawan cukup baik dan cukup puas 5. Kebersihan terjaga 6. Terkadang kurang sigap membersihkan sisa piring dari meja pada saat ramai pengunjung 7. Posisi wastafel dan toilet kurang pas karena terlalu dekat dan bersebelahan 8. Menu perlu ditambahkan seperti menu yang ada di KFC
<p>Informan 2 (Putra Sitepu)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan cepat 2. Karyawan ramah 3. Request konsumen dilayani 4. Letak wastafel dan toilet kurang strategis 5. Jumlah washtafel perlu ditambahkan 6. Kebersihan sudah baik 7. Perlu inovasi baru 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen dilayani dengan cepat sekitar tiga sampai lima menit saja 2. Karyawannya ramah dan tersenyum pada saat melayani konsumen 3. Permintaan tertentu dari konsumen selalu diterima oleh karyawan 4. Letaknya yang sangat berdekatan sehingga menjadi kurang nyaman 5. Jumlah wastafel hanya satu dan perlu ditambahkan agar tidak antri 6. Kebersihan lantai dan meja sudah baik 7. Perlu inovasi baru walaupun yang paling laku adalah ayamnya
<p>Informan 3 (Angeline Viesta)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan baik dan karyawan ramah 2. Kecepatan penyajian cepat tapi tergantung stok 3. Puas 4. Request konsumen diterima 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan C'Bezt itu ramah-ramah, welcome, dan selalu senyum pada saat melayani konsumen 2. Kalau stoknya ada makan akan cepat disajikan tetapi kalau misalnya belum ada karena butuh proses

	<p>dengan baik</p> <p>5. Kebersihan standard/lumayan bersih</p> <p>6. Wastafel perlu ditambah/diperbesar</p> <p>7. Di lantai atas perlu ditambah toilet</p> <p>8. Letak wastafel dan toilet kurang strategis</p> <p>9. Menu cukup bervariasi</p>	<p>memasak, kita bisa menunggu paling lama sekitar lima belas menit. Namun biasanya di etalase sudah ada stok ayam yang sudah matang jadi kalau masih ada stoknya pasti langsung disajikan</p> <p>3. Secara keseluruhan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan C'Bezt</p> <p>4. Request lain seperti jumlah es dikurang atau saus ditambah untuk makanan yang dibawa pulang selalu diterima oleh karyawan C'Bezt</p> <p>5. Kebersihan sudah lumayan, seperti wastafelnya sudah lumayan bersih dan ada toiletnya juga</p> <p>6. Wastafel perlu diperbesar agar konsumen tidak mengantri lama</p> <p>7. Dilantai atas perlu ditambahkan toilet agar kosumen tidak capek naik turun tangga</p> <p>8. Letaknya kurang pas karena terlalu dekat dan bersebelahan pula</p> <p>9. Menunya cukup bervariasi tapi paling sering membeli ayamnya</p>
<p>Informan 4 (Leonardus Christopel)</p>	<p>1. Pelayanan bagus dan karyawan ramah</p> <p>2. Melayani dengan cepat</p> <p>3. Wastafel perlu ditambah</p> <p>4. Menu perlu di tambah</p>	<p>1. Pelayanannya sudah bagus, ada karyawan yang tersenyum dan nada yang biasa saja.</p> <p>2. Waktu melayani pesanan lumayan cepat kira-kira tiga sampai empat menit.</p> <p>3. Sudah bersih tapi wastafelnya mungkin bisa ditambahkan satu lagi</p> <p>4. Kelengkapan menu perlu ditambahkan agar konsumen lebih banyak pilihan menu</p>
<p>Informan 5 (Yenny Panggabean)</p>	<p>1. Pelayanan ramah dan cepat</p> <p>2. Kebersihan sudah bagus</p> <p>3. Jumlah wastafel perlu diperbanyak</p> <p>4. Menu sudah bervariasi namun perlu ditambah</p>	<p>1. Karyawannya ramah dan konsumen dilayani dengan cepat</p> <p>2. C'Bezt selalu terlihat bersih dan mejanya juga selalu bersih</p> <p>3. Wastafel hanya ada satu saja sedangkan yang makan banyak jadi harus mengantri</p> <p>4. Menu perlu ditambah meskipun sejauh ini menu favorit adalah ayam gorengnya saja</p>

<p>Informan 6 (Koko Riston)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan ramah dan cepat 2. Request dari konsumen diterima 3. Jumlah wastafel masih kurang 4. Posisi wastafel dan toilet kurang pas 5. Perlu mempromosikan menu lainnya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan ramah dan cepat melayani konsumennya sekitar tiga menitan 2. Request konsumen seperti penambahan jumlah saos , dll selalu dipenuhi oleh karyawan C'bezt 3. Jumlah wastafel hanya satu sehingga perlu ditambahkan. Dibawah tiga dan diatas cukup dua 4. Lebih baik posisi wastafel dimajukan saja kedepan, jangan bersebelahan dengan toilet karena kurang yaman 5. Menu lainnya perlu dipromosikan agar konsumen penasaran dan tertarik untuk mencoba
<p>Informan 7 (Irinne Bagus)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan cukup ramah 2. Proses menunggu cepat 3. Posisi wastafel kurang pas dan perlu ditambah 4. Bersih 5. Menu sudah cukup variatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan selalu menyambut dengan baik, memberi salam, tersenyum, dan melayani dengan baik 2. Biasanya cepat tapi kalau makanannya harus dibuat dulu maka bisa menunggu sekitar sepuluh menitan 3. Posisi wastafel yang berdekatan dengan kamar mandi kurang strategis apalagi kalau tercium bau yang kurang sedap pastinya akan mengurangi nafsu makan 4. Meja selalu dibersihkan setelah makan 5. Menu sudah beragam namun favorit tetap ayamnya saja
<p>Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan ada yang ramah ada yang biasa saja 2. Menunggu pesanan cepat 3. Pelayanan baik 4. Wastafel kurang 5. Wastafel dan toilet perlu dipisah 6. Kebersihan baik 7. Menu perlu ditambah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan sebagian besar ramah dan bersahabat 2. Menunggu pesanan cepat sekitar tiga menitan 3. Konsumen dilayani dengan baik dan cepat 4. Wastafel perlu ditambahkan agar tidak mengantri 5. Wastafel dan toilet yang sangat dekat dapat mengganggu selera makan 6. kebersihan baik dan selalu terjaga kebersihannya 7. Menu perlu ada yang baru agar

		menarik minat konsumen
--	--	------------------------

Melihat Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa informan 1 (Ade Irma Desi Suryani) menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu adalah karyawan ramah, proses dan waktu menyiapkan pemesanan lumayan cepat, request tertentu diterima dengan baik, pelayanan cukup memuaskan, terkadang kurang sigap, posisi washtafel dan toilet tidak strategis, dan menu masih kurang bervariasi. Informan 2 (Putera Sitepu) menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu adalah pelayanan cepat, karyawan ramah, request konsumen dilayani, letak wastafel dan toilet kurang strategis, jumlah washtafel perlu ditambahkan, kebersihan sudah baik, dan menu perlu ada inovasi baru. Informan 3 (Angeline Viesta) menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu adalah pelayanan baik dan karyawan ramah, kecepatan penyajian cepat tapi tergantung stok, puas dengan pelayanan yang diberikan, request konsumen diterima dengan baik, kebersihan standard/lumayan bersih, wastafel perlu ditambah/diperbesar, di lantai atas perlu ditambah toilet, letak wastafel dan toilet kurang strategis, dan menu sudah cukup bervariasi. Informan 4 (Leonardus Christopel) menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu adalah pelayanan bagus dan karyawan ramah, melayani konsumen dengan cepat, wastafel perlu ditambah, dan menu perlu di tambah. Informan 5 (Yenny Panggabean) menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu adalah pelayanan ramah dan cepat, kebersihan sudah bagus, jumlah washtafel perlu diperbanyak, dan menu perlu ditambah. Informan 6 (Koko Riston) menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu adalah pelayanan ramah dan cepat, request dari konsumen diterima, jumlah

washtafel masih kurang, posisi wastafel dan toilet kurang pas, dan perlu mempromosikan menu lainnya. Informan 7 (Irinne Bagus) menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu adalah karyawan cukup ramah, proses menunggu cepat, posisi wastafel kurang pas dan perlu ditambah, bersih, dan menu sudah cukup variatif. Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita) menyatakan bahwa pandangan konsumen terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu adalah karyawan ada yang ramah ada yang biasa saja, menunggu pesanan cepat, pelayanan baik, wastafel kurang, wastafel dan toilet perlu dipisah, kebersihan baik, dan menu perlu ditambah.

c. Pembelajaran

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan faktor-faktor psychografis yaitu pembelajaran/pengalaman mahasiswa Universitas Jember dalam mengkonsumsi makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)*:

Tabel 4.3. Pembelajaran

Informan	Kata yang Muncul	Keterangan
Informan 1 (Ade Irma Desi Suryani)	1. Rasa enak 2. Menjadi alternatif	1. Rasa lebih enak dari restoran sejenis, misalnya Quick Chicken 2. Alternatif dalam mencari ayam goreng dengan harga yang murah
Informan 2 (Putra Sitepu)	Rasa cukup enak	Rasa ayamnya cukup enak
Informan 3 (Angeline Viesta)	Rasa ayamnya enak	Ayamnya cukup enak, pernah makan di restoran sejenis tapi C'Bezt masih merupakan restoran favorit
Informan 4 (Leonardus Christopel)	Ayamnya enak	Rasa ayamnya enak, kalau tidak enak pasti konsumen kapok untuk membeli lagi
Informan 5 (Yenny Panggabean)	Rasanya makanannya cukup enak	Rasanya enak, dapat dilihat dari ramainya pembeli yang datang, jadi dapat dipastikan rasanya enak
Informan 6	Rasanya sudah cocok dan enak	Rasanya enak, kalau tidak enak tidak

(Koko Riston)		mungki datang lagi untuk membeli
Informan 7 (Irinne Bagus)	1. Rasanya enak dan bikin ketagihan 2. Salah satu restoran yang ayamnya terenak	1. Rasanya enak dan ayamnya sebelas dua belas enakya dengan ayam di KFC 2. Ayam C'Bezt enak dan salah satu yang paling enak yang pernah saya konsumsi di Jember
Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita)	Rasa ayamnya cukup enak	Jika dibandingkan dengan restoran sejenis seperti Quick Chicken, CFC, dan bahkan Mc.Dono, rasanya masih cukup enak.

