

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SOTO KERBAU PADA
WARUNG SOTO BU DJATMI KHAS KABUPATEN KUDUS
PROVINSI JAWA TENGAH**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh :
Setionang Budi
NIM 12511241050

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SOTO KERBAU PADA WARUNG SOTO BU DJATMI KHAS KABUPATEN KUDUS PROVINSI JAWA TENGAH

Oleh:
Setionang Budi
1251141050

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Warung Soto Bu Djatmi di jalan KH. Wachid Hasyim No 43 Kudus. Jumlah subjek penelitian diambil sebanyak sepuluh orang. Teknik validitas data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Penelitian ini menggunakan analisis yang bersifat kualitatif.

Hasil analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus dipengaruhi oleh *price*/harga yang relatif murah, *product* (soto kerbau) dengan citarasa/aroma yang khas, *place*/tempat warung soto Bu Djatmi tetap mudah terjangkau dari berbagai arah, dan *process*/proses dalam menangani *order* sudah sangat cepat. Sementara itu, *promotion*/promosi, *people*/karyawan dan *physical evidence*/lingkungan fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto kerbau. Secara keseluruhan yang paling utama pengunjung mengambil keputusan mengkonsumsi soto kerbau Bu Djatmi adalah mengenai produk / rasa dari soto kerbau yang gurih, kuah santannya yang pas tidak terlalu kental dan rasa daging kerbau yang tidak terlalu alot serta aroma daging kerbaunya tidak begitu menyengat sehingga bisa menyesuaikan dengan selera pengunjung. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disarankan hendaknya pihak warung Soto Bu Djatmi untuk tetap mempertahankan kualitas soto kerbau dengan menjaga rasa kuah soto, tekstur daging kerbau agar tidak alot, dan aroma daging kerbau.

Kata kunci: soto kerbau Bu Djatmi, keputusan pembelian

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SOTO KERBAU PADA WARUNG SOTO BU DJATMI KHAS KABUPATEN KUDUS PROVINSI JAWA TENGAH

Disusun oleh:

Setionang Budi

NIM 12511241050

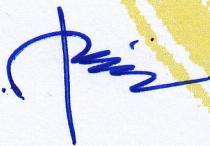
Telah memenuhi syarat dan distetujui oleh Dosen Pembimbing untuk
dilaksanakan Ujian Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, 16 Agustus 2016

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Pendidikan Teknik Boga



Dr. Mutiara Nugraheni

NIP. 19970131 200212 2 001

Disetujui,

Dosen Pembimbing



Dewi Eka Murniati, M.M

NIP. 19810506 200604 2 002

LEMBAR PENGESAHAN

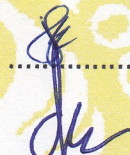


Tugas Akhir Skripsi

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN SOTO KERBAU PADA WARUNG SOTO BU DJATMI KHAS KABUPATEN KUDUS PROVINSI JAWA TENGAH

Disusun oleh:
Setionang Budi
12511241050


Telah dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta pada
tanggal 24 Agustus 2016

TIM PENGUJI

Jabatan	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji	Dewi Eka Murniati, M.M		24 Agustus 2016
Sekretaris	Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd		24 Agustus 2016
Penguji Utama	Sutriyati Purwanti, M.Si		24 Agustus 2016

Yogyakarta, 11 Oktober 2016
Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Widarto, M.Pd

NIP. 19631230 198812 1 001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang beranda tangan di bawah ini:

Nama : Setionang Budi

NIM : 12511241050

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul Tas : Analisis Keputusan Pembelian Soto Kerbau Pada Warung
Soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa
Tengah

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 24 Agustus 2016

Yang menyatakan,

Setionang Budi

NIM. 12511241050

MOTTO

*Percaya akan Allah S.W.T akan selalu mempersiapkan yang terbaik
dari apa yang kita inginkan*

*Berangkat dengan penuh keyakinan. Berjalan dengan penuh
keikhlasan. Istiqomah dalam menghadapi cobaan.*

YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH

Sebaik-baiknya perlengkapan dihari tua adalah pendidikan

Tiada doa yang lebih indah selain doa agar skripsi ini cepat selesai

Lebih baik terlambat dari pada tidak wisuda sama sekali

~ SB ~

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

- Allah SWT yang telah memberikan limpahan berkah dan nikmat yang luar biasa kepadaku... Alhamdulillah ya Allah SWT
- Orang tuaku tercinta, (Alm) Bapak Rondiyanto, Ibu Kaswati dan Mama Fitri yang telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu mendoakanku serta menanti keberhasilanku
- Kakak-kakakku (Kak Gun, Mas Jamal, Kak Sandy) dan Mbakku (Mbak Kusriwati, Mbak Sri, Mbak Ana), Serta ponakanku yang lucu-lucu (Rendy, Angga, Amel, Virly)
- Kepada keluarga keduaku, warga Kaliwaru yang selama di jogja selalu menyayangi dan mengasihiku dengan sangat baik. Senantiasa menyambutku dengan keramah tamahan kalian, sungguh beruntung saya bisa mengabdikan sedikit kemampuan saya untuk kalian. Dan tak lupa santriwan santriwatiku TPA Istiqomah yang selama ini mengisi hari-hariku dengan penuh keceriaan, dengan kalian aku belajar untuk bisa lebih bersabar. Kalian yang rajin ya ngajinya, kalau mas anang sudah tidak mengajar lagi harus nurut sama guru ngaji yang baru.
- Mas Rio yang selama ini selalu baik, yang sering membantu dalam segala hal, terutama yang selalu ada disaat aku susah. Mas Prana yang selama kuliah di jogja selalu memberikan nasehat dan membimbing aku agar menjadi pribadi yang lebih baik serta Mas Hari yang sudah banyak membantu aku dalam mengemban kewajibanku mengabdikan di Masjid Istiqomah Kaliwaru.
- Sahabat terbaikku yang dari awal kuliah selalu bersama dalam segala hal Wisnu Sudrajad, yang selalu bercanda untuk menghibur dalam segala hal. Mayang, Tya, Hanes, Fatimah, Ida teman yang selalu asik untuk bercanda bareng serta teman-teman seperjuangan CUS1R 2012.
- Bapak ibu dosen PTBB, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta. Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat kupersembahkan,,, Terimakasih beribu terimakasih kuucapkan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan tahap demi tahap mulai dari pembuatan proposal, penelitian, hingga penulisan Tugas Akhir Skripsi “Analisis Keputusan Pembelian Soto Kerbau Pada Warung Soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah” ini dengan lancar tanpa ada suatu kendala yang berarti.

Tugas Akhir Skripsi ini disusun tidak hanya sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1), tetapi juga sebagai sarana bagi penulis untuk menuangkan ide dan pemikirannya yang bersangkutan dengan bidang keilmuan yang sudah ditempuh.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Pada kesempatan yang baik ini, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, khususnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Dr. Widarto, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
3. Dewi Eka Murniati, M.M, selaku dosen pembimbing TAS yang telah memberikan bimbingan, semangat dan masukan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi

4. Dr. Mutiara Nugraheni, selaku Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga Busana, dan selaku Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Ibu Sutriyati Purwanti, M.Sc, selaku penguji skripsi, dan Ibu Prihastuti Ekawatiningsih, M.Pd, selaku sekretaris penguji.
5. Orang tua saya Ibu Kaswati dan Mama Fitri yang selalu memberikan semangat, doa dan restunya.
6. Segenap Dosen Progam Studi Pendidikan Teknik Boga yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis. Semoga selalu mendapat Ridho Allah SWT
7. Segenap staf Tata Usaha Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana yang telah memberikan pelayanan yang terbaik bagi penulis
8. Segenap pemilik dan karyawan Warung Soto Bu Djatmi yang telah melayani dengan segenap hati
9. Semua responden yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menjawab pertanyaan dari penulis
10. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan di sini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah berikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 16 Agustus 2016

Setionang Budi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	1
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Kajian Teori	10
B. Penelitian yang Relevan	29
C. Kerangka Pikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian	36
C. Subjek Penelitian	36
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
E. Teknik dan Instrumen Penelitian	38
F. Teknik Validitas Data	42
G. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Sejarah Warung Soto Bu Djatmi	46
B. Keadaan Fisik Warung Soto Bu Djatmi	48
C. Tata Pengaturan Ruang	49
D. Hasil Analisis Keputusan Pembelian	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	69
A. Simpulan	66
B. Implikasi	67
C. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pikir	32
Gambar 2. <i>Banner</i> Warung Soto Bu Djatmi	47
Gambar 3. Maskot Warung Soto Bu Djatmi	47
Gambar 4. Bangunan Fisik Warung Soto Bu Djatmi	49
Gambar 5. Bangunan Fisik Warung Soto Bu Djatmi	49
Gambar 6. Penataan Depan Ruang Warung Soto Bu Djatmi	50
Gambar 7. Penataan Selatan Ruang Warung Soto Bu Djatmi	50
Gambar 8. Penataan Utara Ruang Warung Soto Bu Djatmi	51
Gambar 9. Penataan Belakang Ruang Warung Soto Bu Djatmi	51
Gambar 10. Struktur Organisasi Warung Soto Bu Djatmi	52
Gambar 11. Foto Wawancara Dengan Seorang Pengunjung	55
Gambar 12. Satu Mangkuk Soto Bu Djatmi	58
Gambar 13. Seragam Pelayan Warung Soto Bu Djatmi	62
Gambar 14. Area Parkir Motor Warung Soto Bu Djatmi	64
Gambar 15. Area Parkir Mobil Warung Soto Bu Djatmi	64
Gambar 16. Area Parkir Mobil Warung Soto Bu Djatmi	64
Gambar 17. Wastafel Warung Soto Bu Djatmi	65
Gambar 18. Toilet Warung Soto Bu Djatmi	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi-kisi Pedoman Wawancara Pengunjung	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Dokumentasi
- Lampiran 2. Surat Penelitian
- Lampiran 3. Pedoman Wawancara Pengunjung
- Lampiran 4. Daftar Responden

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Kudus merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Selama ini Kabupaten Kudus dikenal sebagai salah satu kota tujuan wisata religinya. Namun selain sebagai tujuan wisata religi juga telah menjadi salah satu tujuan wisata kuliner yang ada di Jawa Tengah. Kota kretek ini mempunyai obyek wisata yang lumayan banyak. Jika kita ingin wisata religi, Kudus memiliki dua makam sunan walisongo yaitu sunan kudus dan sunan muria. Selain itu juga terdapat macam-macam obyek wisata lain seperti wisata alam, wisata sejarah dan wisata kuliner tentunya.

Banyak wisatawan yang berkunjung ke kota ini untuk berekreasi atau melihat-lihat kekayaan dan kebudayaan seperti keindahan arsitektural Masjid Menara Kudus, Masjid Bubrah, Tugu Identitas Kudus, Museum Kretek, Museum Situs Pati Ayam, Museum Sunan Kudus, Goa Jepang, Air Terjun Monthel, Sumber Air Tiga Rasa, Klenteng Hok Hien Bio. Selain itu, terdapat obyek wisata keluarga seperti: The Peak View Waterboom, Mulia Wisata Waterpark, Taman Krida Wisata, Kolam Renang dan Pemancingan Honocoroko. Kudus juga memiliki desa wisata yaitu Desa wisata Rahtawu dan Desa wisata Colo. Selain itu juga yang sangat populer yaitu wisata religi seperti: Makam Sunan Kudus, Makam Sunan Muria, Makam Sunan Kedu, Makam Syeh Syadli dan Makam Kyai Telingsing.

