

# Faktor *Psychografis* Mahasiswa Universitas Jember dalam Pembelian Makanan Cepat Saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)* Kota Jember

*Psychographic Facktor Of Jember University College Students In The Purchases Of Fast Food Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt) Jember City*

Sartika Karina Saragih, Sudaryanto, Gusti Ayu Wulandari  
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ)  
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121  
e-mail: sartikakarinasaragih@ymail.com

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *psychologis* mahasiswa Universitas Jember dalam pengambilan keputusan pembelian makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)* kota Jember. Pendekatan riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Informan dalam penelitian ini menggunakan *snowball sampling* dengan cara 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. Metode analisis menggunakan analisis model Miles and Huberman (1984). Hasil dari analisis yang dilakukan menyatakan bahwa motivasi mahasiswa Universitas Jember melakukan pembelian ialah dikarenakan harga yang murah dan cita rasa yang enak. Persepsi akan pelayanan karyawan bagus, kebersihan restoran terjaga, menu cukup bervariasi, pembelajaran yang didapatkan yaitu rasa makanan yang enak sehingga konsumen belajar bahwa *C'Bezt* merupakan restoran yang cocok untuk dijadikan langganan, dan sikap yaitu mahasiswa puas dan akan melakukan pembelian ulang di masa depan.

Kata Kunci: Motivasi, pembelajaran, persepsi, *psychografis*, sikap

## Abstract

*This study aims to determine the effect of psychologic of Jember University college students in the purchases of fast food Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt) Jember City. Research approach used in this study is qualitative. Informants in this research uses snowball sampling by meets one of the informant as the key informant and it will continue to the next informants until researcher get the datas which are needed complete and no longer get the variation of result or has reached saturated point. Methods of analysis using Miles and Huberman (1984). The results of the analysis stated that motivation of Jember University college students do the purchases are because the price is cheap and good taste. The perception of employee's service are good, restaurant cleanliness manageable, the menus are quite varied, learning that was obtained is the flavour is good so concumers learn that C'Bezt is a suitable restaurant to be used as constituencies, and attitude that college students fells satisfied and will do the repurchase in the future.*

Keywords: Attitude, learning, motivation, perception, *psychographic*

## Pendahuluan

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

Hal tersebut menyebabkan para pengusaha melihat suatu peluang bisnis yang sangat potensial. Kebutuhan makanan dan minuman merupakan kebutuhan utama manusia sehingga dengan alasan tersebut digunakan oleh pelaku bisnis untuk meraup keuntungan dengan cara mendirikan usaha dalam bidang makanan, Makanan cepat saji biasanya merupakan perusahaan waralaba atau *franchise*. Di Indonesia banyak sekali usaha bisnis *franchise*. Masyarakat Indonesia lebih mengenal bisnis *franchise* dengan istilah makanan cepat saji (*fast food*) yang merupakan satu unit usaha penyediaan makanan yang menyediakan dan yang memberikan pelayanan yang cepat dan penuh keramah-tamahan (Pitriyani, 2011). Kehadiran makanan cepat saji dalam industri makanan di Indonesia mempengaruhi pola makan kaum remaja di kota. Pembelian terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen, sehingga dalam melakukan penjualan perlu diperhatikan hal tersebut. Perilaku konsumen yaitu bagaimana individu dan kelompok serta organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan barang, jasa, ide untuk memuaskan keinginan konsumen (Keller, 2008:214). Perubahan yang akan berpengaruh langsung terhadap pola perilaku konsumen diantaranya adalah faktor *psichografis* yang terdiri atas motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap. Motivasi muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen (Sumarwan, 2011:23). Persepsi adalah proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2007). Pembelajaran merupakan perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman (Sciffman dan Kanuk, 2008). Sikap adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan atau dinamis terhadap perilaku (Solomon, 2009). *Psychografis* adalah sebagai kajian tentang apa yang membentuk seorang konsumen secara psikologis (Mowen dan Minor, 2002:283). *Psychografis* menekankan pada penjelasan mengapa seseorang membeli produk tertentu.

Dari latarbelakang ini menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian terhadap faktor *psichografis* mahasiswa Universitas Jember dalam pembelian makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken*. Peneliti ingin meneliti lebih mendalam mengapa anak muda yaitu mahasiswa menyukai makanan cepat saji dan apa saja alasan mereka lebih memilih makan di restoran *Chicken Bezt Fried Chicken*. Tujuan dari 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 *C'Bezt* adalah perusahaan waralaba yang memiliki image "*Western Fast Food*" menyerupai KFC.

## Metode Penelitian

### Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif fenomenologi.

### Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari wawancara terhadap informan. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi diperoleh secara tidak

langsung melalui buku bacaan yang terkait dengan variabel yang diteliti, data yang diperoleh dari internet, dan jurnal-jurnal yang ada (Arikunto, 2010:172)

### Informan Penelitian

Informan penelitian ini menggunakan metode snowball sampling yang merupakan teknik penentuan sumber data yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2011:68). Informan yang menjadi sumber data dari penelitian ini adalah para konsumen yang pernah mengkonsumsi makanan cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken* serta dapat berkomunikasi dengan baik agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas.

### Metode Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis model Miles And Huberman (1984), dan Sudaryanto (2011). Metode ini terdiri atas empat langkah yaitu penumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber data, dengan cara membandingkan dan mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber. Sumber data dalam penelitian ini yaitu antara konsumen, pemilik, dan para ahli.

## Hasil Penelitian

### Reduksi Data

#### a. Motivasi

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

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 wastafel 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 wastafel 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 wastafel 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 wastafel 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

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

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.

## Pembahasan

### Penyajian Data

#### 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 *crispy*nya.

#### **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 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.

#### **Verifikasi Data**

##### **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 sekedar ayam goreng *crispy*, terlebih resto ini menu-menunya mirip dengan yang di restoran 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 pmbongkaran 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 di daerah 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.

## **Kesimpulan dan Keterbatasan**

### **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.

### **Keterbatasan**

Keterbatasan dari penelitian ini adalah bahwa faktor *psychologis* yang diteliti hanyalah empat faktor sehingga data

yang didapatkan oleh peneliti belum mencakup keseluruhan dari *psychologis* konsumen. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya agar peneliti mencari faktor *psychologis* lainnya agar dapat menghasilkan temuan atau hasil penelitian yang lebih baik.

### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pemilik restoran cepat saji *Chicken Bezt Fried Chicken (C'Bezt)* Bapak Darmawan dan kepada Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM yang telah menyediakan waktu luangnya sebagai informan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

### Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2010. **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik..** PT. Rineka Cipta: Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. **Manajemen Pemasaran..** PT. Indeks: Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2008. **Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Ketiga belas..** Erlangga: Jakarta.
- Miles, M.B. & Huberman, M.A. 1984. **Qualitative Data Analysis.** Sage Publication: London.
- Mowen & Minor. 2002. **Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Kelima..** Erlangga: Jakarta
- Pitriyani. 2011. **Manajemen Waralaba.** Center For Society Studies (CSS): Jember.
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. **Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh.** PT. Indeks: Jakarta.
- Solomon, M.R. 2009. **Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being..** Prentice Hall: New Jersey.
- Sudaryanto. 2011. **Modul Penelitian Kualitatif.** Universitas Jember. Tidak dipublikasikan.
- Sugiyono. 2011. **Memahami Penelitian Kualitatif.** Alfabeta: Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2011. **Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Edisi Kedua.** Ghalia Indonesia: Bogor.