Melihat Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa informan 1 (Ade Irma Desi Suryani) menyatakan bahwa pembelajaran yang didapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah rasa enak dan menjadi alternatif dalam mencari restoran ayam goreng. Informan 2 (Putera Sitepu) menyatakan bahwa pembelajaran yang di dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah rasa cukup enak. Informan 3 (Angeline Viesta) menyatakan bahwa pembelajaran yang di dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah rasa ayamnya enak. Informan 4 (Leonardus Christopel) menyatakan bahwa pembelajaran yang didapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah rasa ayamnya enak. Informan 5 (Yenny Panggabean) menyatakan bahwa pembelajaran yang di dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah rasa makanannya cukup enak apalagi ayam gorengnya. Informan 6 (Koko Riston) menyatakan bahwa pembelajaran yang didapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah rasanya sudah cocok dan enak. Informan 7 (Irinne Bagus) menyatakan bahwa pembelajaran yang di dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah rasanya enak dan bikin ketagihan serta merupakan salah satu restoran yang ayamnya terenak di kota Jember. Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita) menyatakan bahwa pembelajaran yang di dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah rasa ayamnya cukup enak jika dibandingkan dengan restoran yang lain.

d. Sikap

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan faktor-faktor *psychografis* yaitu sikap mahasiswa Universitas Jember dalam mengkonsumsi makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)*:

Tabel 4.4. Sikap

Keterangan Informan	Kata yang Muncul	Keterangan
Informan 1 (Ade Irma Desi Suryani)	1. Cocok dibuka di Jember 2. Puas dan akan melakukan pembelian ulang	1. Cocok apalagi didaerah kampus yang memiliki banyak mahasiswa yang hidupnya hemat jadi C'Bezt dapat dijadikan alternative jika ingin makan ayam goreng crispy 2. Puas apalagi dengan aya gorengnya dan pastinya akan membeli lagi dilain hari
Informan 2 (Putra Sitepu)	1. Sangat bagus dibuka di kota Jember 2. Puas 3. Pembelian ulang	1. Sangat bagus dibuka karena dapat menjadi pilihan bagi orang yang ingin makan ayam seperti KFC namun dengan harga yang lebih terjangkau 2. Puas akan keberadaan C'Bezt 3. Akan melakukan pembelian lagi di masa depan
Informan 3 (Angeline Viesta)	1. Cocok dibuka di Jember 2. Puas dan menjadi pelanggan tetap C'Bezt	1. Cocok di buka didaerah kampus yang banyak mahasiswanya 2. Puas akan makanannya, senang makan disana, dan pastinya akan melakukan pembelian ulang
Informan 4 (Leonardus Christopel)	1. Cocok dibuka di kota Jember 2. Memuaskan dan akan tetap menjadi pelanggan setia	1. Karena lokasinya dekat dengan kampus Unej 2. Akan melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan setia C'Bezt
Informan 5 (Yenny Panggabean)	1. Cocok dibuka di Jember 2. Pembelian ulang	1. Didaerah kampus yang banyak mahasiswanya dan dengan harga yang murah 2. Melakukan pembelian ulang terutama jika bosan dengan makanan yang biasa dikonsumsi setiap hari
Informan 6 (Koko Riston)	1. Cocok dibuka di Jember 2. Pembelian ulang	1. Cocok dibuka didaerah yang banyak mahasiswanya seperti jalan Kalimantan 2. Melakukan pembelian lagi kedepannya

Informan 7 (Irinne Bagus)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cocok dibuka di kota Jember 2. Pelanggan tetap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pas jika dibuka didaerah kampus 2. Menjadi pelanggan tetap dengan cara tetap melakukan pembelian ulang
Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat cocok dibuka di Jember 2. Pembelian ulang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cocok dibuka di Jember dan tidak kalah saing dengan restoran makanan cepat saji yang lain 2. Pasti akan melakukan pembelian ulang kedepannya

Melihat Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa informan 1 (Ade Irma Desi Suryani) menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah cocok dibuka di Jember, puas dan akan melakukan pembelian ulang. Informan 2 (Putera Sitepu) menyatakan bahwatanggapan/kesimpulannya mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah sangat bagus dibuka di kota Jember, puas, dan akan melakukan pembelian ulang. Informan 3 (Angeline Viesta) menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah cocok dibuka di Jember, puas dan akan menjadi pelanggan tetap *C'Bezt*. Informan 4 (Leonardus Christopel) menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah cocok dibuka di kota Jember, memuaskan dan akan tetap menjadi pelanggan setia. Informan 5 (Yenny Panggabean) menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah cocok dibuka di Jember dan pasti akan melakukan pembelian ulang. Informan 6 (Koko Riston) menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah cocok dibuka di Jember dan akan melakukan pembelian ulang. Informan 7 (Irinne Bagus) menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah cocok dibuka di kota Jember dan ingin menjadi pelanggan tetap. Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita) menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah sangat cocok dibuka di Jember dan pasti akan melakukan pembelian ulang.

4.3.2 Penyajian Data

Setelah data di reduksi, proses selanjutnya yaitu data di sajikan sehingga ada kemungkinan dapat di ditarik kesimpulannya. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa tabel di bawah ini:

Tabel 4.5 Faktor *Psychografis*

Keterangan	Informan	Kata yang Muncul
Faktor Psychologis		
Motivasi	1. Informan 1 (Ade Irma Desi Suryani) 2. Informan 2 (Putra Sitepu) 3. Informan 3 (Angeline Viesta) 4. Informan 4 (Leonardus Christopel) 5. Informan 5 (Yenny Panggabean) 6. Informan 6 (Koko Riston) 7. Informan 7 (Irinne Bagus) 8. Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita)	1. <u>Harga lebih miring</u> , Ukuran ayam besar, <u>Rasa enak</u> , <u>Mirip seperti KFC</u> 2. <u>Murah</u> , <u>Praktis</u> , <u>Enak</u> , <u>Seperti ayam di KFC</u> 3. <u>Murah/Terjangkau</u> , <u>Mirip ayam di KFC</u> , <u>Ayamnya enak</u> , KFC lebih mahal, Ukuran ayam besar 4. Lebih berselera, <u>Rasa ayamnya enak</u> , <u>Seperti ayam KFC</u> , <u>Murah</u> 5. <u>Rasa ayam enak</u> , <u>Mirip KFC</u> , <u>Harga lebih murah</u> 6. <u>KFC lebih mahal</u> , <u>Enak</u> , <u>Harga terjangkau</u> , Tempat dekat dengan kampus, Fasilitas baik 7. <u>Rasa mirip restoran junkfood ternama</u> , <u>Harga terjangkau</u> , <u>enak</u> 8. <u>Makanan cepat saji yang lain lebih mahal</u> , <u>Harga lebih miring</u> , <u>Enak</u>
Persepsi	1. Informan 1 (Ade Irma Desi Suryani) 2. Informan 2 (Putra Sitepu) 3. Informan 3 (Angeline Viesta)	1. <u>Karyawan ramah</u> , Proses <u>cepat</u> , Request tertentu , Pelayanan cukup memuaskan, <u>Bersih</u> , Terkadang kurang sigap, <u>Posisi washtafel dan toilet tidak strategis</u> , <u>Menu kurang bervariasi</u> 2. <u>Pelayanan cepat</u> , <u>Karyawan ramah</u> , Request konsumen dilayani, <u>Letak wastafel dan toilet kurang strategis</u> , <u>Jumlah washtafel perlu ditambahkan</u> , <u>Kebersihan sudah baik</u> , <u>Perlu inovasi baru</u> 3. <u>Pelayanan baik dan karyawan ramah</u> , Kecepatan <u>penyajian cepat</u> tapi tergantung stok, Puas , Request konsumen diterima dengan baik,

	<p>4. Informan 4 (Leonardus Christopel)</p> <p>5. Informan 5 (Yenny Panggabean)</p> <p>6. Informan 6 (Koko Riston)</p> <p>7. Informan 7 (Irinne Bagus)</p> <p>8. Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita)</p>	<p><u>Kebersihan standard/lumayan bersih, Wastafel perlu ditambah/diperbesar, Di lantai atas perlu ditambah toilet, Letak wastafel dan toilet kurang strategis, Menu cukup bervariasi</u></p> <p>4. <u>Pelayanan bagus dan karyawan ramah, Melayani dengan cepat, Wastafel perlu ditambah, Menu perlu di tambah</u></p> <p>5. <u>Pelayanan ramah dan cepat, Kebersihan sudah bagus, Jumlah washtafel perlu diperbanyak, Menu sudah bervariasi perlu ditambah</u></p> <p>6. <u>Pelayanan ramah dan cepat, Request dari konsumen diterima, Jumlah washtafel masih kurang, Posisi wastafel dan toilet kurang pas, Perlu mempromosikan menu lainnya</u></p> <p>7. <u>Karyawan cukup ramah, Proses menunggu cepat, Posisi wastafel kurang pas dan perlu ditambah, Bersih, Menu sudah cukup variatif</u></p> <p>8. <u>Karyawan ada yang ramah ada yang biasa saja, Menunggu pesanan cepat, Pelayanan baik, Wastafel kurang, Wastafel dan toilet perlu dipisah, Kebersihan baik, Menu perlu ditambah</u></p>
Pembelajaran	<p>1. Informan 1 (Ade Irma Desi Suryani)</p> <p>2. Informan 2 (Putra Sitepu)</p> <p>3. Informan 3 (Angeline Viesta)</p> <p>4. Informan 4 (Leonardus Christopel)</p> <p>5. Informan 5 (Yenny Panggabean)</p> <p>6. Informan 6 (Koko Riston)</p> <p>7. Informan 7 (Irinne Bagus)</p> <p>8. Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita)</p>	<p>1. <u>Rasa enak, Menjadi alternatif</u></p> <p>2. <u>Rasa cukup enak</u></p> <p>3. <u>Rasa ayamnya enak</u></p> <p>4. <u>Ayamnya enak</u></p> <p>5. <u>Rasanya makanannya cukup enak</u></p> <p>6. <u>Rasanya sudah cocok dan enak</u></p> <p>7. <u>Rasanya enak dan bikin ketagihan, Salah satu restoran yang ayamnya terenak</u></p> <p>8. <u>Rasa ayamnya cukup enak</u></p>
Sikap	<p>1. Informan 1 (Ade Irma Desi Suryani)</p> <p>2. Informan 2 (Putra Sitepu)</p> <p>3. Informan 3 (Angeline Viesta)</p>	<p>1. <u>Cocok dibuka di Jember, Puas dan akan melakukan pembelian ulang</u></p> <p>2. <u>Sangat bagus dibuka di kota Jember, Puas, Pembelian ulang</u></p> <p>3. <u>Cocok dibuka di Jember, Puas dan menjadi pelanggan tetap C'Bez</u></p>