Kabupaten Kudus memiliki berbagai hasil alam seperti hasil pertanian dan perkebunan sebagai bahan makanan lokal. Oleh karena itu, makanan tradisional Kabupaten Kudus perlu digali ulang dan diperkenalkan kembali kepada masyarakat terutama para wisatawan yang datang berwisata di Kudus agar keberadannya tetap eksis. Masyarakat yang menetap di Kabupaten Kudus sebagian besar masyarakat keturunan Tiong Hoa dan pribumi (Jawa). Keanekaragaman budaya menyebabkan kombinasi jenis makanan tersebut memiliki ciri makanan yang gurih dan manis. Beberapa kuliner khas Kudus yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai wisata kuliner antarlain adalah Soto Kudus, Soto Kerbau, Lentog tanjung, Garang asem, Sate kerbau, Pecel Pakis Colo, Tahu kecap, Pindang Kerbau, Opor panggang sunggingan, Wedang alang-alang, Wedang pejuh, kopi jetak, Dawet Kliwon, Jenang Kudus, Kacang Bawang dan Pisang Byar.

Pemerintah Kabupaten Kudus terus melakukan terobosan-terobosan untuk memperbaharui pesona dan daya tarik wisatanya pada berbagai bidang, termasuk dalam hal wisata kuliner yang semakin dilirik wisatawan. Omliem (<http://www.jajanan.com>), menyatakan bahwa industry kuliner di tanah air memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata bagi para wisatawan karena keragaman makanan dan minuman khas yang ada di setiap daerah. Hampir setiap suku di Indonesia mempunyai makanan khas yang sekaligus dapat dikatakan sebagai penciri identitas kelompok masyarakat bersangkutan. Sebagai contoh: *rendang* merupakan makanan/masakan khas masyarakat Padang/Sumatra Barat, *gudeg* makanan

khas Yogyakarta/Jawa Tengah, *betutu ayam* dan *babi guling* adalah makanan khas Bali (Ardika 2011).

Makanan khas Indonesia kaya akan beraneka bumbu dan rempah-rempah dapat diharapkan menjadi potensi yang sulit untuk ditiru negara-negara lainnya di dunia mengingat kunikan dan keragamannya (Sunar, 2011). Berbagai komponen pariwisata sudah mulai melirik wisata kuliner dan akan menjadikan wisata kuliner sebagai bagian dari pariwisata yang juga memegang peranan besar. Wisata Kuliner merupakan sesuatu yang ada hubungannya dengan makanan atau masakan yang lebih profesional baik itu makanan daerah/tradisional, nasional, maupun internasional. Kedatangan wisatawan di Kabupaten Kudus juga berpengaruh terhadap kuliner di Kudus. Lebih jauh dikatakan bahwa kuliner di Kudus sangat erat hubungannya dengan pencampuran budaya.

Kuliner berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Makanan Kudus sangat enak karena semua bahannya sangat segar baik itu daging, ikan, bumbu-bumbu terutama *bebungkilan* (seperti: laos, kunir, kencur dan jahe). Kabupaten Kudus bukan hanya menarik dari sisi budaya, juga hidangan tradisionalnya yang mempunyai keunikan tersendiri, baik makanan utama maupun kudapan. Ada beragam makanan tradisional di Kota *Kretak* ini.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya tarik pengunjung untuk menikmati makanan khas Kabupaten Kudus, seperti latar belakang,

kebiasaan makan dan minum, cara menghidangkan yang berbeda. Dua faktor pokok wisatawan tertarik pada makanan khas Kabupaten Kudus adalah faktor kualitas makanan yang dipengaruhi oleh variabel-variabel kandungan gizi dan zat pada makanan, komposisi bahan makanan, cara pengolahan makanan, cita rasa dan aroma pada makanan dan kekentalan makanan, dan sub faktor yang kedua yakni faktor penyajian yang dipengaruhi secara nyata oleh faktor porsi dan harga makanan dengan variabel porsi makanan dan kelayakan harga makanan, faktor temperatur, faktor penataan dan kebersihan makanan.

Cita rasa makanan yang ditawarkan, harga makanan dan minuman merupakan salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan pengunjung ketika memutuskan untuk mengkonsumsi makanan berbelanja di restoran tersebut (Putri dkk, 2010:97) Seni kuliner Kabupaten Kudus yang merupakan salah satu daya tarik wisata Kudus diharapkan mampu bersaing dengan makanan-makanan asing yang dibuat di sini. Makanan khas Kudus ini dapat dipromosikan sebagai hidangan yang nantinya dapat dinikmati bukan hanya tamu lokal tetapi juga tamu asing. Oleh karena itu Kabupaten Kudus diharapkan dapat mengembangkan wisata boga, dimana makanan khas Kudus digunakan sebagai objek dan aset pariwisata yang mampu menggugah minat wisatawan untuk mencoba masakan tradisional Kudus. Wisata kuliner merupakan kegiatan makan dan minum yang unik dilakukan oleh setiap pelancong yang berwisata (<http://www.jajanan.com>). Makanan

tradisional khas Kabupaten Kudus dikenal memiliki cita rasa dan kekhasan tersendiri yang tidak dimiliki daerah lain.

Menurut Wolf (http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_art) ada beberapa alasan mengapa wisata kuliner tersebut penting yaitu: (1) hampir 100 persen wisatawan makan di luar ketika melakukan perjalanan; (2) makan merupakan satu dari tiga aktivitas yang menjadi favorit bagi wisatawan, (3) total tagihan wisatawan sepertinya lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum; (4) adanya korelasi yang tinggi antara wisatawan yang tertarik dengan anggur/masakan dan museum, pertunjukan, belanja, music dan festival film; (5) wisatawan kuliner lebih suka berpartisipasi dalam kegiatan rekreasi di luar rumah; (6) ketertarikan pada pariwisata kuliner menjangkau semua kelompok umur; (7) masakan adalah satu-satunya bentuk seni yang dapat menjangkau seluruh panca indera; (8) wisatawan kuliner adalah penjelajah; (9) Atraksi kuliner tersedia sepanjang tahun; (10) masakan lokal adalah faktor yang pertama memotivasi dalam pemilihan suatu destinasi.

Beragam makanan khas Kudus sangat digemari baik oleh wisatawan lokal maupun wisatawan yang berkunjung ke Kudus. Adapun makanan-makanan khas kudus yang sangat digemari untuk makan pagi ataupun makan siang adalah Lentog tanjung, Soto ayam dan Soto kerbau. Soto kerbau merupakan salah satu makanan khas dari Kabupaten Kudus, sangat mudah sekali menemukan warung makan yang menjual soto kerbau di Kabupaten Kudus. Beberapa warung soto kerbau yang paling terkenal di

Kabupaten Kudus antara lain adalah Soto Bu Djatmi, Soto Pak Ramidjan, Soto Kudus Pak H Sulichan, Soto Pak Denuh, Soto Pak Di dan Soto Karso-Karsi. Beberapa warung soto kerbau yang berada di Kabupaten Kudus, warung Soto Bu Djatmi yang lebih terkenal, hal ini terlihat dari selalu ramai pengunjung yang membeli soto kerbau setiap harinya. Warung Soto Bu Djatmi berada di Jl. KH. Wahid Hasyim 43 Kudus. Warung ini juga merupakan salah satu warung yang dijadikan tujuan bagi mereka yang berasal dari luar kota maupun warga dari kota Kudus itu sendiri.

Warung soto Bu Djatmi sudah berdiri cukup lama, meskipun warungnya sederhana dan tidak begitu besar, sekitar 25 m² serta letaknya tidak berada di jalur utama, namun warung ini selalu ramai dipadati pengunjung. Apalagi pada saat jam makan siang, liburan atau weekend warung soto Bu Djatmi selalu ramai pengunjung. Perlu diketahui, di daerah Kudus ada sebuah larangan untuk menyembelih sapi (sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Soto_kerbau), oleh karena itu di Kudus jarang sekali yang menjual soto sapi, namun soto ayam dan soto kerbau bisa dijumpai dengan mudah, sehingga tidak perlu heran, jika di warung Soto Bu Djatmi hanya menyediakan soto ayam dan soto kerbau. Kedua soto ini menjadi kegemaran para pelanggannya, baik yang berasal dari Kudus maupun dari luar kota.

Soto kerbau Bu Djatmi terkenal tidak hanya bagi warga Kabupaten Kudus, bahkan berdasarkan observasi dengan pemilik warung makan tersebut ada beberapa artis ibukota saat berkunjung ke Kabupaten Kudus banyak

yang singgah ke warung Soto Bu Djatmi untuk mencicipi kelezatannya. Begitu populer dan larisnya sehingga warung Soto Bu Djatmi membuka cabang lagi sehingga ada dua warung makan yang ada di Kudus.

Menurut pemilik warung makan soto Bu Djatmi, yakni Bu Djatmi sendiri, setiap hari warungnya bisa menjual hingga 100 mangkuk soto kerbau. Berdasarkan fenomena inilah dipandang perlu untuk mengadakan penelitian untuk mendapat pengetahuan yang jelas mengenai analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah penelitian dalam studi ini adalah:

1. Selama ini Kabupaten Kudus dikenal dengan tujuan wisata religinya.
2. Di Kabupaten banyak berdiri warung soto kerbau tetapi tidak seramai warung soto Bu Djatmi.
3. Warung soto Bu Djatmi selalu ramai pengunjung walaupun tempatnya kecil dan sederhana.
4. Letak warung soto Bu Djatmi yang selalu dipadati pengunjung walau tidak di pusat keramaian.
5. Belum diketahuinya analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah.

C. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan pembahasan dan kejelasan data yang akan dibahas dan dikumpulkan, maka peneliti menggunakan batasan masalah

yaitu Penelitian dibatasi hanya mengenai analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Warung soto Bu Djatmi

Bagi warung soto Bu Djatmi agar dapat mengetahui alasan utama pengunjung membeli soto kerbaunya dan dapat mempertahankan kualitas makanannya.

2. Peneliti

Penelitian ini sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dibangku kuliah, untuk membandingkan teori dengan kenyataan di lapangan, dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.

3. Universitas Negeri Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi pustaka dan bahan evaluasi sehingga dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian sejenis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Keputusan Pembelian

Dalam mengenal konsumen, perusahaan perlu mempelajari perilaku konsumen sebagai perwujudan dari seluruh aktivitas jiwa manusia dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi-persepsi pengaruh orang lain dan motivasi-motivasi internal akan berinteraksi untuk menentukan keputusan terakhir yang dianggap paling sesuai. Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan (Basu swasta, 2003). Ada dua aspek penting dari perilaku konsumen, yaitu:

- a. Proses pengambilan keputusan.
- b. Kegiatan fisik yang kesemuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomis. Mempelajari perilaku konsumen akan memberikan petunjuk bagi pengembangan produk baru, keistimewaan produk, harga, saluran pemasaran, pesan iklan dan elemen bauran pemasaran lainnya. Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusan menimbulkan keputusan pembelian tertentu. Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembeli mulai dari adanya rangsangan

dari luar hingga munculnya keputusan pembelian pembeli, sedangkan tugas manajer adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembelian antara datangnya stimulasi luar dan keputusan pembelian (Kotler, 2001).

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Ada tiga aktivitas yang berlangsung dalam proses keputusan pembelian oleh konsumen, yaitu (Hahn, 2002):

- 1) Rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian.
- 2) Kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan pembelian.
- 3) Komitmen atau loyalitas konsumen untuk tidak akan mengganti keputusan yang sudah biasa dibeli dengan pesaing.

Penelitian yang dilakukan oleh Aviv Shoham dan Vassilis Dalakas dalam *Jurnal of Consumer Marketing*, mengemukakan 7 faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu (Shoham dan Dalakas 2005):

- a) Produk (*Product*)
- b) Harga (*Price*)
- c) Tempat (*Place*)
- d) Promosi (*Promotion*)
- e) Karyawan (*People/Participant*)
- f) Proses (*Process*)

g) Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*)

Swasta dan Handoko (2006:103) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen mengandung dua elemen penting yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempengaruhi barang dan jasa.

Perilaku konsumen tidak hanya mengamati kegiatan-kegiatan yang tampak jelas dan mudah diamati saja yang merupakan suatu bagian dari proses pengambilan keputusan, melainkan hendaknya juga menyangkut pada kegiatan-kegiatan yang sulit dan tidak dapat diamati yang selalu menyertai pembelian. Jadi analisa perilaku konsumen harus menganalisa kegiatan-kegiatan yang jelas terlihat dari proses-proses yang sulit diamati, selain mempelajari apa yang dibeli konsumen juga mempelajari dimana konsumen membeli, bagaimana cara membelinya, serta dalam kondisi yang bagaimana barang dan jasa tersebut dibeli.

Proses pengambilan keputusan konsumen tidak dapat terjadi dengan sendirinya, banyak faktor yang mempengaruhinya. Kotler (2007:153), menyatakan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh budaya konsumen, sosial, pribadi, dan psikologi. Lebih jauh dikatakan bahwa bahwa; budaya, kelas sosial, keluarga, pengaruh pribadi dan

situasi mempengaruhi keputusan konsumen. Dalam pengambilan keputusan merupakan suatu proses kegiatan pembelian yang tampak hanyalah satu tahap dari keseluruhan proses pembelian konsumen. Swasta dan Handoko, (2006:77) menyatakan bahwa ada lima tahap proses pengambilan keputusan yaitu :

- (1) Menganalisis atau pengenalan kebutuhan dan keinginan. Dalam penganalisaan kebutuhan dan keinginan suatu proses ditujukan untuk mengetahui adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi. Jika suatu kebutuhan diketahui, maka konsumen akan memahami adanya kebutuhan yang segera dipenuhi atau masih ditunda pemenuhannya. Tahap ini adalah proses pembelian mulai dilakukan.
- (2) Pencarian informasi dan penilaian sumber-sumber. Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif, internal atau eksternal, pencarian informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan harga dan kualitas produk, sedangkan pencarian informasi pasif hanya dengan membaca iklan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus tentang gambaran produk yang diinginkan. Pencarian informasi internal tentang sumber-sumber pembelian dapat berasal dari komunikasi perorangan dan pengaruh perorangan yang terutama berasal dari komunikasi perorangan dan pengaruh perorangan yang terutama berasal dari pelopor opini, sedangkan informasi eksternal

berasal dari media masa dan sumber informasi dari kegiatan pemasaran perusahaan.

- (3) Penilaian dan seleksi terhadap alternatif pembelian. Meliputi dua tahap yaitu menetapkan tujuan pembelian dan menilai serta mengadakan seleksi terhadap alternatif pembelian berdasarkan tujuan pembelian. Tujuan pembelian bagi masing-masing konsumen tidak selalu sama, tergantung pada jenis produk dan kebutuhannya.
- (4) Keputusan untuk membeli. Tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk. Keputusan untuk membeli atau tidak produk yang ditawarkan. Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kesimpulan dari sejumlah keputusan, misalnya : keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, jumlah produk dan sebagainya. Apabila produk yang dihasilkan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan maka produk tersebut mampu menarik minat untuk membeli. Bila konsumen dapat dipuaskan maka pembelian berikutnya akan membeli merk tersebut lagi dan lagi.
- (5) Perilaku sesudah pembelian. Setelah melakukan pembelian produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen akan melakukan tindakan setelah kegiatan membeli dalam hal penggunaan produk tersebut.

Produk menurut Stanton (1993:222-223), sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata didalamnya sudah tercakup warna, kemasan, prestise pengecer dan pelayanan dari pabrik, serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai suatu yang bisa memuaskan keinginannya. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2001:103). Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diterapkan oleh pembeli (Kotler: 2007;162). Dengan adanya atribut yang melekat pada suatu produk yang digunakan konsumen untuk menilai dan mengukur kesesuaian karakteristik produk dengan kebutuhan dan keinginan.

Suatu produk harus memiliki atribut yang mendukungnya, contohnya adalah harga yang berfungsi sebagai harga beli yang berlaku bagi konsumen. Berikut ini adalah atribut yang harus ada dalam suatu produk, yaitu :

- (a) Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah ini yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang dimiliki dengan menggunakan produk atau jasa (Kotler, 2007:162).
- (b) Merek adalah semua nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semua yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk dari satu penjual untuk membedakannya dengan produk pesaing. Merek bertindak sebagai pembeda antara produk yang satu

dengan yang lainnya. Merek-merek yang mampu memberikan kesan yang berarti bagi konsumen akan mudah mendapat perhatian khusus dari konsumen.

- (c) Kemasan adalah pembungkus luar produk yang berfungsi untuk melindungi produk, memudahkan konsumen dalam memakainya, menaikkan citra produk atau bahkan sekaligus dapat dijadikan alat promosi ketika produk yang dilemparkan ke pasaran. Dengan menciptakan bentuk kemasan yang menarik disertai dengan sloganslogan yang memiliki ciri khas masing-masing produk yang berguna untuk meyakinkan konsumen tentang keunggulan produk tersebut.
- (d) Kualitas merupakan salah satu atribut produk yang paling penting di mata konsumen. Konsumen akan berusaha mencari produk yang paling berkualitas tinggi, karena menyangkut kepuasan konsumen. Oleh karena itu suatu perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang akan diluncurkan.
- (e) Ukuran suatu produk mempunyai hubungan yang erat dengan kebiasaan membeli jumlah kebutuhan konsumen. Ini berarti kebutuhan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya berbeda-beda, sehingga perlu menyediakan produk dengan berbagai macam ukuran. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat menyesuaikan antara kebutuhannya dengan ukuran produk .

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kebutuhan seseorang, Maslow menyatakan bahwa orang membutuhkan makanan, udara, air pakaian dan tempat berlindung untuk bisa bertahan hidup. Maslow telah membentuk sebuah hirarki dari lima tingkat kebutuhan dasar. Dalam tingkat dari lima kebutuhan dasar, orang tidak merasa perlu kedua hingga tuntutan pertama telah puas, maupun ketiga sampai kedua telah puas, dan sebagainya. Adapun kelima kebutuhan dasar yang dicetuskan Maslow adalah sebagai berikut:

- (i) Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan biologis yang terdiri atas kebutuhan oksigen, makanan, air, dan suhu tubuh relatif konstan. Mereka adalah kebutuhan kuat karena jika seseorang tidak diberi semua kebutuhan, fisiologis yang akan datang pertama dalam pencarian seseorang untuk kepuasan.
- (ii) Kebutuhan keamanan. Semua orang membutuhkan rasa aman hal ini terjadi jika kebutuhan fisiologis sudah terpenuhi
- (iii) Kebutuhan untuk dihargai dan dicinta, sayang dan kepemilikan. Ketika kebutuhan untuk keselamatan dan kesejahteraan fisiologis puas, kelas berikutnya kebutuhan untuk cinta, sayang dan kepemilikan dapat muncul. Maslow menyatakan bahwa orang mencari untuk mengatasi perasaan kesepian dan keterasingan. Ini melibatkan kedua dan menerima cinta, kasih sayang dan memberikan rasa memiliki.

(iv) Kebutuhan esteem. Kebutuhan ingin dihargai atau ingin mendapat penghargaan dari orang lain, rasa ingin dihormati dan lain sebagainya. Kebutuhan aktualisasi diri, Maslow menggambarkan aktualisasi diri sebagai orang perlu untuk menjadi dan melakukan apa yang orang itu "lahir untuk dilakukan".

Sehubungan dengan pembahasan yang akan dilakukan yang dimaksudkan pengunjung disini adalah orang yang makan dan menikmati makanan soto kerbau di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus. Pengunjung dapat merupakan orang lokal atau wisatawan yang berkunjung ke Kudus.

IUOTO memberikan definisi tentang pengunjung (visitor) yaitu setiap orang yang berkunjung ke suatu negara selain dari negara di mana ia biasanya bertempat tinggal, untuk tujuan apapun selain untuk maksud memangku jabatan dengan memperoleh upah dari negara yang dikunjunginya. Pada hakekatnya, penghitungan pengunjung tidak dilakukan berdasarkan jumlah orang, melainkan jumlah kunjungan (visit). Dengan demikian seseorang dapat dihitung lebih dari satu kali kunjungan (<http://caretourism.wordpress.com/2010/08/12/pengertiandasar-dasar-kepariwisataan/>).

Pengunjung yang melakukan kunjungan biasanya karena termotivasi dengan adanya obyek dan daya tarik di suatu daerah/tempat. Sehubungan dengan pembahasan pada penelitian ini maka tujuan penulisan ini adalah menjadikan soto kerbau sebuah daya tarik wisata.

Daya tarik wisata sangat memegang peranan penting bagi sebuah daerah tujuan wisata. Berdasarkan Undang-Undang Kepariwisata Republik Indonesia No. Tahun 1990 yang dimaksud dengan obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Undang-undang ini diperbaharui dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 yang menyebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang merupakan keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Inskeep menggunakan kata *tourist attraction* untuk istilah obyek dan daya tarik wisata serta mengklasifikasikan *tourist attraction* menjadi tiga bagian yaitu: (1) atraksi alamiah yaitu yang berbasiskan lingkungan alamiah; (2) atraksi budaya yaitu yang berbasiskan aktivitas manusia; (3) atraksi jenis khusus yaitu hasil ciptaan yang bersifat artifisial.

Kategori utama atraksi alamiah tersebut mencakup iklim, pemandangan yang indah, laut dan pantai, flora dan fauna, pemandangan alam yang spesial, area konservasi dan taman, serta pariwisata kesehatan yang ada kaitannya dengan lingkungan alamiah. Tipe utama atraksi budaya adalah meliputi segala sesuatu yang didasarkan pada hasil aktivitas manusia seperti situs budaya, sejarah, dan arkeologi, bentuk-bentuk budaya yang sangat jarang, seni dan kerajinan tangan, aktivitas ekonomi yang menarik, area perkotaan yang menarik, museum dan fasilitas budaya, festival budaya, serta keramah-tamahan

penduduk setempat. Atraksi jenis khusus tidak berkaitan dengan wujud-wujud yang alamiah atau berkaitan atraksi budaya namun berkaitan dengan bentukbentuk yang diciptakan seperti taman bermain dan hiburan, sirkus, tempat perbelanjaan, MICE, event khusus, kasino, hiburan (entertainment), serta olah raga dan rekreasi.

2. Soto Kerbau

Soto kerbau adalah makanan khas Kota Kudus, Jawa Tengah. Pasti telinga kita merasa asing dan aneh mendengar menu masakan soto kerbau, karena yang biasa diujakan adalah Soto Ayam atau Soto Sapi. Semangkok nasi soto, yang berisi irisan daging kerbau, mie putih, tauge, kol, butiran kacang kedelai, yang ditaburi daun seledri dan bawang goreng, disiram kuah dari kaldu kerbau yang hangat, dengan bumbu dan aroma rempah-rempah yang khas, dijamin sajian ini menggoyang lidah. Bila ingin menikmati secara total cita rasa daging kerbau, kita bisa juga menaruh lauk daging kerbau sebagai tambahan, yang diolah menjadi daging lapis dengan tambahan taburan bawang goreng. Sebagai tambahan disediakan kecap, jeruk limau dan sambal.