	4. Informan 4 (Leonardus Christopel)	4. <u>Cocok dibuka di kota Jember, Memuaskan dan akan tetap menjadi pelanggan setia</u>
	5. Informan 5 (Yenny Panggabean)	5. <u>Cocok dibuka di Jember, Pembelian ulang</u>
	6. Informan 6 (Koko Riston)	6. <u>Cocok dibuka di Jember, Pembelian ulang</u>
	7. Informan 7 (Irinne Bagus)	7. <u>Cocok dibuka di kota Jember, Pelanggan tetap</u>
	8. Informan 8 (Nawandi Prasetya Pinandita)	8. <u>Sangat cocok dibuka di Jember, Pembelian ulang</u>

Melihat Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari kolom kata yang muncul yang di garis bawah merupakan penarikan hasil dari reduksi data dari faktor psikografis mahasiswa Universitas Jember dalam Pembelian Makanan Cepat Saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember dari wawancara dengan informan. Dengan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Motivasi

Alasan informan mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah karena harganya murah/terjangkau untuk kantong mahasiswa dan rasanya enak karena mirip dengan rasa ayam di restoran ternama seperti *Kentucky Fried Chicken* yang merupakan makanan cepat saji *franchise* dari luar negeri yang terkenal dengan ayam goreng *crispynya*.

b. Persepsi

Pendapat/pandangan konsumen terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember adalah karyawannya ramah, pelayanan cepat, restoran bersih, jumlah wastafel perlu ditambah karena hanya ada satu buah, letak wastafel dan kamar mandi yang kurang strategis, dan menu menu sudah cukup bervariasi.

c. Pembelajaran

Dikarenakan yang diteliti adalah makanan, maka pembelajaran yang di dapatkan oleh konsumen setelah mengkonsumsi produk dari *Chicken*

Bezt Fried Chicken adalah bahwa *Chicken Bezt Fried Chicken* memiliki makanan yang enak sehingga konsumen kembali lagi membeli karena cukup puas dengan rasanya.

d. Sikap

Tanggapan/kesimpulan konsumen mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah bahwa *Chicken Bezt Fried Chicken* cocok di buka di Jember, memuaskan, dan akan tetap melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang.

4.3.3 Kesimpulan/Verifikasi

Setelah data telah di sajikan maka data tersebut perlu di tarik kesimpulan/verifikasi agar data tersebut dapat dikatakan valid sehingga kesimpulan/verifikasi ini merupakan kesimpulan/verifikasi yang kredibel. Dengan demikian untuk mencapai hal tersebut maka data yang telah disajikan perlu di verifikasi dengan cara membandingkan antara hasil penyajian data dari informan konsumen dengan hasil wawancara dengan pemilik restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* dan wawancara dengan para ahli yaitu Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM selaku dosen jurusan pemasaran di Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Adapun hasil kesimpulan/verifikasi sebagai berikut:

a. Motivasi

- 1) Informan konsumen makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menyatakan bahwa alasan makan di restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah karena harga lebih miring lebih murah jika dibandingkan dengan restoran ayam goreng lainnya seperti KFC, dikarenakan mirip dengan KFC maka konsumen termotivasi untuk melakukan pembeli, dan rasanya yang enak.
- 2) Pemilik restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menyatakan bahwa alasan pendapat beliau mengenai alasan konsumen mahasiswa Universitas Jember menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama

dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan karena harganya yang cenderung lebih terjangkau untuk sekelas ayam goreng *crispy*, terlebih resto ini menu-menunya mirip dengan yang direstoran franchise terkenal lainnya, namun karena mahasiswa kantongnya pas-pasan sehingga mengambil alternatif lain dengan membeli di C'Bezt. Cabang di kampus ini merupakan salah satu yang paling besar keuntungannya karena daerah dekat kampus yang memiliki banyak mahasiswa. Mahasiswa memilih makan di C'Bezt lebih murah, dan walaupun lebih murah namun tetap bisa menarik pelanggan karena rasanya yang enak. Dan cocok untuk anak muda yang hobi nongkrong sambil menikmati fasilitas Wifi gratis.

- 3) Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM menyatakan bahwa alasan konsumen mahasiswa Universitas Jember menjadikan makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan adalah dikarenakan konsumen memiliki motivasi untuk membeli makanan yang enak dan lebih murah dari makanan sejenis lainnya, praktis, mirip dengan restoran franchise sejenis seperti KFC.

Dengan hasil verifikasi dari penyajian data maka dapat dikatakan bahwa hasil tersebut valid karena memiliki persamaan dalam pernyataan tentang motivasi mahasiswa dalam melakukan pembelian makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* antara informan konsumen yaitu mahasiswa Universitas Jember dengan pemilik restoran dan pendapat ahli.

b. Persepsi

- 1) Informan konsumen makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menyatakan bahwa pendapat/pandangan mereka terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu adalah karyawan ramah dan proses melayani konsumen cepat,, pelayanan cukup memuaskan, kebersihan restoran terjaga dengan baik, posisi wastafel dan toilet tidak strategis, perlu penambahan jumlah wastafel, dan menu bervariasi.

2) Pemilik restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menyatakan bahwa karyawan *C'Bezt* sudah memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. kebersihan *C'Bezt* bisa dikatakan terjamin. Mengenai wastafel satu saja sudah cukup walaupun sebenarnya jika restoran biasanya minimal ada dua wastafel tapi dengan alasan ukuran ruangan, jika hendak ditambahkan maka membutuhkan waktu karena harus melakukan pembongkaran. Kelengkapan menu *C'Bezt* sudah cukup beragam dan karena ini franchise jadi menunya sudah ditentukan dan restoran hanya menjual saja. Dan menu terlaris adalah ayam gorengnya.

3) Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM menyatakan bahwa pandangan konsumen mengenai pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu dari *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah restoran tersebut pasti sudah memenuhi segala aspek yang konsumen inginkan, seperti kebersihan restoran dan pelayanan karyawan yang baik. Walaupun beliau sendiri belum pernah melakukan pembelian di restoran tersebut akan tetapi hal tersebut dapat di lihat dari eksistensi *C'Bezt* yang tetap baik walaupun sudah di buka cukup lama. Kalau kelengkapan menu, dikarenakan restoran ini merupakan franchise jadi pemilik hanya menjalankan saja dan tidak bisa asal menambahkan menu.

Dengan hasil verifikasi dari penyajian data maka dapat dikatakan bahwa hasil tersebut valid karena memiliki persamaan dalam pernyataan tentang pendapat/pandangan konsumen mahasiswa terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu dari *Chicken Bezt Fried Chicken* antara informan konsumen yaitu mahasiswa Universitas Jember dengan pemilik restoran dan pendapat ahli. Namun dari segi kebersihan dimana konsumen menyarankan penambahan jumlah wastafel dan letak toilet dan wastafel yang kurang strategis, bapak Darmawan mengakui hal tersebut namun kedepannya kemungkinan besar akan tetap seperti itu dikarenakan masalah pembongkaran ruangan yang memerlukan waktu yang lama.

c. Pembelajaran

- 1) Informan konsumen makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menyatakan bahwa pembelajaran yang didapatkan setelah mengkonsumsi makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah pengalaman akan rasa makanannya yang enak sehingga menjadikan makan di *C'Bezt* menjadi salah satu pilihan untuk makan dimasa mendatang.
- 2) Pemilik restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menyatakan bahwa pembelajaran yang didapatkan oleh konsumen setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah seseorang mau membeli lagi karena ia menemukan kepuasan dengan apa yang dia beli sebelumnya. Pembelajaran yang konsumen dapatkan setelah mengkonsumsi makanan cepat saji karena makanannya memiliki rasa yang enak.
- 3) Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM menyatakan bahwa pembelajaran yang konsumen dapatkan setelah mengonsumsi makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah bahwa pengetahuan (pembelajaran) konsumen dapatkan dari media dan juga melalui pengalaman mengkonsumsi produk, dimana apabila rasa makanannya enak maka konsumen mendapatkan pembelajaran dan akan melakukan pembelian lagi karena merasa puas dengan produk yang dikonsumsinya

Dengan hasil verifikasi dari penyajian data maka dapat dikatakan bahwa hasil tersebut valid karena memiliki persamaan dalam pernyataan tentang pembelajaran yang didapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken* antara informan konsumen yaitu mahasiswa Universitas Jember dengan pemilik restoran dan pendapat ahli.

d. Sikap

- 1) Informan konsumen makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya terhadap keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah

sangat cocok dibuka di Jember, puas, dan pastinya akan melakukan pembelian ulang dimasa depan.

- 2) Pemilik restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya terhadap keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah intinya membuka restoran ini terutama didaerah kampus Unej sangatlah menguntungkan dan pengasilan paling besar kedua setelah pusatnya yang di Surabaya. Keberadaan *C'Bezt* ini sangatlah bagus dan juga dapat diterima oleh masyarakat.
- 3) Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM menyatakan bahwa tanggapan/kesimpulannya terhadap keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* adalah cocok apalagi di daerah kampus dengan mahasiswa yang gaya hidupnya modern dan menginginkan segala sesuatu yang bersifat praktis.