Sejarah Soto Kerbau (Pencampuran tradisi Hindu, Jawa, dan Tionghoa). Sebenarnya, apa yang tersaji di dalam soto kerbau adalah gambaran budaya Kudus yang multicultural, yang diwarnai percampuran tradisi Hindu, Jawa dan Tiongha. Perbedaan budaya yang ada, bila berjalan berdampingan, akan menghasilkan paduan yang unik tiada duanya, termasuk dalam hal masakan. Yang pertama adalah warisan

budaya agama Hindu Jawa, dengan simbol berupa daging kerbau. Bagi masyarakat Kudus, yang notabene adalah masyarakat Jawa, hewan sapi dianggap sebagai hewan suci, sebuah larangan besar untuk disembelih dan dimakan. Pada masa penyebaran agama Islam di tanah Jawa, khususnya di daerah Kudus, untuk menghargai dan menjunjung tinggi sikap menghormati antar pemeluk agama Hindu dan umat Islam, Sunan Kudus pun “melarang” sapi untuk dijadikan santapan, meski dari sisi syariah Islam dihalalkan. Dan sebagai alternatifnya digantikan dengan hewan kerbau. Sebuah sikap toleransi yang indah. Meski budaya Hindu telah hilang pengaruhnya kurang lebih 700 tahun yang lalu, tetapi kebiasaan yang terlanjur terpatrit dalam kehidupan masyarakat Kudus untuk tidak menyantap daging sapi diwariskan sampai sekarang.

Kuah adalah representasi budaya Jawa yang tampak mendominasi dalam semangkok soto kerbau. Berwarna bening, sedikit berminyak dan tarikan rasa asam Jawa. Bumbu-bumbu yang digunakan pun bercitarasa Jawa, seperti penggunaan kemiri dan perasan jeruk limau. Cara penghidangannya pun bisa dipilih, nasi langsung dicampur dengan kuah sotonya atau terpisah. Penyajian yang asli adalah nasi langsung dicampur dengan soto kerbau, sesuai dengan selera Jawa yang selalu menjadikan nasi sebagai makanan pokok.

Unsur Tionghoa secara eksplisit terlihat dari penggunaan serbuk koya dan bawang putih goreng. Serbuk koya adalah budaya kuliner Tionghoa peranakan. Serbuk ini terbuat dari santan kelapa yang

dikeringkan, berfungsi sebagai penyedap rasa dan penambah tekstur. Masakan Jawa biasanya menggunakan bawang merah goreng, bukan bawang putih, untuk digoreng sebagai kodimen. Namun di soto kerbau, bawang putih gorenglah yang dijadikan campuran. Alhasil, dari pertemuan tiga budaya yang saling melengkapi dalam semangkuk soto kerbau inilah, tercipta cita rasa yang khas dan membumi.

Soto kerbau adalah bukti bahwa perbedaan, bila berjalan selaras, akan menghasilkan 'kreasi baru' yang indah. Agar bisa selaras, tiap budaya harus diberi kesempatan hidup, berkembang dan berasimilasi dengan budaya lainnya, karena tiap-tiap budaya bisa menyumbangkan nilai-nilai positif untuk masyarakat.

Daya tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan. Produk makanan merupakan hasil proses pengolahan bahan mentah menjadi makanan siap dihidangkan melalui kegiatan memasak. Lebih lanjut Davis dan Stone (1994 : 44) mengemukakan bahwa karakteristik fisik dari produk makanan dan minuman antara lain kualitas, penyajian, susunan menu, porsi makanan, siklus hidup produk, dekorasi ruang maupun pengaturan meja. Sebagian makanan dan minuman disajikan dan disediakan di restoran yaitu suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman (Marsum WA. 1991:7).

Selain restoran, tempat penjualan makanan dan minuman yang banyak berdiri adalah warung makan yaitu tempat penjualan makanan pokok dalam skala lebih kecil dan lebih sederhana daripada restoran, dan toko atau pusat jajanan yaitu tempat yang secara khusus hanya menjual makanan kudapan yang sebagian besar berupa makanan kering (Hasan Saputro 2004: 12-13).

Kuliner merupakan kata yang diadopsi dari istilah dalam bahasa Inggris Culinary. Dalam "http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_profession" didapatkan pengertian tentang kuliner sebagai berikut:

"The word culinary derives from the latin word culina, meaning kitchen. It is commonly used as reference to things related to cooking or the culinary profession. The culinary profession is cooking or preparing food as a profession, i.e. chefs, restaurant management, dieticians, nutritionists, etc".

Sementara menurut kamus Inggris Indonesia John M. Echols (1993 : 159). Culinary diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Dari pengertian di atas dapat diartikan bahwa secara harafiah kuliner adalah dapur yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau profesi kuliner. Profesi kuliner sendiri dapat diartikan profesi untuk memasak atau mempersiapkan makanan, seperti chefs, management restaurant, ahli penata diet, ahli gizi dan sebagainya. Jadi yang dimaksud dengan wisata kuliner adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman.

Dalam kamus Bahasa Inggris-Indonesia kuliner berasal dari kata *culinary* yang berarti berhubungan dengan dapur atau masakan (Echols dan Shadily, 1096). Sedangkan menurut World Tourism Organization (WTO) pariwisata adalah aktivitas perjalanan seseorang ke dan tinggal ditempat-tempat di luar lingkungan dimana biasa dia tinggal untuk tidak lebih dari satu tahun secara berurutan untuk tujuan bersenang-senang, bisnis dan tujuan lain. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa pariwisata kuliner merupakan suatu aktivitas perjalanan yang dilakukan seseorang dalam kaitannya dengan masakan.

Menurut Wolf pariwisata kuliner bukan hal yang baru, dan berhubungan dengan agrowisata yang memfokuskan pada pencarian, dan menikmati, makanan dan minuman yang disajikan. Wisata kuliner dapat memajukan pengalaman gastronomi yang khusus dan mengesankan, tidak hanya makanan yang dimiliki oleh hotel berbintang empat atau hotel yang lebih baik. Jika dilihat ke belakang, pariwisata kuliner adalah wadah penting yang baru yang membantu pengembangan pembangunan ekonomi dan masyarakat dan pengetahuan antar budaya. Pariwisata kuliner dapat ditemukan di daerah perkotaan dan di daerah pedesaan yang dapat dikunjungi sepanjang tahun (http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_art).

Pariwisata kuliner menjangkau semua kelompok umur. Masakan adalah satu-satunya bentuk seni yang dapat menjangkau seluruh panca indera. Wisatawan kuliner adalah penjelajah, atraksi kuliner tersedia

sepanjang tahun, masakan lokal adalah faktor yang pertama memotivasi dalam pemilihan suatu destinasi (Ruki, 2010).

Jenis pariwisata kuliner menurut Wolf (http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_art) dapat berupa (1) kelas memasak maupun work shop dengan makanan yang dihasilkan, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan; (2) ruang mencicipi anggur yang menarik, misalnya dalam sebuah gua kuno; (3) sebuah restoran di pedesaan yang membuat makanan terbaik sehingga orang-orang rela mengemudi lebih dari tiga jam untuk mencapainya; (4) beer yang unik, orang-orang melakukan suatu perjalanan ke daerah pembuatan beer paling tidak satu kali seumur hidup; (5) sebuah produk makanan dan minuman yang unik dan mengesankan dari perkebunan, pertanian maupun peternakan seperti resep rahasia turun menurun yang memiliki kekhasan dan rasa terbaik, (6) restoran maupun tempat makan lainnya yang dihubungkan dengan perkebunan, perikanan, peternakan maupun pertanian yang mempunyai ambience yang unik dan mengesankan.

Makanan merupakan kebutuhan pokok bagi manusia untuk melangsungkan kehidupannya. Awalnya makanan difungsikan untuk memuaskan rasa lapar dari manusia sehingga apapun bahan makanan yang dapat dimakan dipakai untuk memuaskan kebutuhan ini. Sejalan dengan perkembangannya apa yang dimakan ditentukan oleh kebudayaan yang dipengaruhi oleh nilai, warna, ideologi, kepercayaan, agama, ide kesehatan dan lain sebagainya.

Wisatawan yang datang ke daerah tujuan wisata tentu saja akan memerlukan makanan. Umumnya mereka mencari sendiri makanan yang berasal dari daerah asalnya yang mudah dijumpai di Kabupaten Kudus tetapi sebagian wisatawan juga menyenangi dan mencoba makanan dimana mereka berkunjung. Keinginan ini sebenarnya karena pengaruh promosi dan peran media massa yang ada di daerah tersebut.

Dengan kemajuan industri pariwisata dampak positif terhadap makanan khas Kabupaten Kudus karena disini makanan tidak hanya mengandung nilai ritual dan nilai sosial tetapi juga mengandung nilai ekonomis sehingga makanan berfungsi sebagai salah satu aspek pelayanan wisata atau sebagai mata pencaharian.

Makanan khas Kabupaten Kudus yaitu soto kerbau biasanya disajikan dengan menggunakan mangkuk kecil yang terbuat dari bahan keramik. Sampai saat ini penyajian soto kerbau disajikan didalam mangkuk keramik kecil sebagai makanan utama. Penyajiannya yaitu dengan dilayani dan diambikan oleh pramusaji.

3. Warung Soto Bu Djatmi

Indonesia memang memiliki beberapa jenis soto yang khas, setiap daerah memiliki cita rasa serta tampilan yang khas dalam penyajian soto. Salah satu yang cukup tersohor yaitu soto Kudus, bahkan keberadaannya tidak hanya di wilayah Kudus saja. Di beberapa kota besar lain juga bisa dijumpai dengan cukup mudah, namun akan lebih nikmat lagi bila menyantap di kota asalnya. Warung Soto Bu Djatmi yang berada di Jl.

KH. Wahid Hasyim 43 Kudus, bisa dijadikan tempat untuk menikmati soto khas Kudus. Warung ini juga merupakan salah satu warung yang dijadikan tujuan bagi mereka yang berasal dari luar kota maupun warga dari kota Kudus itu sendiri.

Warung soto Bu Djatmi sudah berdiri sejak tahun 1981, warung ini merupakan generasi pertama yang dirintis oleh Bu Djatmi sendiri. Selain warung soto Bu Djatmi yang berada di Jl. KH. Wahid Hasyim 43 Kudus, juga masih ada cabang lagi yakni didaerah Rendeng Kabupaten Kudus. Warung soto Bu Djatmi sederhana dan tidak begitu besar, sekitar 25 m² serta letaknya tidak berada di jalur utama, namun warung ini selalu ramai dipadati pengunjung. Apalagi pada saat jam makan siang, liburan atau weekend warung soto Bu Djatmi selalu ramai pengunjung. Perlu diketahui, didaerah Kudus ada sebuah larangan untuk menyembelih sapi (sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Soto_kerbau), oleh karena itu di Kudus jarang sekali yang menjual soto sapi, namun soto ayam dan soto kerbau bisa dijumpai dengan mudah. Sehingga tidak perlu heran, jika di warung Soto Bu Djatmi hanya menyediakan soto ayam dan soto kerbau. Kedua soto ini menjadi kegemaran para pelanggannya, baik yang berasal dari kudus maupun dari luar kota.