Dengan hasil verifikasi dari penyajian data maka dapat dikatakan bahwa hasil tersebut valid karena memiliki persamaan dalam pernyataan mengenai tanggapan/kesimpulan terhadap keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* antara informan konsumen yaitu mahasiswa Universitas Jember dengan pemilik restoran dan pendapat ahli.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan dimana faktor *psychografis* mahasiswa Universitas Jember dalam melakukan pembelian adalah dari segi harga yang terjangkau, cita rasa produk yang baik, pelayanan karyawan yang bagus, kebersihan restoran yang terjaga, menu yang bervariasi, kepuasan tercapai dan akan melakukan pembelian ulang di masa depan. Motivasi mahasiswa Universitas Jember melakukan pembelian ialah dikarenakan harga yang murah dan cita rasanya yang enak, persepsi akan pelayanan karyawan, kebersihan, dan kelengkapan menu yaitu bahwa pelayanan karyawan bagus, kebersihan restoran terjaga, dan menu sudah cukup bervariasi. Pembelajaran yang di dapatkan yaitu rasa makanannya yang enak sehingga konsumen belajar bahwa *Chicken Bezt Fried Chicken* merupakan restoran yang cocok untuk dijadikan langganan. Sikap yaitu dimana mahasiswa puas dan pastinya akan melakukan pembelian ulang di masa depan.

Faktor *psychologis* yang dapat dikatakan lebih dominan yaitu motivasi dan pembelajaran. Hal ini disebabkan oleh konsumen yaitu mahasiswa Universitas Jember cenderung lebih menegaskan tentang motivasi mereka dalam melakukan pembelian dan pengalaman mereka setelah mengkonsumsi makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*. Sedangkan apabila dilihat dari segi persepsi yaitu pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu, dikarenakan yang diteliti adalah restoran makanan cepat saji maka dari segi kualitas pelayanan sebenarnya memang sudah baik namun biasanya berlangsung dengan cepat sehingga tidak terlalu menjadi alasan utama yang menonjolkan kelebihan dari *C'Bezt* itu sendiri. Kebersihan juga baik namun restoran cepat saji terkenal dengan kepraktisan dan kecepatannya sehingga pada dasarnya konsumen lebih banyak yang memilih membawa pulang makanan di bandingkan dengan makan ditempat sehingga bukanlah merupakan faktor yang paling menonjol juga. Kelengkapan menu sudah ditentukan dari pusat dan memang sudah cukup bervariasi namun dari hasil

penelitian dilihat bahwa produk *Chicken Bezt Fried Chicken* yang paling diminati adalah ayamnya saja, jadi dapat disimpulkan bahwa variasi menu juga bukanlah merupakan faktor utama mahasiswa dalam melakukan pembelian. Sikap yaitu dimana mahasiswa merasa puas dengan keberadaan restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* dan akan melakukan pembelian ulang, namun makanan cepat saji sebenarnya bukanlah makanan pokok yang di konsumsi setiap hari oleh mereka sehingga bukanlah faktor yang paling dominan. Jadi motivasi dan pembelajaran merupakan faktor yang dominan yang merupakan awal dan akhir dari proses konsumsi dimana dengan harga yang murah dan cita rasa yang enak, maka konsumen mendapatkan pembelajaran dimana restoran *Chicken Bezt Fried Chicken* merupakan restoran yang bisa dikategorikan sebagai restoran yang diperhitungkan. Fenomena kemunculan C'Bezt ini berbeda dengan makanan cepat saji *franchise* lainnya dimana *C'Bezt* memberikan makanan yang enak namun dengan harga terjangkau untuk semua kalangan berbeda dengan *franchise* lain yang relatif memiliki harga yang mahal.

5.2 Saran

- a. Saran kepada pemilik restoran *Chicken Bezt Fried Chicken* yaitu perlunya penambahan wastafel agar konsumen tidak antri terlalu lama.
- b. Saran kepada pemilik restoran makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* bahwa letak wastafel dan toilet yang bersebelahan lebih baik dipindahkan agar kenyamanan konsumen dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial "Format-format Kuantitatif dan Kualitatif"*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design*. USA: Sage Publication Inc.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Lincoln, Y.S. & Guba, E.G. 1985. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications Inc.
- Loudon, David L. & Della Bitta, Albert J. 2004. *Consumer Behavior Concepts and Applications*. Third Edition. Singapore: MC Graw Hill Inc.
- Mashadi, 2012. *Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap, dan Pembelajaran Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Merek "Teh Botol Sosro" di Kawasan Depok*. Jurnal Skripsi: Universitas Gunadarma.
- Miles, M.B. & Huberman, M.A. 1984. *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publication
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mowen & Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2 Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, Ismail Madhe. 2013. *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Swift (Studi pada Konsumen Suzuki Swift di Semarang)*. Skripsi: Universitas Diponegoro.
- Pitriyani. 2011. *Manajemen Waralaba*. Jember: Center For Society Studies (CSS).

- Saputra, Rico. 2013. *Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo*. Jurnal Manajeen Pemasaran: Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Cetakan Kedua. Jakarta: Prenata Media.
- Solomon, M.R. 2009. *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sudaryanto. 2011. Modul Penelitian Kualitatif. Universitas Jember. Tidak dipublikasikan.
- Sugiyono. 2011. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono, Ujang. 2009. *Manajemen Bisnis Waralaba*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyanti, Heni. 2013. *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Honda Vario di Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: STIESIA Surabaya.

Lampiran 1

Berikut wawancara dengan informan, pemilik restoran dan para ahli:

a. Informan 1 (Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Jember Angkatan 2013 – Ade Irma Desi Suryani) Jember, 19 Juli 2015 13.30 WIB.

1) Pertanyaan: Jelaskan alasan anda mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: *Saya sering mengkonsumsi C'Bezt, minimal ya sekali seminggu saya pasti beli. Saya tau C'Bezt itu dari teman kampus. Saya merasa kurang mampu ya mbak makan di KFC soalnya kan mahal, harganya lebih miring kan kalo yang di C'Bezt. Menu yang saya sering beli itu cuma ayamnya doang, saya tau kalo ada menu-menu yang lain seperti kentang gitu, tapi saya tertariknya sama ayamnya aja gitu, kalo menu yang lain itu ya kurang saya minati. Soal harganya sih sama aja sih sama Quick Chicken atau Rocket Chicken tapi ya itu kalo kita beli di C'Bezt ayamnya udah lebih besar, dan ayamnya itu masih panas, ya beda ama kayak Quick Chicken itu ya dingin gitu jadi kurang selera aja. Ayamnya yang lebih besar itu menurut saya jadi daya tarik tersendiri ya mbak. Faktor lainnya juga ya karena C'Bezt ini kesannya adalah makanan kebarat-baratan gitu ya, tapi ya itu lagi alasannya, karena saya kurang mampu beli KFC, jadi saya milih ke C'Bezt aja, karena ayamnya lebih gede, harganya juga miring, sedangkan harganya sama dengan menu ayam di KFC, tapi KFCnya itu menu ayamnya yang paling kecilnya gitu, padahal kalo misalnya di C'Bezt kita udah bisa dapat ayam yang paling gede gitu. Rasanya juga enak jadi saya ga kecewa makan disana itu mbak.*

2) Pertanyaan: Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember?

Jawab: *Kalo mengenai karyawannya sih ramah-ramah ya mbak, trus kalo melayani konsumen ya senyum, seperti itu. Kalo melayani konsumen yang mau mesan itu ya lumayan cepat juga, soalnya kan itu antri, trus*

makanannya kita tunggu soalnya kita bawa sendiri, tapi ya lumayan cepat sih menurut saya. Waktu untuk menyiapkan pesanan kita juga sebentar aja, jadi cepat, konsumennya nggak perlu menunggu lama. Terkadang kalo saya minta request seperti saya pengen es tehnya esnya dikit aja, atau kalo dibawa pulang saosnya yang sambel aja pasti karyawannya memenuhi requestan saya, jadi ya cukup puas sih mbak. Dari segi kebersihan, menurut saya bersih sih mbak, cuma yang kurang itu wastafelnya itu disebelah toilet, kan kita pas mau makan kan cuci tangan dulu, ya jadi kayak gimana ya, kayak kurang pas aja tempatnya toilet kok sebelahan sama wastafelnya gitu. Kurang strategis mbak. Apalagi nanti kamar mandinya dibuka jadi ya kurang pas aja mbak. Trus biasanya yang udah makan kan piring-piringnya masih ada di meja, nah karyawannya itu kurang sigap untuk langsung mengambil bekas piringnya itu gitu loh, jadi yang mau makan berikutnya itu berpikir kok belum dibersihin ya, gitu mbak. Menurut saya kalo menunya itu kayak kentang, kan kalo kayak aku sendiri kalo beli kentang harganya kira-kira tujuh ribuan gitu ya, sedangkan ayamnya itu sekitar sebelas ribuan jadi saya berpikir lebih mending saya beli ayamnya dua potong karena harganya hampir sama ya, dan favorit saya itu ayamnya aja. Lagian kalo kesana kan liat menunya ada bakso kan ya mbak ya, itu kayaknya bakso ke makanan cepat saji gitu kan kurang nyambung, terus kalo kita pesen ayam sama kentang dan bakso, rasanya lidah itu kurang pas aja, makanya saya kalo kesana itu seringnya beli ayamnya aja, jarang kalo beli yang lain. Kalo menunya itu menurut saya masih kurang bervariasi, kalo boleh request sih pengennya mirip kayak yang di KFC aja, mungkin menunya ditambahi dengan misalnya bubur gitu, yang kayak di KFC itu, kalo nggak spaghetti, trus minumannya ditambahkan pepsi, karna kalo di C'Bezt itu minumannya itu yang ada cuma teh doang gitu. Kalo saya sih mbak sering makan ditempat tapi lebih sering lagi bawa pulang soalnya kan biasanya kesana pas pulang dari kampus, jadi capek, jadi ya saya makannya dibungkus dan makan dikost gitu mbak.

3) Pertanyaan: Pembelajaran apa yang anda dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: *Pembelajaran yang saya dapatkan ya, ya dari segi rasa ya mbak, saya pikir rasa ayam dari C'Bezt ini cukup enak, dan kalau dibandingkan dengan Quick Chicken ya masih enakan C'Bezt. Dan seperti yang saya jelaskan sebelumnya tadi ya, walaupun misalnya KFC lebih enak, tapi dengan status saya sebagai mahasiswa yang masih kurang mampu untuk sering beli makanan disana, jadi ya C'Bezt ini menjadi alternatif saya dalam mencari ayam goreng, dan ternyata rasanya enak,ngga beda jauh sama KFC. Jadi saya cukup puaslah dengan restoran makanan cepat sji yang satu ini.*

4) Pertanyaan: Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: *Dibukanya C'Bezt di Kota Jember sangat cocok ya mbak, soalnya kan Jember itu banyak mahasiswanya, jadi makan disana rasanya tuh lebih hemat aja mbak, dan pasti semuanya berpikiran sama, kalo beli di KFC misalnya tujuh belas ribu dapet ayam yang kecil, sedangkan kalo di C'Bezt sebelas ribu udah dapet ayam yang gede, padahal rasanya kan hampir sama. Kesimpulan saya sih saya cukup puaslah dengan keberadaan restoran ini. Dan kedepannya saya akan tetap melakukan pembelian ulang di C'Bezt terutama ayamnya karena menurut saya ayamnya itu paling menonjol dari ayamnya gitu, kan nama restorannya aja *Chicken Bezt Fried Chicken*, ayam terbaik, jadi ya memang pas judulnya itu dengan kenyatannya bahwa ayamnya memang salah satu yang terbaiklah mbak.*

b. Informan 2 (Mahasiswa Fakultas Fisip Angkatan 2012 Universitas Jember-Putra Sitepu) Jember, 22 Juli 2015 16:00 WIB

1) Pertanyaan: Jelaskan alasan anda mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: *Frekuensi saya dalam membeli C'Bezt itu tergantung juga sih mbak, terkadang dalam sebulan itu bisa sampai empat sampai lima kali makan disana. Seminggu kadang bisa makan dua kalilah mbak. Salah satu alasan saya makan disana ya karena murah, praktis, dan juga gampang. Saya sudah banyak mencoba makanan yang serupa dengan makanan di C'Bezt salah satunya adalah Quick Chicken dan saya rasa masih lebih enak C'Bezt lah mbak. Saya seringnya itu makan ayamnya aja, kan ada paketannya tuh. Kalo harganya murahlah mbak karena mencukupi untuk kantong mahasiswa hahaha. Dan kalau soal rasa enak kok mbak, liat aja kan selalu ramai pengunjungnya, kalo buka karena makanannya yang enak kenapa lagi dong hahaha.*

2) *Pertanyaan: Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu Chicken Bezt Fried Chicken Jember?*

Jawab: *Kalo di C'Bezt itu pelayanannya enak, lebih cepat lagi mbak, karyawannya juga ramah dan senyum kalo sedang melayani konsumennya. Kalo disana sih saya belum pernah ada komplain ya kalo soal waktu menunggu makanan disajikan mbak soalnya kan cepet kalo disana itu. Biasanya menunggu makanan disana ga sampe lima menit lah soalnya kan disana itu langsung bayar dan langsung ditunggu kan, sama juga sih kayak diKFC. Kadang request-request kita biasanya dilayani kok mbak, misalnya es tehnya es nya jangan terlalu banyak atau sambelnya yang tomat aja gitu. Wastafelnya diC'Bezt itu yang saya tau Cuma satu tok ya, itu deket kamar mandi. Menurut saya karena letaknya yang sebelahan itu ya jadi rasanya tuh kurang nyaman gitu mbak. Trus wastafelnya ada baiknya ditambahin aja ya mbak soalnya kan rame jadi biar ga pada antri aja. Yang saya liat itu mengenai kebersihan lantai dan mejanya sudh baik ya soalnya kalo misalnya ada yang baru selesai makan itu biasanya langsung dibersihkan kok sama karyawannya. Dari segi kelengkapan menuya sih ya perlu ada inovasi baru ya. Yang saya paling suka dan sering beli disitu ya ayamnya aja sih mbak hahaha. Kan dari judulnya aja Chicken Bezt, ayam terbaik, berarti kan jagoannya disana*

adalah ayamnya mbak. Saya lebih sering dibungkus makan di kost sih ya mbak.

- 3) Pertanyaan: Pembelajaran apa yang anda dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: Pembelajaran yang saya dapatkan ya mbak, kan ini kita lagi ngomongin restoran makanan ya, jadi ya pastinya yang saya dapat simpulkan adalah mengenai rasanya. Rasanya cukup enak ya mbak, makanya kan saya sering kesana lagi buat beli lagi. Pokoknya dari segi rasa, pelayanan, semuanya deh saya merasa cukup puas mbak.

- 4) Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: Kalo keberadaan dari C'Bezt Fried Chicken ini sangat baguslah ya di buka di kota Jember di Jalan Kalimantan ini karena bisa membuat orang yang pengen makan makanan seperti di KFC yaitu ayam goreng tapi dengan harga bersahabat dapat mencari alternatif lain seperti membeli di C'Bezt ini. Kan harganya lebih cocok untuk kita-kita mahasiswa. Saya puas dengan di bukanya C'Bezt di kota Jember. Dan pastinya akan tetap melakukan pembelian ulang, saya kan sering makan disana mbak hahaha. Saya biasanya makan disana sama teman, sama pacar juga hahaha.

- c. Informan 3 (Mahasiswi Fakultas Pertanian Angkatan 2013 Universitas Jember-Angeline Viesta) Jember, 24 Juli 2015 18:30 WIB

- 1) Pertanyaan: Jelaskan alasan anda mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: Saya sering ya mbak beli makanan di C'Bezt, dalam sebulan itu kita-kira bisa sampai sepuluh kali gitu mbak. Ya berarti dalam seminggu itu bisa sampai dua atau tiga kalilah mbak. Saya suka makan disana karena murah ya mbak, kan mirip sama kayak KFC ya mbak, tapi disana lebih murah. Ayamnya juga besar ya mbak trus rasanya juga enak mbak, lumayanlah. Dibanding dengan KFC kan lebih mahal dan kita ga puas

gitu mbak, soalnya kan kecil ayamnya mbak. Yang saya sering beli sih ayamnya doang ya mbak. Harganya udah pas menurut saya, terjangkau buat para mahasiswa di Jember ini.

- 2) Pertanyaan: Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken Jember*?

Jawab: Kalo pendapat saya mengenai pelayanan dari karyawan C'Bezt itu sendiri ramah-ramah ya, baik-baik, welcome mereka, selalu senyum, biarpun mereka sedang puasa ya tapi mereka tetap ramah dan senyum gitu mbak. Kalo dari segi kecepatan menunggu makanan disajikan ya, kalo semisal stoknya ada, ya cepat disajikan, tapi ya kalo misalnya belum ada kita bisa menunggu paling lama banget itu ya lima belas menitlah mbak. Kan biasanya di etalasenya itu udah ada kayak ayamnya jadi kalo masih ada stoknya yang sudah matang ya langsung disajikan kok mbak. Saya juga kadang minta es teh nya dikurangin esnya, kan saya amandel mbak jadi saya ga bisa minum minuman dingin banyak-banyak, jadi saya sering bilang "mbak tolong ya es nya dikit aja" dan mereka melayani dengan baik dan misalnya saya bilang "mbak saya mau saosnya aja ya jangan yang tomat" mereka selalu mau gitu mbak bahkan biasanya mereka melebihkan saosnya yang mau dibawa pulang dari jumlah yang biasa gitu mbak. Jadi soal pelayanannya saya sudah cukup puas ya mbak. Nah kalo dari segi kebersihannya seperti wastafelnya gitu ya standard lah ya mbak, sudah lumayan bersih gitu, ada kamar mandinya juga. Wastafelnya aja tuh mbak perlu ditambahin lagi, diatas juga ada sih mbak ya, satu juga, jadi perlu ditambahilah ya mbak. Trus menurut saya lebih baik sih kalo diatas itu kamar mandinya dibuat gitu mbak supaya ga repot kan harus turun kebawah kalo mau ke kamar mandi gitu. Watafelnya agak dibesarkan aja gitu ya mbak supaya jangan ngantri-ngantri. Sejauh ini sudah bersih sih ya saya lihat misalnya lantai dan meja, soalnya kalo misalnya kita datang dan mau duduk biasanya mejanya itu udah bersih mbak. Oh ya mbak itu kan wastafel sama kamar mandi itu berdekatan ya, ada sedikit masalah disitu ya mbak hahaha, soalnya kan kurang strategis

aja gitu letaknya. Yang paling sering saya pesan itu menu C'beztnya itu loh mbak, yang paket 2. Menu-menu lain ada sih mbak kayak bakso, tapi ya saya senengnya ayamnya aja mbak. Saya pernah coba baksonya juga sih mbak, ya lumayan seneng juga. Kalo menunya udah cukup bervariasilah mbak kalo menurut saya. Saya sering makan di tempat tapi kalau lagi repot ya saya makan di kost aja sih mbak.

3) *Pertanyaan: Pembelajaran apa yang anda dapatkan setelah mengkonsumsi produk Chicken Bezt Fried Chicken?*

Jawab: Ya pembelajaran yang saya dapatkan ya itu mbak, rasanya itu enak makanya saya sering makan disana karna saya udah tau kalo disana ayamnya enak gitu mbak. Saya kan pernah makan juga di restoran yang serupa dengan C'Bezt yaitu makanan cepat saji, sejauh ini sih C'Bezt masih menjadi favorit saya. Kayak misalnya Quick Chicken ya mbak, saya lebih seneng C'Bezt daripada itu mbak. Saya juga pernah makan di CFC yang di Golden Market dan memang sih enak yang di CFC karna kan udah restoran besar dari luar lagi hehehe, tapi ya itu saya rasa C'Bezt itu sudah bagus kok dan ayamnya juga enak makanya saya kadang seminggu sampai dua atau tiga kali makannya. Apalagi kalo sedang bosan sama makanan yang biasa saya makan, seperti lalapan ya mbak.