Soto kerbau Bu Djatmi sangat terkenal tidak hanya bagi warga Kabupaten Kudus, bahkan bedasarkan observasi dengan pemilik warung makan tersebut ada beberapa artis ibukota saat berkunjung ke Kabupaten Kudus banyak yang singgah ke warung Soto Bu Djatmi untuk

mencicipi kelezatannya. Begitu populer dan larisnya sehingga warung Soto Bu Djatmi membuka cabang lagi di daerah Rendeng, sehingga ada dua buah warung soto Bu Djatmi yang ada di Kudus.

Satu porsi soto disajikan dengan menggunakan mangkuk, sudah berisi nasi putih beserta potongan daging kerbau dan kuahnya yang masih mengepulkan asap. Kesegaran soto semakin mantap dengan taburan bawang putih goreng yang cukup melimpah, sehingga rasanya lebih kuat dan gurih. Karena letaknya ada di daerah Jawa Tengah, tak heran kalau rasa sotonya juga menyentuh rasa manis yang sesuai dengan lidah kebanyakan masyarakat Jawa Tengah. Kalau kurang suka dengan cita rasa manis, bisa ditambahkan perasan air jeruk nipis dan juga sambal.

Sebagai pelengkapannya, ada sate telur puyuh, sate hati ampela, tahu tempe goreng, perkedel, otak goreng tepung dan aneka keripik maupun kerupuk juga tersedia. Sedangkan untuk minumannya, es kopyor bisa dijadikan pilihan, karena es kopyornya juga terkenal enak dan menyegarkan. Satu porsi soto kerbau yaitu Rp 13.000,00 berisi nasi, sayuran dan irisan daging kerbau dan disisram dengan kuah yang masih hangat. Setiap harinya warung soto Bu Djatmi mulai melayani para pelanggannya sejak pagi sekitar jam 07.00 WIB sampai jam 21.00 WIB. Menurut pemilik warung makan soto Bu Djatmi, setiap hari warungnya bisa menjual hingga 100 mangkuk soto kerbau.

Kebersihan suatu tempat bisa dilihat dari bersih atau tidaknya toilet yang terdapat tempat tersebut. Fasilitas yang dimiliki oleh warung soto Bu Djatmi meliputi fasilitas-fasilitas pendukung seperti area parkir, toilet dan tempat cuci tangan/wastafel.

B. Penelitian Yang Relevan

Penelitian kepariwisataan umumnya terbatas pada jumlah kunjungan wisatawan, motivasi wisatawan berwisata ataukah kenaikan atau penurunan kunjungan wisatawan yang ditinjau dari faktor penyebabnya. Namun dalam penelitian ini lebih menekankan pada keputusan konsumen dalam memilih makanan khas Kabupaten Kudus terutama soto kerbau. Agar penelitian lebih terarah maka berikut ini diuraikan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Ristiawan Nurhasan (2009), melakukan penelitian terhadap pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Bandeng Duri lunak Juwana, Semarang dengan menggunakan produk, harga dan promosi sebagai variabel atribut yang diteliti. Hasil penelitian didapat bahwa variabel produk dan harga berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian lainnya adalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian air minum mineral di Kota Surabaya yang dilakukan oleh Tedjakusuma, Hartini, dan Muryani (2001). Penelitian ini meneliti tentang perilaku konsumen dalam memilih

air minum mineral. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga berpengaruh sangat signifikan terhadap keputusan konsumen membeli air mineral.

Dellya (2009) melakukan penelitian tentang pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap proses keputusan konsumen dalam memilih jasa penginapan menggunakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik. Sedangkan variabel terikatnya adalah proses keputusan pembelian konsumen di Hotel Montana I Malang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bauran pemasaran jasa (produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) terhadap proses keputusan pembelian konsumen secara parsial. Selain itu, hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan bauran pemasaran jasa (produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) secara simultan terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada Hotel Montana I Malang.

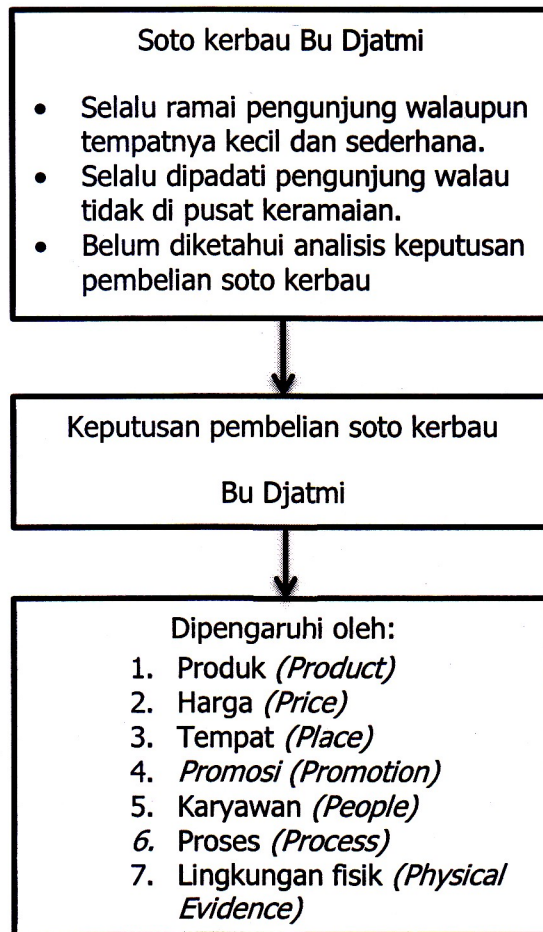
C. Kerangka Pikir

Rancangan penelitian perlu disusun sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian agar lebih terarah dalam mencapai tujuan penelitian. Kerangka pemikiran ini diawali dengan pokok permasalahan

yang dipilih yaitu keputusan pembelian soto Kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus. Penelitian ini dilandasi beberapa teori yaitu: teori keputusan pembelian, soto kerbau dan warung soto Bu Djatmi. Penelitian ini dibatasi atau hanya difokuskan pada 7 faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus, yaitu :

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Tempat (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)
5. Karyawan (*People/Participant*)
6. Proses (*Process*)
7. Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*)

Berdasarkan kerangka teoritis dan penelitian yang relevan yang sudah dibahas sebelumnya, maka selanjutnya akan dianalisis suatu model hubungan antara yang akan dilibatkan dalam penelitian seperti pada gambar 1. berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Peneleitian

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga penelitian ini lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil suatu aktivitas. Untuk melakukan penelitian seseorang dapat menggunakan metode penelitian tersebut. Sesuai dengan masalah, tujuan, kegunaan dan kemampuan yang dimilikinya.

Menurut Bagman dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sedangkan Kirk dan Miller mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya (Sudarto, 1995:62).

Secara umum penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami (*understanding*) dunia makna yang disimbolkan dalam perilaku masyarakat menurut perspektif masyarakat itu sendiri (Imam Suprayogo&Tabrani, 2001:1). Jadi dalam penelitian kualitatif ini bukan hanya menyajikan data apa adanya melainkan juga berusaha menginterpretasikan korelasi sebagai faktor yang ada yang berlaku meliputi sudut pandang atau proses yang sedang berlangsung. Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk

mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan yang ada (Mardalis, 1999:26).

Penelitian deskriptif tidak mencari atau menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian ini menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*) yang mengharuskan peneliti terjun langsung ke lapangan tanpa harus memanipulasi data. Pada penelitian ini peneliti hanya bertindak sebagai pengamat dan hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala dan mencatatnya dalam buku observasinya. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku-perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif menekankan pada analisis induktif, bukan analisis deduktif. Data yang dikumpulkan bukan dimaksudkan untuk mendukung atau menolak hipotesis yang telah disusun sebelum penelitian dimulai, tetapi abstraksi disusun sebagai kekhususan yang telah terkumpul dan dikelompokkan bersama lewat proses pengumpulan data yang telah dilaksanakan secara teliti (Sutopo, 2006:41).

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif. Penelitian sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dilakukan dengan menggambarkan keadaan atau objek penelitian (seseorang, lembaga,

mayarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Nawawi, 1998:31).

Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut (Moleong, 2009:11). Peneliti menekankan catatan dengan deskripsi kalimat yang rinci, lengkap, dan mendalam, yang menggambarkan situasi sebenarnya guna mendukung penyajian data.

Rancangan penelitian pada dasarnya merencanakan suatu kegiatan sebelum kegiatan dilaksanakan yang mencakup komponen-komponen penelitian yang diperlukan. Metode dalam penelitian merupakan cara pencaharian kebenaran ilmiah yang sistematis, akurat dan berdasarkan fakta atau data empiris. Jenis penelitian ini adalah studi kasus yaitu penelitian yang mendalam tentang studi deskriptif kuliner di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus. Dalam pelaksanaan penelitian ini dapat ditinjau dari tujuannya yaitu menggali dan memahami secara luas permasalahan-permasalahan yang akan dipecahkan. Kesimpulan yang diperoleh pada penelitian studi kasus berlaku secara terbatas hanya pada daerah yang diteliti yaitu di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus. Waktu penelitian berlangsung dari 02 Februari 2016 - 07 Agustus 2016. Pemilihan tempat karena pertimbangan bahwa di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus berada di Jl. KH. Wachid Hasyim No. 43 Kudus merupakan warung yang pertama berdiri dan yang pengunjungnya selalu ramai.

C. Subjek penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pengunjung yang membeli soto kerbau Bu Djatmi. Teknik pengambilan informasi yang digunakan adalah *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2006). Kriteria yang menjadi subjek penelitian adalah semua pengunjung laki-laki dan perempuan yang tergolong dalam usia 17-50 th yang membeli soto kerbau Bu Djatmi dengan alasan bahwa usia tersebut mempunyai pemikiran yang matang dalam mengkaji kembali tentang dirinya dan lingkungan.

Jumlah subjek penelitian yang diambil tergantung dari jumlah yang diinginkan dengan tujuan menggali informasi dan memiliki kekhususan yang ada yang akan menjadi dasar dan rancangan dan teori yang muncul (Moleong, 2000).

Populasi penelitian yaitu jumlah pengunjung setiap hari kira-kira 100 orang. Menurut Parse (1996) penelitian kualitatif memerlukan 6-10 *informan*. Jumlah subjek penelitian diambil sebanyak 10 orang sesuai dengan kecukupan informasi yang diperoleh. Adapun pertimbangan penelitian sampel bukan berdasarkan pada aspek keterwakilan populasi didalam sampel. Pertimbangannya lebih pada kemampuan sampel (*informan*) untuk memasok informasi selengkap mungkin kepada peneliti. Nasution (1992) mengungkapkan bahwa metode kualitatif sampelnya sedikit dan dipilih menurut tujuan (*purpose*) penelitian.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Proses pengambilan keputusan konsumen tidak dapat terjadi dengan sendirinya, banyak faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini dibatasi atau hanya difokuskan pada 7 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus, yaitu :

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Tempat (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)
5. Karyawan (*People/Participant*)

6. Proses (*Process*)

7. Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*)

E. Teknik dan Instrumen Penelitian

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu jenis data yang tidak dapat dinyatakan dalam bentuk angka seperti penjelasan dari *stakeholder*, pengunjung, pramusaji terhadap keputusan pembelian soto kerbau di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus.