4) *Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji Chicken Bezt Fried Chicken?*

Jawab: menurut saya dengan dibukanya C'Bezt di Jember di Jalan Kalimantan ini cocok ya mbak, ya apalagi untuk mahasiswa ya, ya untuk semua kalanganlah ya mbak, cocok-cocok aja gitu. Dan saya cukup puaslah mbak. Dan kedepannya ya saya akan menjadi pelanggan tetap terus ya mbak, kan saya seneng makan juga ya mbak hehehe.

d. Informan 4 (Mahasiswa Fakultas Hukum Angkatan 2013 Universitas Jember-Leonardus Christopel) Jember, 26 Juli 2015 19:00 WIB

- 1) Pertanyaan: Jelaskan alasan anda mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: *Kalo saya lumayan sering makan C'Bezt, dan frekuensi saya makan C'Bezt itu bisa sampai tiga kali dalam seminggu jadi ya dalam sebulan bisa sampai dua belas kali lah ya mbak. Saya beli C'Bezt itu ya tergantung selera kan, kalo soal makanan di Jember ini yang sebagian besar itu adalah lalapan, saya kurang tertarik makanya saya lebih memilih makan di C'Bezt ini. Rasanya itu cukup enaklah mbak kalau menurut saya. Yang sering saya beli itu adalah ayam gorengnya mbak, dan menurut saya harganya murah ya, pas dengan standard anak kuliahlah.*

- 2) Pertanyaan: Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember?

Jawab: *Kalau mengenai pelayanan karyawannya ya lumayan baguslah, ramah sih, kadang ada yang senyum tapi kadang ada yang engga hahaha. Kalo masalah waktu melayani pesanan ya lumayan cepatlah mbak kira-kira tiga sampai empat menitan gitu. Kalo bicara mengenai kebersihan ya, menurut saya sudah bersih kok mbak disana itu, dan mengenai wastafelnya, saya rasa sudah bagus sih mbak. Mungkin ditambahin satu lagi aja kali ya. Kalau saya sendiri sih lebih seing bawa pulang, jarang saya makan ditempat. Kelengkapan menu kalo bisa ditambahinlah ya biar konsumennya lebih banyak pilihan menu yang ingin dipesan gitu. Saya sering sih mbak makan ditempat, sering juga sih dibungkus hahaha.*

- 3) Pertanyaan: Pembelajaran apa yang anda dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: *Yah pembelajarannya ya, soal rasa ayamnya saya rasa itu enak mbak, kalo engga enak ngapain saya beli lagi kan hahaha. C'Bezt itu merupakan salah satu restoran cepat saji yang masuk kategori resyoran yang laku dan ayamnya enak kan, makanya tetap ramai walaupun dibukanya sudah lama. Rasanya enak makanya konsumen tetap datang lagi*

dan malah semakin rame gitu mbak. Kalo misalnya ga enak kan kita kapok mbak yang mau beli lagi kan.

- 4) Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: C'Bezt itu sangat cocok menurut saya dibuka di kota Jember, apalagi kan banyak mahasiswa dan dekat juga lokasinya dengan kampus UNEJ, bisa dijadikan tempat tongkrongan, kan disana ada wifi juga mbak, jadi mahasiswa cocok kalo mau makan disana sambil internetan. Kalo saya sih cukup puas ya dengan keberadaan C'Bezt ini. Dan pastinya saya akan tetap melakukan pembelian lagi kaena saya merupakan salah satu pelanggan setianya C'Bezt, pelanggan tetap hahaha.

- e. Informan 5 (Mahasiswi Fakultas Hukum Angkatan 2013 Universitas Jember – Yenny Panggabean) Jember, 26 Juli 2015 15:00 WIB

- 1) Pertanyaan: Jelaskan alasan anda mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: Saya sering ya mbak makan C'Bezt. Saya dalam sebulan itu makan C'Bezt itu kira-kira bisa sampai sepuluh kali ya mbak. Ya alasannya itu karena ayamnya itu enak mbak, gurih juga, ya miriplah mbak sama KFC. Dari segi harganya lebih murah C'Bezt lah ya daripada KFC, sesualiah menurut saya dengan kantong mahasiswa, seperti itu mbak. Yang saya suka itu ayam sama kentangnya, saya seringnya itu beli itu mbak. Sebenarnya kalo ayam goreng itu ya pastinya enakan KFC lah ya tapi karena harganya lebih murah ya saya lebih memilih C'Bezt. Harganya enak juga kok. Saya tau C'Bezt itu dulu dari temen-temen mbak, dan ternyata setelah dicoba kok enak ya, makanya saya jadi sering beli kesana.

- 2) Pertanyaan: Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember?

Jawab: Kalo dari segi pelayanannya itu mereka itu ramah-ramah kok dan cepat juga kalo melayani kita. Kebersihan C'Bezt itu sudah bagus ya, kalo saya liat itu selalu bersih kok mbak. Wastafelnya aja tuh mbak perlu

ditambahin, kan Cuma ada satu sedangkan yang beli banyak, kalo ngantri-ngantri mau cuci tangan kan males mbak hahaha. Mejanya juga selalu bersih ya mbak kalo saya kesana. Kelengkapan menu maunya ditambahin aja gitu ya mbak, misalnya ditambahin es krim misalnya gitu ya mbak. Kalo saya sih yang saya favoritkan itu ayam ama kentangnya kalo di C'Bezt. Saya sering dibungkus bawa pulang sih mbak.

- 3) Pertanyaan: Pembelajaran apa yang anda dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: Saya pikir rasanya udah cukup enak ya mbak ayamnya itu, ya makanya itu say tetap membeli lagi disana soalnya saya udah tau kalau makanan disana itu enak-enak apalagi ayamnya. Kan mbak sendiri bisa menyimpulkan dari banyaknya pelanggan yang tetap datang kesana. Buktinya C'bezt selalu ramai kok setiap hari jadi itu artinya makanan yang dijual disana sudah memenuhi selera masyarakat ya mbak.

- 4) Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: C'Bezt sangat cocok didirikan di Jember soalnya kan apalagi banyak mahasiswanya, harganya juga cocoklah buat mahasiswa gitu mbak. Saya sangat puaslah mbak sama C'Bezt ini. Dan saya juga pasti akan melakukan pembelian ulang kok mbak untuk kedepannya.

f. Informan 6 (Mahasiswa Fakultas Pertanian Angkatan 2013 Universitas Jember-Koko Riston) Jember, 30 Juli 2015 18:30 WIB

- 1) Pertanyaan: Jelaskan alasan anda mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: Saya makan di C'Bezt bisa dibilang sering juga sih mbak soalnya saya kesana itu terkadang seminggu itu dua kali, jadi sebulan itu bisa delapan sampai sepuluh kali lah mbak. Kan ga semua orang sih ya mbak mau makan di restoran cepat saji yang udah terkenal seperti KFC karna kan harganya mahal ya mbak, udah gitu letaknya juga jauh kan, sedangkan kalo C'Bezt itu terjangkauah untuk kantong mahasiswa, udah gitu dekat lagi

mbak didaerah sekitar kampus. Rasanya juga enak kok mbak ga kalah sama yang lain hahaha. Saya biasanya kalo beli itu yang menu paketannya dan yang paling sering saya pesen itu yang bagian pahunya. Jarang kan ya mbak disini yang harganya itu terjangkau mahasiswa tapi dengan fasilitas yang sudah baik seperti C'Bezt yang dibuat seperti kafe gitu ya mbak, jadi mahasiswa itu tertarik untuk kesana buat sekedar mau makan atau sekalian mau nongkrong, kan disana ada fasilitas wifinya juga mbak.

2) Pertanyaan: Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember?

Jawab: Kalo dari segi pelayanannya itu ramah kok mbak. Ditanyain gini "Pesanan apa mbak/mas, oh ya tunggu sebentar ya" udah gitu selesai, cepet kok mbak. Kira-kira tiga ampe lima menit udah bisa makan saya. Saya sering mbak kalo request sesuatu misalnya kan saya orangnya ga suka makan yang pedes-pedes gitu ya mbak, biasanya kalo saya bawa pulang, saya bilangin ke mbaknya kalau saosnya yang tomat aja jangan yang sambel, mereka langsung cepet respon kok mbak. Jadi menurut saya pelayanannya cukup memuaskanlah ya mbak. Kalo kebersihannya ya mbak, contohnya wastafel, wastafel itu kan penting jadi mauya ditambahilah jangan satu aja, bisa dibawah dibikin tiga trus diatas bolehlah dua gitu. Biar kalo misalnya sedang ramai-ramainya kan jadi ga perlu antri panjang ya mbak. Trus itu mbak, posisinya wastafel sama kamar mandinya itu kan sebelahkan ya mbak, saya rasa posisinya itu kurang pas, lebih baik ya agak kedepan aja itu wastafelnya, pokoknya jangan sebelahkan deh mbak. Kalo sebelahkan gitu kan bawaanya gimana gitu mbak, kurang nyaman aja saya rasa. Kalo kebersihan dari restorannya seperti meja misalnya mbak, bersih kok mbak, cuman kan kalo misalnya lagi rame-ramenya ya kita bisa mentolerirlah ya, kan repot tuh mbak, dan paling kalo misalnya mereka lupa ya kan tinggal kita bilangin supaya dibersihkan piring-piring sisanya itu. Kalo menunya itu sudah baiklah itu ya mbak menurut saya, Cuma perlu dipromosiin aja gitu mbak menu-menu yang lain, kan biasanya orang kesana itu beli makanan yang dia pernah coba aja dan jarang ganti-ganti

contohnya seperti saya hahaha, jadi perlu dipromosikan aja menu-menu lainnya itu supaya masyarakat juga penasaran dan tertarik untuk mencoba, biar jangan ayamnya tok yang dipesen gitu mbak. Saya sering makan disana kalau bareng temen-temen tapi kalau sendiri saya lebih memilih membawa pulang.

- 3) *Pertanyaan: Pembelajaran apa yang anda dapatkan setelah mengkonsumsi produk Chicken Bezt Fried Chicken?*

Jawab: Pembelajaran dari segi rasanya, kalo menurut saya rasanya itu udah cocok mbak, makanya saya ya sering melakukan pembelian lagi sampe sebulan bisa delapan kali. Kalo bukan karena rasanya yang cocok ya saya juga ga bakalan sering kesitu mbak. Kadang aja saya yang sebelumnya ga ada niat mau kesana, eh pas lewat sana tiba-tiba jadi pengen makan disana gitu mbak. Saya pernah sih mbak nyoba restoran lain yang serupa dan kalo menurut saya sih masih lebih enak C'Bezt. Dari tempatnya juga lebih nyaman dan saya rasa dari kebersihannya juga lebih higienis disana sih mbak.