2. Sumber Data

Jenis sumber data menurut Sutopo (2006:53) secara menyeluruh meliputi manusia (*responden*), peristiwa atau aktivitas, tempat atau lokasi, benda termasuk beragam gambar dan rekaman, serta dokumen maupun arsip. Data atau informasi yang paling penting untuk dikumpulkan dan dikaji dalam penelitian ini sebagian besar berupa data kualitatif. Informasi tersebut akan digali dari beragam sumber data, dan jenis sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini meliputi:

a. Data Primer

Sumber primer yaitu data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber asli dan dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primernya adalah informasi yang dikumpulkan dari jawaban *informan*, datanya

langsung diperoleh dari wisatawan yang dijumpai saat makan di Warung Makan Soto Kerbau Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dengan terlebih dahulu telah dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang lain atau data yang diperoleh dari berbagai sumber yang terkait dengan penelitian baik data internal yang tersedia dalam warung makan soto kerbau Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus dan juga data eksternal yang diperoleh dari artikel, jurnal, kliping, internet serta literatur-literatur lainnya. Adapun kisi-kisi pedoman wawancara pengunjung dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Kisi-kisi Pedoman Wawancara Pengunjung

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Item Pertanyaan	
Keputusan Pembelian Soto Kerbau Pada Warung Makan Soto Bu Djatmi	1. Produk	▪ Porsi makanan standar	1	
		▪ Alat saji yang digunakan baik dan bersih	2	
		▪ Logo produk	1	
		▪ Daging kerbau lunak/tidak alot	1	
		▪ Aroma daging kerbau	1	
		▪ Persediaan selalu ada	1	
		2. Harga	▪ Terdapat penetapan harga	1
			▪ Harga terjangkau	1
	▪ Adanya potongan harga		1	
	3. Tempat	▪ Dekat pusat keramaian	1	
		▪ Lokasi mudah diakses	1	
	4. Promosi	▪ Media promosi penjualan	2	
	5. Partisipant (Karyawan)	▪ Karyawan yang sedia dan siap membantu konsumen	1	
		▪ Ramah dan kesedian membantu konsumen	1	
		▪ Seragam yang digunakan karyawan	1	
		▪ Simpatik dalam pelayanan	1	
	6. Proses	▪ Ketepatan pembayaran	1	
		▪ Jam buka warung soto Bu Djatmi	1	
		▪ Lamanya waktu pelayanan	1	
		▪ Secara keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh karyawan	1	
	7. Fasilitas Fisik	▪ Meja yang digunakan	2	
		▪ Kursi yang digunakan	2	
		▪ Wastafel yang bersih	2	
		▪ Area parkir yang mudah dan nyaman	2	
8. Keputusan pembelian	▪ Keputusan yang tepat dalam membeli diwarung soto Bu Djatmi	1		
	▪ Faktor keputusan pembelian	1		
	▪ Tindakan untuk membeli produk kembali	1		
Jumlah			33	

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Dalam penelitian yang bersifat kualitatif metode wawancara sangat tepat dilakukan. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan responden yang berhubungan dengan penelitian yang dilaksanakan.

Tujuan utama melakukan wawancara adalah untuk bisa menyajikan konstruksi saat sekarang dalam suatu konteks mengenai para pribadi, peristiwa, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi, tingkat dan bentuk keterlibatan, dan sebagainya, untuk merekonstruksi beragam hal seperti itu sebagai bagian dari pengalaman masa lampau, dan memproyeksikan hal-hal itu yang dikaitkan dengan harapan yang bias terjadi di masa yang akan datang (Sutopo, 2006:68).

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara percakapan informal. Wawancara percakapan informal (*the informal conversational interview*) menunjuk pada kecenderungan sifat sangat terbuka dan sangat longgar (tidak terstruktur) sehingga wawancara memang benar-benar mirip dengan percakapan. Pertanyaan yang dikemukakan oleh peneliti berbeda-beda antara subjek yang satu dan subjek lain, subjek yang sama kadangkala harus didatangi kembali oleh peneliti untuk pertanyaan yang berbeda atau mirip sehingga jawaban terdahulu mungkin dapat ditambahkan atau direvisi oleh subjek (Pawito, 2007:132-133).

b. Dokumentasi

Metode pengumpulan data ini merupakan teknik pengumpulan data dengan mempelajari dokumen, arsip-arsip, laporan, peraturan dan literature lainnya yang relevan dengan permasalahan penelitian. Pengumpulan data melalui studi dokumentasi dimaksudkan melengkapi data yang tidak diperoleh dari kegiatan wawancara.

c. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek penelitian guna memperoleh gambaran yang jelas, serta mencatat fenomena yang terjadi di lokasi penelitian. Cara seperti ini adalah untuk lebih meyakinkan peneliti tentang situasi dan kondisi obyek yang sedang diteliti, untuk itu maka akan dilakukan pengamatan secara langsung ke warung makan soto kerbau Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus.

F. Teknik Validitas Data

Data yang telah dikumpulkan akan divalidasi dengan triangulasi atau disebut dengan triangulasi sumber yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong, 2009: 330). Triangulasi atau disebut dengan triangulasi sumber yaitu cara membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi atau data yang telah diperoleh melalui wawancara dengan data sekunder berupa dokumen-dokumen terkait. Hal ini dilakukan untuk mengetahui

apakah data yang diperoleh konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan, sehingga dengan demikian dapat mengetahui gambaran yang lebih memadai atau mempunyai beragam perspektif mengenai gejala yang diteliti (Pawito, 2007:99). Hal ini juga dilakukan untuk menguji kebenaran, kekokohan, kecocokan dan validitas dari makna-makna yang muncul di lokasi penelitian (Miles dan Huberman,1992:16-19). Validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil analisis instrumen.

G. Teknik Analisis Data

Tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah analisis data. Penelitian ini menggunakan analisis yang bersifat kualitatif, meliputi catatan wawancara, catatan observasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, data resmi yang berupa dokumen atau arsip, memorandum dalam proses pengumpulan data dan juga semua pandangan yang diperoleh dari manapun serta dicatat.

Analisis data kualitatif merupakan usaha yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain (Moleong, 2009:248).

Sutopo (2006:105) menjelaskan bahwa karakteristik metodologi penelitian kualitatif disebutkan bahwa analisisnya bersifat induktif. Dalam hal ini, analisis tidak dimaksudkan untuk membuktikan suatu prediksi atau hipotesis penelitian, tetapi semua simpulan yang dibuat sampai dengan teori yang mungkin dikembangkan, dibentuk dari semua data yang telah berhasil ditemukan dan dikumpulkan di lapangan. Sifat analisis induktif sangat menekankan pentingnya apa yang sebenarnya terjadi dan ditemukan di lapangan yang pada dasarnya bersifat khusus berdasarkan karakteristik konteksnya dalam kondisi alamiahnya.

Lebih jauh dikatakan bahwa ada tiga komponen utama dalam proses analisis kualitatif (Sutopo, 2006:113) yang meliputi:

1. Reduksi data

Reduksi data yaitu proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi dari semua jenis informasi yang tertulis lengkap dalam catatan lapangan (*fieldnote*). Reduksi data adalah bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga narasi sajian data dan simpulan-simpulan dari unit-unit permasalahan yang telah dikaji dalam penelitian dapat dilakukan.

2. Sajian data

Sajian data merupakan rangkaian informasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya

memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data dapat berupa narasi kalimat, yang dapat berupa jenis matriks, gambar/skema, jaringan kerja kaitan kegiatan, dan juga tabel sebagai pendukung narasinya.

3. Penarikan simpulan dan verifikasi

Penelitian ini menggunakan model analisis interaktif (*interactive model of analysis*) yang dimulai dari pengumpulan data, kemudian data yang terkumpul direduksi sesuai kebutuhan dan selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan atau verifikasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Warung Soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus Jawa Tengah

Warung soto Bu Djatmi sudah berdiri sejak tahun 1981, warung ini merupakan generasi pertama yang dirintis oleh Bu Djatmi sendiri. Penjelasan dari pemilik warung soto Bu Djatmi sendiri menjelaskan bahwa tidak mudah awalnya merintis warung sotonya dari belum apa-apa sampai berkembang dan terkenal seperti sekarang, setidaknya membutuhkan waktu hingga 20 tahun untuk menjadikan warung soto Bu Djatmi dikenal oleh masyarakat, baik masyarakat sekitar kudus maupun dari luar kudus. Adapun Kutipan hasil wawancara tanggal 30 Mei 2016 sebagai berikut:

"Dulunya saya ikut orang juga jualan soto kurang lebih 15 tahun, namun setelah itu saya memutuskan untuk berjualan sendiri. Pertama kali dulu berjualan dikaki lima, namun setelah beberapa tahun usaha saya berkembang akhirnya memutuskan untuk membeli tempat usaha disini (di Jl. KH. Wahid Hasyim 43 Kudus)".

Warung soto Bu Djatmi mempunyai mascot pewayangan yaitu "Pethruk". Mascot Petrhuk diambil sebagai ciri khas anak-anak yang menunjukkan bahwa itu adalah sotonya Bu Djatmi seperti yang terlihat pada gambar 2 dan 3.



Gambar 2.
Banner warung Soto Bu Djatmi



Gambar 3.
Maskot warung Soto Bu Djatmi

Gambar 2 merupakan *banner* warung soto Bu Djatmi yang berlokasi di Jl. KH. Wahid Hasyim 43 Kudus. *Banner* warung soto Bu Djatmi memang terlihat biasa saja dan tampak sederhana dilihat dari luar. Walaupun begitu pengunjung bisa dengan mudah dan mengetahui bahwa warung tersebut merupakan warung soto Bu Djatmi. *Banner* tersebut dipampang di tepat didepan warung soto Bu Djatmi yang mengarah langsung kejalan raya. Gambar 3 adalah gambar maskot warung soto Bu Djatmi. Gambar maskot tersebut dapat merupakan salah satu punakawan dalam pewayangan yaitu "Pethruk". Tokoh punakawan ini dipilih sebagai mascot sebagai ciri khas bahwa dulunya anak-anak kecil suka membeli soto Bu Djatmi karena ada

gambar pethruknya. Adapun Kutipan hasil wawancara tanggal 30 Mei 2016 sebagai berikut:

“Gambar pethruk kami gunakan sebagai mascot karena dulu anak-anak tertarik dengan tokoh punakawan tersebut dan dengan adanya mascot pethruk mereka jadi mudah untuk mengingat bahwa itu adalah soto Bu Djatmi”.

B. Keadaan Fisik Warung Soto Bu Djatmi

Bangunan warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten tidak terlalu mewah dan dapat dibilang sederhana. Gambar 4 dan 5 berikut ini menunjukkan kesederhanaan bangunan warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus. Kesederhanaan ini memberikan kesan bahwa rumah makan ini tidak mahal. Orang yang menginginkan makan dengan harga yang terjangkau dapat makan disini. Pada gambar 3 dapat dilihat bahwa bangunan warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus sangat sederhana seperti yang diceritakan oleh Bu Djatmi pada saat wawancara pada tanggal 30 Mei 2016 sebagai berikut:

“Ibu (maksudnya owner/pemilik) membangun rumah makan ini dengan sangat sederhana untuk memberikan kesan bahwa warung soto Bu Djatmi ini tidak mahal. Jadi dengan demikian semua golongan bisa makan disini”.



Gambar 4.
Bangunan Fisik Warung Soto Bu Djatmi



Gambar 5.
Bangunan Fisik Warung Soto Bu Djatmi

Kesan yang ditampilkan dari kesederhanaan rumah makan ini adalah menciptakan *image* bahwa rumah makan ini dapat dikunjungi oleh semua golongan.

C. Tata Pengaturan Ruang

Luas bangunan yang tidak begitu luas membuat sulit dalam mengatur ruangan. Ruang ditata atau diatur dengan sangat sederhana seperti yang ditunjukkan pada gambar 6 dan 7 berikut ini.



Gambar 6.
Penataan Bagian Depan Ruang Warung
Soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus

Pada Gambar 6 dapat dilihat bahwa meja yang digunakan adalah meja panjang yang penataannya sangat sederhana yang berada tepat didepan tempat menyajikan soto kemudian dilengkapi dengan bangku panjang sebagai tempat duduk, di atas meja ada tempat tissue, kecap , sambal dan makanan ringan seperti kerupuk.



Gambar 7.
Penataan Bagian Selatan Ruang Warung
Soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus

Pada Gambar 7 dapat dilihat bahwa meja yang digunakan adalah meja panjang yang penataannya sangat sederhana hanya berderet kemudian dilengkapi dengan bangku panjang sebagai tempat duduk, di atas

meja ada tempat tissue, kecap , sambal, gorengan, air mineral dan makanan ringan seperti kerupuk.



Gambar 8.
Penataan Bagian Utara Ruangan Warung Soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus

Pada Gambar 8 dapat dilihat bahwa meja yang digunakan adalah meja panjang yang penataannya lebih rapi kemudian dilengkapi dengan kursi lipat yang lebih nyaman sebagai tempat duduk, di atas meja ada tempat tissue, kecap , sambal dan makanan ringan seperti kerupuk.



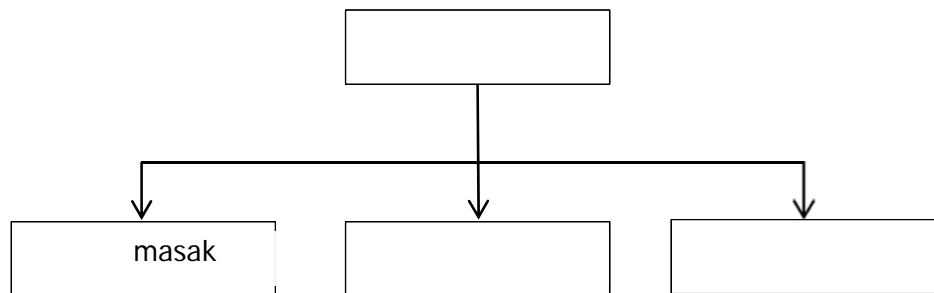
Gambar 9.
Penataan Bagian Belakang Ruangan Warung Soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus

Pada Gambar 9 dapat dilihat bahwa meja yang digunakan adalah meja panjang yang penataannya sangat sederhana hanya berderet

kemudian dilengkapi dengan bangku kayuberwarna coklat sebagai tempat duduk, di atas meja ada tempat tissue, kecap, sambal dan makanan ringan seperti kerupuk.

Struktur organisasi sangat menentukan keberlangsungan perusahaan. Dengan adanya pengorganisasian yang akurat akan lebih mudah diketahui pekerjaan yang harus dilakukan, siapa pelaksananya dan apa wewenangnya maka untuk lebih memudahkan mengetahui tugas dan tanggung jawab karyawan maka setiap perusahaan memiliki struktur organisasi.

Dalam hal organisasi perusahaan, pelaksanaan tugas pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus memiliki struktur organisasi berbentuk garis. Dimana struktur ini memiliki hubungan wewenang dari atasan kebawahan dan bertanggung jawab dari bawahan keatasan. Adapun skema struktur organisasi warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus seperti Gambar 10 berikut:



Gambar 10. Struktur Organisasi Warung Soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus

Sumber : Warung Soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus

Gambar 10 merupakan struktur organisasi Warung Soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus. Struktur organisasinya sangat sederhana, karena ini

merupakan rumah makan yang dikelola secara kekeluargaan dan secara tradisional. Bu Djatmi menuturkan bahwa:

“Struktur organisasi Warung Soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus tidak rumit karena ini merupakan rumah makan milik keluarga dan perintah langsung dilakukan oleh pemilik”

D. Hasil Analisis Keputusan Pembelian Soto Kerbau Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus

Pengunjung memutuskan dan melakukan pembelian soto kerbau Bu Djatmi dan berminat membeli setelah merasakan adanya kebutuhan atau keinginan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan membeli soto kerbau Bu Djatmi, setelah mencari informasi dan sumber-sumber yang berkaitan, baik berupa informasi di internet maupun berdasarkan rekomendasi teman. Seperti sudah disebutkan pada bab II Proses pengambilan keputusan konsumen tidak dapat terjadi dengan sendirinya, banyak faktor yang mempengaruhinya. Tujuh faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus, yaitu :

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Tempat (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)
5. Karyawan (*People/Participant*)
6. Proses (*Process*)
7. Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*)

Dalam pembahasan ini akan dijelaskan bagaimana harga, produk, tempat, promosi, karyawan, proses dan lingkungan fisik mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli soto kerbau Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus.

1. *Product* (produk)

Standar penyajian soto Bu Djatmi sudah sesuai dengan standar penyajian soto pada umumnya. Peralatan saji seperti mangkuk dan sendok juga masih baik dan layak pakai. Mengenai logo produk soto Bu Djatmi, hampir beberapa pengunjung tidak mengetahuinya. Terpenting dari Produk adalah tentang rasa atau aroma, merupakan suatu nilai yang terkandung dalam produk yang langsung dapat dinikmati oleh konsumen. Rasa atau aroma yang dimiliki soto kerbau Bu Djatmi sangat khas. Kekhasan yang dimiliki adalah perpaduan rasa antara masakan tradisional Jawa dengan rasa yang gurih dengan perpaduan oriental (penyajianya). Rasa daging kerbau tidak terlalu alot dan juga bau kerbaunya tidak begitu menyengat. Menurut Ibu Sas (wawancara tanggal 31 Mei 2016) yang bertugas di dapur bahwa racikan bumbu ini sangat dirahasiakan. Walaupun secara umum masakan soto kerbau menggunakan rempah-rempah namun untuk soto kerbau Bu Djatmi mempunyai komposisi yang berbeda. Lebih lanjut dikatakan oleh Ibu Sas bumbu tidak diolah oleh sembarang orang tetapi diracik dan ditangani langsung oleh orang kepercayaan (saya sendiri) atau pemiliknya. Bumbu yang sudah diracik kemudian dimasak menjadi kuah soto kerbau. Hal ini

dilakukan untuk menjaga aroma dan cita rasa soto kerbau Bu Djatmi tetap terjaga kualitasnya.

Dari hasil wawancara dengan pengunjung asal Semarang (Ripah, wawancara tanggal 30 Mei 2016) menilai rasa atau aroma soto kerbau Bu Djatmi sangat khas dengan rasa gurih dan rempah-rempah yang digunakan. Lebih jauh dikatakan bahwa cita rasa yang diberikan sesuai dengan selera pengunjung. Selain cita rasa yang khas, tekstur daging kerbau tidak alot dan aroma kerbaunya juga tidak menyengat sehingga bisa menyesuaikan dengan selera konsumen, terlebih bagi pengunjung seperti saya yang baru merasakan rasa daging kerbau itu sendiri.



Gambar 11.
Foto saat wawancara dengan pengunjung Ripah asal Semarang (Tanggal 30 Mei 2016)

Gambar 11 merupakan gambar saat wawancara dengan Ripah pengunjung asal Semarang. Ripah mengatakan bahwa:

“Saya menyukai kuah sotonya yang rasanya gurih, kuah santannya tidak begitu kental sehingga tidak begitu eneg, selain itu juga tekstur daging kerbaunya yang tidak alot sehingga lebih mudah untuk dikunyah dan juga aroma daging kerbaunya tidak begitu berbau kerbau. Semula saya penasaran dari cerita teman-teman baik yang memberitahu langsung maupun cerita saudara saya di Kudus tentang soto kerbau Bu

Djatmi yang terkenal nikmatnya. Ternyata setelah saya kesini dan mencicipinya memang benar bahwa soto kerbaunya enak sesuai dengan selera saya”.

Menurut sumber yang diposted oleh liputan6 Rabu, 10 Desember 2014 di download tanggal 12 Juli 2016. Mungkin satu-satunya kota yang mempunyai kuliner langka ini. Soto kerbau ini mungkin satu-satunya menu makanan yang ada di dunia. Liputan6 juga menuliskan :

”Semangkuk nasi soto Bu Djatmi ini berisi irisan daging kerbau, mie putih, tauge, kol, butiran kacang kedelai, yang ditaburi daun seledri dan bawang goreng, disiram kuah dari kaldu kerbau yang hangat, dengan bumbu dan aroma rempah-rempah yang khas. Dijamin sajian ini menggoyang lidah. Bila ingin menikmati secara total cita rasa daging kerbau, kita bisa juga menaruh lauk daging kerbau sebagai tambahan, yang diolah menjadi daging lapis dengan tambahan taburan bawang goreng. Sebagai tambahan disediakan kecap, jeruk limau dan sambal”. (<http://citizen6.liputan6.com/read/2144927/lezatnya-soto-kerbau-khas-kota-kudus>) (12 Juli 2016).

Adhi Wibowo dalam artikel yang diposting Februari 2016 menyatakan:

”Yang membedakan soto Kudus dengan soto lainnya terdapat pada bahan yang digunakan, misalnya jika soto Semarang menggunakan sohun sebagai bahan wajib, berbeda dengan soto Kudus yang tidak menggunakan sohun. Selain itu, kuah soto kerbau Bu Djatmi terlihat lebih kental dan kekuning kuningan dibandingkan dengan soto di tempat lain. Daging yang digunakan juga berbeda, di Kudus karena tidak boleh menyembelih sapi, maka daging kerbau lah yang digunakan, di daerah lain biasanya menggunakan daging sapi. Keunikan Soto Kudus Bu Jatmi antara lain terletak pada tempat kuah yang ditaruh pada sebuah gentong besar, tidak menggunakan ompreng atau peralatan stainless lainnya. Gentong tersebut diletakkan pada sebuah pikulan kayu besar yang diletakkan di dalam ruangan warung, pikulan tersebut bukan berfungsi berarti soto nya dijual dengan memikul keliling desa atau kota, namun berfungsi sebagai ciri khas dan keunikan tersendiri Soto Kudus”. (<http://www.adhisyahreza.com/2016/02/soto-kudus-bu-jatmi-kuliner-khas-kota.html>).

Berdasarkan komentar yang diberikan baik oleh pengunjung yang diwawancarai dan komentar yang dirilis maka dapat diketahui bahwa kuah soto yang gurih, tekstur daging kerbau yang tidak alot dan aroma daging kerbau yang tidak menunjukkan ciri khas soto kerbau Bu Djatmi dan mereka sangat menikmatinya. Dari hasil wawancara dengan pengunjung diperoleh data bahwa pengunjung menyukai tekstur dan aroma khas daging kerbau yang merupakan khas dari Kabupaten Kudus.