- 4) *Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji Chicken Bezt Fried Chicken?*

Jawab: Cocoklah ya mbak kalo C'Bezt dibuka di Jember ini, soalnya kan cocok buat mahasiswa seperti saya ini yang terkadang kan pengen ganti menu kan bosan mbak soalnya disini biasanya makanan yang dijual itu kebanyakan lalapan. Ya perlulah sekali-sekali makan makanan yang lain. Apalagi kan tempatnya itu kan udah cocok itu disekitaran kampus, kan banyak tuh disana kost-kostan mahasiswa. Saya puaslah sama C'Bezt mbak. Kalo ditanya apa masih melakukan pembelian ulang kedepannya ya jelaslah mbak saya bakalan kesana lagi, ini aja karna mbaknya nanya jadi saya jadi pengen makan nih mbak hahaha.

- g. Informan 7 (Mahasiswi Fakultas Ekonomi Angkatan 2009 Universitas Jember-Irinne Bagus) Jember, 1 Agustus 2015 12:30 WIB

1) Pertanyaan: Jelaskan alasan anda mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: *Saya itu sering ya mbak makan di C'Bezt. Saya itu kan mbak seorang mahasiswa yang selalu disibukkan dengan kegiatan kampus apalagi saya yang sedang mengerjakan tugas akhir, jadi saya kalo masak itu ga sempet mbak jadi pengennya yang instan-instan aja gitu mbak. Trus kebetulan lidahnya juga cocok ya mbak sama makanan disana, kan makanan cepat saji ya mbak. Kalo dalam sebulan itu biasanya saya makan disanan cukup sering sih, kira-kira seminggu sampe dua kali brarti dalam sebulan bisa makan delapan kalilah mbak. Awalnya saya tau C'Bezt itu dari temen ya mbak, saya diajak temen-temen makan disana, soalnya ada tempat baru, dan makananya itu kan junk food ya, rasanya juga saya rasa ga jauh beda ya sama junk food lainnya seperti KFC, harganya juga terjangkau, ya cocoklah untuk kantong mahasiswa seperti saya ini mbak.*

2) Pertanyaan: Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember?

Jawab: *Penilaian saya dengan karyawan C'Bezt cukup ramah ya mbak, dan selalu senyum ya mbak setiap kali menyambut kedatangan pelanggan. Diucapkan salam, tersenyum, dan saya dilayani dengan ramah gitu. Kalo soal waktu nunggu makannya ya standardlah ya mbak, kalo makanan yang harus dibuat dulu mungkin agak lama ya sekitar sepuluh menitlah ya mbak. Dan biasanya itu pasti ada konfirmasi dari karyawannya seberapa lama kita akan menunggu, seperti itu mbak. Kalo kebersihannya ya mbak, ada sedikit kekurangan sih ya mbak kalo disana. Kalo saya boleh ngasih saran ya itu wastafelnya jangan dekat sama kamar mandinya, kan kalo misalnya kita mau cuci tangan mau makan tiba-tiba kecium bau pesing dari kamar mandinya, kan kurang enak seperti itu mbak. Jumlah washtafelnya juga mbak perlu ditambahinlah ya, soalnya kan disana itu yang makan ramai, ada yang bikin acara ulang tahun atau acara lainnya, jadi ya perlu ditambahinlah itu mbak. Setau saya sih kalau pelanggan selesai makan itu*

biasanya menjanya selalu langsung dibersihkan ya, jadi sejauh ini saya rasa C'Bezt itu bersihlah mbak. Kalo menunya sudah cukup variatif sih mbak untuk sebuah restoran cepat saji. Kalo saya sih ayam fried chickennya itu yang nagihin, best sellernya kana yam gorengnya itu mbak. Saya sering makan disana sama temen dan kalau sedang sibuk saya makannya dibungkus mbak.

- 3) Pertanyaan: Pembelajaran apa yang anda dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: Soal rasa ya, buktinya saya juga ketagihan ya mbak, setiap kali ada pikiran pengen makan ayam tepung selalu kepikiran untuk makan di C'Bezt gitu mbak. Kalo rasa sih ga jauh beda sama KFC, sedangkan KFC kan dengan harga segitu, mahal kan ya. Lebih enak KFC sih kalo untuk rasa, cuman kan C'Bezt itu sebelas dua belaslah ya mbak sama KFC. Sebenarnya rasa itu relative ya mbak, tapi kalo saya ya mbak kok saya pikir C'Bezt itu salah satu restoran yang ayamnya terenaklah dari restoran ayam goreng lainnya di Jember ini.

- 4) Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: C'Bezt cocok dibuka di kota Jember soalnya dengan harganya yang terjangkau kita bisa memperoleh makanan yang enak, apalagi seperti kita mahasiswa ini, ya cocoklah untuk kantong mahasiswa. Saya cukup puas ya mbak dengan keberadaan C'Bezt ini. Saya juga akan tetap melakukan pembelian ulang disana dan mnjadi pelanggan tetap, kalau mialnya nanti suatu saat kedatangan saudara, atau ada acara keluarga, pasti nanti kan enak dijadikan tempat ngumpul buat makan bareng, sama temen atau keluarga gitu.

- h. Informan 8 (Mahasiswa Fakultas Teknik Mesin Angkatan 2012 Universitas Jember – Nawandi Prasetya Pinandita) Jember, 2 Agustus 2015 18:30 WIB

- 1) Pertanyaan: Jelaskan alasan anda mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: *Saya makan C'Bezt sekitar lima sampai enam kali dalam sebulan mbak. Saya makan disana itu karna sebenarnya karna saya pengen makan makanan cepat saji ya, biasanya kan makanan cepat saji itu mahal-mahal ya, jadi saya ke C'Bezt aja untuk harga yang lebih miring. Saya pertama kali tau C'Bezt itu ya karna kan saya sering lewat jalan Kalimantan ya mbak, jadi saya sama pacar saya mencoba untuk makan disana gitu mbak. Yang sering saya pesan disana sih ayamnya aja ya mbak sama nasinya. Rasanya enak mbak, saya suka.*

2) Pertanyaan: Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember?

Jawab: *Kalo dari pelayanan karyawannya sih kadang ada yang ramah kadang ada yang biasa aja seperti itu. Kadang ada yang senyum ya kadang ada yang ngaak, ya seperti itu mbak. Nunggu makananya juga cepet ya mbak kita-kira tiga menitan aja. Intinya sih saya selalu dialyani dengan baik kok mbak. Itu mbak ya soal wastafel tempat kita cuci tangan masih kurang ya. Kalo misalnya ada empat sampai lima orang yang sama-sama mau makan harus mengantri dulu hanya untuk cuci tangan, jadi kurang efisienlah ya mbak. Trus saya rasa lebih baik dipisah aja antara wastafel dengan kamar mandi, jangan terlalu dekat gitu mbak, jadi saat kita cuci tangan mungkin ada yang sedang buang air besar atau yang lainnya, jadi kita tidak tercium bau-bau yang aneh-aneh yang merusak selera makan kita. Kalo untuk kebersihan lantai dan mejanya selalu bersih kok mbak kalo saya lihat. Mungkin ya kalo kelengkapan menunya bisalah ditambahin dengan menu lainnya contohnya seperti burger mungkin, minumannya juga mungkin bisa ditambahkan pepsi gitu mbak. Saya sering makan disana bareng pacar saya mbak, nah kalau saya ga ada temen ya saya bungkus aja mbak makan dikost.*

3) Pertanyaan: Pembelajaran apa yang anda dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: *Kalau pembelajaran dari segi rasa, saya rasa sudah cukup enak ya mbak Saya pernah sih mbak nyoba ayam goreng ditempat yang lain*

misalnya Qiuck Chicken, KFC, CFC, bahkan Mc.Dono, kalo soal rasa sih mbak relatif ya mbak, tapi kalau dilihat dari segi harga saya lebih memilih C'Bezt dong tentunya mbak. C'Bezt itu enak, murah lagi. Makanya saya selanjutnya tetap mau membelinya, gitu mbak.

4) Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: C'Bezt itu sangat cocok ya dibuka di Jember, alasannya ya karna itu tadi buat mahasiswa harganya cukup miring jadi ga perlu pergi ke restoran mahal untuk membeli ayam goreng tepung, cukup pergi ke C'Bezt aja, rasanya ga kalah kok dengan ayam goreng ditempat lain. Saya cukup puaslah dengan dibukanya C'Bezt ini mbak, dan kedepannya pasti saya akan melakukan pembelian ulang, bersama pacar saya mungkin? Hahaha.

i. Pemilik Restoran Makanan Cepat Saji *Chicken Bezt Fried Chicken* (Bapak Darmawan) Jember, 4 September 2015 19:00 WIB

1) Jelaskan menurut pendapat anda alasan konsumen mahasiswa Universitas Jember mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: Seperti yang saya sudah baca sedikit dari proposal yang mbak ajukan ya, tentang faktor psikografis konsumen ya, kalo dari faktor pertama yaitu faktor motivasi yang mbak sudah utarakan bahwa motivasi mahasiswa untuk makan di C'Bezt sendiri itu ya memang benar karena harga yang cenderung lebih terjangkau untuk sekelas ayam goreng crispy ya kan, terlebih resto ini miriplah menu-menunya dengan yang direstoran franchise terkenal lainnya, namun karena mahasiswa kantongnya pas-pasan ya mereka pastinya akan ambil alternatif lain dong, dan salah satunya ya makan di C'Bezt ini. Ayamnya juga besar, panas, ya memang kita kan namanya berbisnis ya harus bener mbak. Dan C'Bezt ini sendiri sudah merupakan salah satu restoran franchise yang banyak peminatnya, di Jember sendiri saja ada sebelas cabang loh mbak, disini daerah kampus, di Balung, Tanggul, Ambulu, Tegal Besar, Kencong, di Jalan Manggar, Kalisat, Arjasa, Rambipuji, dan Mangli. Konsumen C'Bezt ini sendiri tidak

hanya mahasiswa saja, tapi semua kalangan tapi ya cabang di kampus ini adalah merupakan salah satu yang paling besar keuntungannya mbak, nomor dua ah setelah pusatnya yang di Surabaya. Mungkin karena daerah dekat kampus dan memang Jember khususnya daerah kampus ini sangat rame ya. Jadi ya intinya konsumen itu makan disini itu karena harga yang lebih murah, dan walaupun lebih murah namun tetap bisa menarik pelanggan karena rasanya yang enak. Dan untuk anak muda juga kan hobi nongkrong apalagi anak kuliah, jadi cocok disini itu makan sambil nongkrong, dan sambil menikmati fasilitas Wifi gratis, gitu loh mbak.

2) Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan, kebersihan dan kelengkapan menu *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember?

Jawab: Kalo kita bicara soal pelayanan ya, saya rasa karyawan saya sudah memberikan pelayanan yang baik ya kepada konsumen. Ya namanya kita menjual produk ya mbak, ya harus menggunakan etika yang baiklah kan, tersenyum, ramah kepada pelanggan. Hal tersebut sudah merupakan hal wajiblah bagi karyawan saya mbak. Pelayanannya itu tentunya harus memuaskan agar konsumen puas dan datang lagi dilain waktu. Kalau mungkin ada sedikit komplain contoh misalnya kok pesanan ayamnya lama kan makanan cepat saji atau kok mejanya belum dibersihkan padahal saya sudah duduk dan ingin memesan? Nah kalo yang seperti itu mohon dimaklumilah soalnya kan terkadang pas pembeli itu datang tidak setiap waktu ayamnya itu ada, terkadang kan sudah habis dan membutuhkan waktu untuk memasak yang baru, dan biasanya itu tidak terlalu memakan waktu ya, paling lama sepuluh menit sudah disajikan, dan kalau masalah meja itu ya karena kemungkinan restoran sedang ramai-ramainya sedangkan karyawan juga sibuk semua jadi ya mungkin agak telat dibersihkan. Tapi biasanya hal tersebut jarang terjadi kok, dan karyawan saya pastinya selalu mencoba untuk memuaskan konsumennya. Kalo dari segi kebersihan, saya rasa karyawan saya sudah melakukan tugas mereka dengan baik ya terbukti dengan yang dikatakan para informan yang memang sudah melihat sendiri ke TKP bahwa memang kebersihan C'Bezt

itu bisa dikatakan terjamin gitu mbak. Nah kalau mengenai wastafel itu ya mbak, saya rasa sudah cukuplah ya mbak ada satu dibawah dan satu di atas, saya rasa itu sudah pas lah mbak hahaha. Nah sebenarnya sih kalau restoran seperti kita ini minimal ada dua wastafel ya mbak tapi kalau untuk C'bezt sendiri segini aja udah cukuplah mbak mengingat juga ruangnya sudah pas gitu mbak jadi ya kalau mau ditambahi harus bongkar-bongkar dulu kan repot mbak hahaha. Kalau kelengkapan menu wah menu di C'Bezt saya rasa sudah cukup beragam dan karena ini franchise kan kita ngikut dong mbak ga bisa asal bikin menu-menu sendiri kan namana juga waralaba mbak hahaha. Tapi disini menu terlaris tetap saja ayam goreng crispynya, nama restorannya saja Chicken Bezt, jadi dari melihat judulnya saja kita sudah tahu kalau ayamnya yang terbaik hahaha.

- 3) Pembelajaran apa yang konsumen dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: Seseorang kan mau membeli lagi karena ia menemukan kepuasan dengan apa yang dia beli sebelumnya. Nah kalau soal pembelajaran dari konsumen C'Bezt sendiri, ya kenapa mereka datang lagi? Pasti karena mereka menyukai rasa makanannya dong mbak. Kalau ga enak ya ngapain beli lagi toh. Jadi menurut saya pembelajaran yang konsumen dapatkan setelah mengkonsumsi makanan cepat saji ya itu tadi, makanannya enak.

- 4) Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: Intinya membuka restoran ini apalagi didaerah kampus Unej ini sangatlah menguntungkan. Dan pengasilan paling besar kedua ya disini setelah pusatnya yang di Surabaya. Dan dapat kita simpulkan bahwa keberadaan C'Bezt ini sangatlah bagus dan juga dapat diterima oleh masyarakat. Masyarakat yang ingin makan enak ala junkfood ga usah jauh-jauh ke KFC atau franchise mahal lainnya, C'Bezt juga menawarkan beragam menu makanan enak yang mirip dengan franchise lain dan tentunya dengan harga yang lebih terjangkau.

j. Pendapat Ahli (Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember - Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM) Selasa 8 September 2015 10:00 WIB

1) Jelaskan menurut pendapat anda alasan konsumen mahasiswa Universitas Jember mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

Jawab: *Begini ya mbak, pertama saya jelaskan sedikit ya mengenai arti dari motivasi yaitu merupakan dorongan yang timbul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi oleh konsumen. Kebutuhan yang tidak terpenuhi ini akan menimbulkan tekanan atau disebut tension yang membuat konsumen tersebut merasa tidak nyaman. Motivasi itu dibagi atas dua yaitu motivasi yang bersifat rasional dan emosional. Motivasi rasional adalah didasari pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada konsumen. Faktor yang dapat dipertimbangkan dapat berupa harga, kualitas, pelayanan, ketersediaan barang, keawetan, ukuran, kebersihan, seperti itu. Sebagai contoh ya pada restoran Chicken Bezt di Jalan Kalimantan ini ya pastinya konsumen memiliki motivasi untuk membeli makanan yang enak, lebih murah dari makanan sejenis lainnya. Kalau motivasi emosional adalah motivasi pembelian yang berkaitan dengan dengan perasaan atau emosi individu, seperti contohnya kenyamanan dan kepraktisan. Dan kalau contoh dari motivasi emosional konsumen C'Bezt ini ya mungkin karena kepraktisannya ya, mengingat mahasiswa itu sibuk ya, kuliah, les, apa lagi yang sedang skripsi, terkadang pasti lebih memilih makan diluar daripada masak sendiri, ya dengan kepraktisan restoran ini maka menjadi salah satu pilihan dalam memilih tempat makan. Dan memang C'Bezt ini sendiri memang mirip ya sama restoran franchise seperti KFC, C'Bezt jadi versi indonesianya ya hahaha, jadi itu juga bisa mbak dijadikan motivasi para mahasiswa ini dalam melakukan pembelian.*

2) Jelaskan menurut pendapat anda mengenai persepsi konsumen yaitu mahasiswa terhadap pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu restoran makanan cepat saji?

Jawab: *Persepsi konsumen yaitu pandangan mengenai pelayanan, kebersihan, dan kelengkapan menu ya, sebenarnya saya sendiri juga belum pernah melakukan pembelian di restoran tersebut ya, tapi kalau menurut pendapat saya, kalau di lihat dari eksistensi Chicken Bezt yang tetap baik walaupun sudah di buka cukup lama ya menurut saya itu bukan tanpa sebab. Pasti konsumen merasa bahwa resotran tersebut memenuhi segala aspek yang mereka inginkan, seperti kebersihan restoran dan pelayanan karyawan yang baik. Ya kalau hal tersebut tidak memenuhi standard ya konsumen pasti tidak mau lagi toh kesana, jadi ya saya rasa sudah baiklah. Kalau kelengkapan menu, kan namanya franchise jadi kan kita hanya menjalankan saja tidak boleh asal menambahkan menu baru.*

- 3) Pembelajaran apa yang konsumen dapatkan setelah mengkonsumsi produk makanan cepat saji seperti *Chicken Bezt Fried Chicken*?

Jawab: *Pembelajaran seperti yang sudah ada diproposal ini yaitu merupakan perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil dari akibat adanya pengalaman. Proses pembelian itu merupakan proses belajar dan ini terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, dan sebaliknya apabila tidak terjadi maka konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang menurutnya kurang baik. Konsumen dalam menentukan keputusan pembelian restoran cepat saji berdasarkan informasi atau pengetahuan yang didapat, yang mana informasi atau pengetahuan (pembelajaran) didapatkan dari media massa yaitu contohnya berupa iklan-ilkan baik itu dari televisii, majalah, dan sebagainya, dan juga melalui pengalaman mengkonsumsi produk, dimana apabila rasa makanannya enak maka konsumen mendapatkan pembelajaran dan akan melakukan pembelian lagi karena merasa puas dengan produk yang dikonsumsinya, dan juga pembelajaran dari keluarga atau teman yang biasanya mengambil peran yang cukup besar dimana biasanya seorang konsumen itu mendapatkan informasi dari orang-orang terdekatnya.*

- 4) Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji seperti *Chicken Bezt Fried Chicken* di kota Jember?

Jawab: Sikap itu merupakan evaluasi menyeluruh seseorang terhadap suatu objek yang dilihat ataupun yang dirasakan, dan kemudian memberikan sebuah kesimpulan terhadap objek tersebut. Kalau keberadaan Chicken Bezt itu sendiri ya saya rasa sudah cocok ya, apalagi di daerah kampus seperti ini, mahasiswa yang gaya hidupnya modern dan menginginkan segala sesuatu yang bersifat praktis, apalagi dengan segudang kesibukan yang memaksa mereka untuk memilih hal yang simpel dan praktis. Juga kebutuhan mahasiswa dengan internet, di Chicken Bezt sendiri kan ada fasilitas wifi, jadi cocok sekali itu, makan sekaligus browsing materi perkuliahan. Jadi kesimpulannya keberadaan restoran seperti ini sudah baik dan cocok.

Lampiran 2







•
•













Lampiran 3

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Motivasi

- Jelaskan alasan anda mengapa makan di restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember menjadi prioritas utama dalam memilih tempat makan?

2. Persepsi

- Bagaimanakah pendapat/pandangan anda terhadap pelayanan karyawan, kebersihan restoran, dan kelengkapan menu dari *Chicken Bezt Fried Chicken* Jember?

3. Pembelajaran

- Pembelajaran apa yang anda dapatkan setelah mengkonsumsi produk *Chicken Bezt fried Chicken*?

4. Sikap

- Bagaimana tanggapan/kesimpulan anda mengenai keberadaan restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*?