2. *Price* (Harga)

Warung soto Bu Djatmi memang tidak terdapat penetapan harga yang biasanya ditempel di dinding seperti di warung makan lainnya. Selain tidak adanya penetapan harga, warung Soto Bu Djatmi juga tidak pernah memberikan potongan harga pada konsumen. Produk soto kerbau juga selalu tersedia, yaitu mulai dari pukul 09.00 WIB sampai pukul 21.00 WIB. Hasil pemantauan harga soto kerbau di warung makan soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus yaitu Rp 13.000,00 per mangkuknya. Harga tersebut diluar harga pelengkap seperti tahu goreng, tempe goreng, sate paru, kerupuk dan minuman. Menurut Agus pengunjung asal Bojonegoro (hasil wawancara tanggal 31 Mei 2016), harga satu mangkuk soto kerbau Bu Djatmi masih sesuai dengan yang lainnya, mahal sedikit tidak apalah. Lebih lanjut dikatakan bahwa harga soto kerbau Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus sesuai dengan kualitas masakan yang disajikan. Satrio seorang pengunjung dari Pati menyatakan harga yang ditawarkan relatif murah sudah sesuai dengan rasanya yang enak kalau kita ingin membeli setengah maka harganya

menjadi Rp 7000,00. Lebih jauh dikatakan bahwa harga yang ditawarkan sangat menyesuaikan dengan kemampuan pengunjung. Gambar 11 menunjukkan seporsi soto kerbau yang dihidangkan dalam mangkuk berukuran kecil yang berisi nasi putih, potongan daging kerbau dan taoge yang disiram dengan kuah soto yang kental dan ditaburi bawang goreng. Dari keterangan yang diberikan oleh Fatkunur (pengunjung dari Kudus) di warung soto Bu Djatmi tidak ada daftar harga yang tercantum, baik di daftar menu ataupun ditempel dipapan daftar harga. Walaupun begitu pengunjung tidak mempermasalahkan hal itu. Selain itu juga di warung soto Bu Djatmi tidak pernah memberikan potongan harga terhadap konsumen, hal ini diketahui dari keterangan dari Ripah (pengunjung dari Semarang).



Gambar 12.
Satu Mangkuk Soto Kerbau

3. *Place* (Tempat)

Lokasi warung soto Bu Djatmi memang tidak begitu strategis, tidak berada di tengah-tengah keramaian kabupaten Kudus. Posisi yang kurang strategis ini, namun tetap mudah terjangkau dari berbagai arah. Tempatnya dekat dengan pusat perbelanjaan dan meskipun bukan merupakan jalur

utama menuju pusat kota Kudus tidak sedikit wisatawan yang datang berkunjung di Kudus mampir untuk menikmati soto kerbau Bu Djatmi. Selain berdekatan dengan pusat perbelanjaan, warung soto Bu Djatmi juga dekat dengan daerah industry dan perkantoran, sehingga pada saat jam istirahat makan siang biasanya selalu ramai dengan para pegawai yang biasa makan di warung soto Bu Djatmi. Hal ini diungkapkan oleh Andi Wijaya (pengunjung asal Juwana) mengenai lokasi warung soto Bu Djatmi yang mudah diakses sebagai berikut:

“Lokasi yang dekat dengan pusat perbelanjaan dan meskipun tidak berada jalur utama menuju pusat kota Kudus, tapi masih tetap memudahkan kami jika hendak pergi ke warung soto Bu Djatmi ini. Terkadang saat saya lewat juga biasanya saya mampir sebentar untuk sekedar menikmati soto kerbau Bu Djatmi ini”.

Menurut sumber yang diposted oleh wisatakuliner.com pada Agustus 2011 di download tanggal 15 Juli 2016. Letak warung soto Bu Djatmi memang tidak berada di jalur utama, namun selalu ramai terlebih saat jam makan siang. Wisatakuliner.com juga menuliskan :

“Warung soto ini sudah berdiri cukup lama, meskipun letaknya tidak berada di jalur utama, namun warung ini tetap dipadati pengunjung. Apalagi pada saat jam makan siang, liburan atau weekend bisa dipastikan kita harus sedikit jeli untuk mencaribangkuyangkosong”. (<http://wisatakuliner.com/kuliner/tempat-makan/item/warung-soto-ayam-bu-jatmi.html>).

4. *Promotion* (Promosi)

Dalam hal ini hubungan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sangatlah erat. Ini dikarenakan promosi penjualan menjadi program yang menentukan dalam pembelian konsumen terhadap produk

atau jasa. Karena melalui pelaksanaan promosi penjualan perusahaan akan dapat memberikan informasi yang nyata dan langsung kepada calon konsumennya. Promosi digunakan untuk mendukung berbagai strategi pemasaran lainnya (strategi produk, strategi penentuan harga, dan strategi distribusi). Promosi akan mempercepat penyampaian strategi pemasaran kepada konsumen. Tanpa promosi maka strategi ini akan sulit untuk sampai kepada konsumen. Strategi discount tidak akan diketahui oleh konsumen tanpa promosi. Produk berkualitas diberi harga wajar akan sulit laku apabila tidak dipromosikan sehingga konsumen tahu keberadaannya. Diferensiasi produk tidak akan dikenal baik oleh konsumen jika tidak dipromosikan.

Dalam hal promosi warung soto Bu Djatmi memang dirasa kurang, pasalnya selama ini Bu Djatmi tidak pernah melakukan promosi secara langsung baik melalui media cetak, elektronik maupun melalui internet yang saat ini semakin mudah dan canggih. Bu Djatmi menuturkan bahwa selama ini para pengunjung mengetahui soto Bu Djatmi melalui keluarga, saudara atau bahkan teman mereka. Namun pernah beberapa kali warung soto Bu Djatmi disorot media dan diberitakan melalui siaran televisi. Mungkin melalui itu juga secara tidak langsung yang menjadikan warung soto Bu Djatmi menjadi lebih dikenal oleh konsumen. Dari keterangan yang diberikan oleh Ripah, (pengunjung asal Semarang) wawancara pada tanggal 30 Mei 2016 mengenai promosi soto Bu Djatmi sebagai berikut:

"Saya awalnya ingin mencoba soto kerbau Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus ini karena saya pernah melihat di salah satu stasiun televisi yang saat itu sedang menayangkan tentang kuliner soto kerbau Bu Djatmi ini, karena saya

penasaran pas saya menjenguk saudara saya yang di Kudus saya menyempatkan untuk mencicipi soto Bu Djatmi ini, ternyata setelah saya mencobanya sendiri memang rasanya enak, kuah kentalnya pas dan daging kerbaunya saya suka karena tidak berbau”.

5. *People* (Karyawan)

People yang dimaksud disini adalah pelayanan yang diberikan oleh karyawan warung soto Bu Djatmi kepada pengunjung. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pelayanan ini dapat terlihat pada cara pramusaji dalam menerima pesanan, cara penghidangan makanan yang meliputi penampilan makanan diatas piring, maupun keramah-tamahan pramusaji dalam melayani pengunjung selama pengunjung menikmati makanannya. Tetapi pelayanan yang diberikan pada warung makan soto Bu Djatmi, secara umum hampir sama dengan pelayanan warung soto pada umumnya. Tidak ada yang special atau yang membedakan dengan standar pelayanan yang diberikan pada warung soto. Hal ini dilakukan agar tidak terlalu banyak menghabiskan waktu di meja makan, serta tamu yang datang juga sudah mengetahui bahwa cara pelayanan yang akan mereka dapatkan jika makan di warung soto Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus.

Pelayanan merupakan unsur yang tidak dapat diabaikan. Pelayanan yang diberikan tergantung tempat dan situasinya seperti apa. Pelayanan yang diberikan warung soto Bu Djatmi, sangat sederhana, ramah dan cekatan. Bagi para pengunjung pelayanan bukanlah prioritas utama karena harga yang ditawarkan juga tidak mahal. Hal ini mengindikasikan bahwa

pelayanan dan harga sudah sangat sesuai. Kita tidak bisa mendapatkan pelayanan lebih jika harga makanannya standar (Agus, wawancara tanggal 30 Mei 2016).



Gambar 13.
Seragam Pelayan Warung Soto Bu Djatmi

Gambar 13 menunjukkan bahwa pelayanan yang warung soto Bu Djatmi sangat sederhana. Pelayan datang menawarkan menu kemudian kembali ke dalam membawa pesanan agar pesanan segera disiapkan. Pelayan hanya mengenakan celana jeans dan kaos seragam sebagai baju atasannya. Pelayan hanya mengenakan seragam kaos merah dan memakai bawahan yang tidak seragam. Ada yang memakai rok, dan ada yang memakai celana panjang seperti yang terlihat pada Gambar 12.

6. *Process* (Proses)

Warung soto Bu Djatmi buka setiap hari mulai pukul 07.00 WIB sampai dengan 21.00 WIB, hal ini agar pengunjung bisa menikmati soto untuk sarapan. Kecepatan dan ketepatan dalam melayani pengunjung dalam menerima pesanan makanan sangat penting sifatnya. Hal ini untuk

menghindari situasi tidak nyaman seperti pengunjung terlalu lama menunggu pesanan makanannya. Dalam menangani *order* sudah sangat cepat kurang dari sepuluh menit. Hal ini terjadi karena persiapan di dapur sudah sangat baik, dan koordinasi antar pegawai juga sudah sangat bagus. Pegawai yang ada di warung soto Bu Djatmi sudah sangat profesional dan manajemen sudah sangat baik. Agus menyatakan bahwa pelayanan sudah bagus dan cepat jadi tidak usah terlalu dibuat-buat.

7. *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik)

Lingkungan fisik disini yaitu meliputi fasilitas-fasilitas pendukung seperti meja dan kursi yang digunakan, area parkir, toilet dan tempat cuci tangan/*wastafel* merupakan hal yang perlu diperhatikan bagi pengelola usaha restoran atau rumah makan. Kebersihan suatu tempat bisa dilihat dari bersih atau tidaknya toilet yang terdapat tempat tersebut. Area parkir yang memadai juga sangat penting artinya ketika calon pembeli datang tidak akan mengalami kesulitan untuk memarkir kendaraannya. Menurut M. Sidiq dan Satrio fasilitas yang dimiliki cukup memadai untuk ukuran warung makan sekecil ini, meja dan kursi yang berbeda bentuk dan penataanya juga tidak menjadi kendala atau masalah, namun keduanya menyatakan bahwa untuk fasilitas parkir yang susah dikarenakan sempit, dan berada dipinggir jalan raya yang terkadang merasa kurang nyaman walaupun sudah ada jaga parkirnya. (wawancara tanggal 30 Mei 2016). Fasilitas parkir yang tidak begitu luas membuat warung makan ini menjadi semakin sempit. Kecilnya tempat parkir menjadikan warung soto Bu Djatmi ini banyak dikeluhkan oleh

pengunjung karena parkirnya yang susah. Hal ini terjadi karena kesulitan menata tempat parkir seperti yang terlihat pada Gambar 14,15 dan 16.



Gambar 14.
Area Parkir Motor Warung Soto Bu Djatmi



Gambar 15.
Area Parkir Mobil Warung Soto Bu Djatmi



Gambar 16.
Area Parkir Mobil Warung Soto Bu Djatmi

Pada Gambar 15 dan 16 terlihat parkir yang berada dipinggir jalan. Hal ini disebabkan karena memang warung soto Bu Djatmi tidak memiliki area parkir tersendiri. Seperti yang terlihat pada gambar diatas bahwa pengunjung juga harus memarkir kendaraannya di jalan. Menurut Bapak Imam tukang parkir yang bertugas disana bahwa:

“Warung soto Bu Djatmi memang tidak mempunyai lahan parkir tersendiri, untuk parkir kendaraan roda empat kami biasanya mempergunakan bahu jalan, walaupun begitu kami tidak menyalahi aturan karena memang aturan dari Pemda Kudus sendiri memperbolehkan untuk digunakan parkir asalkan tertib”.

Fasilitas lainnya seperti toilet dan tempat cuci tangan/*wastafel* sudah dirasa cukup bagus. Toiletnya sudah bersih, namun untuk *wastafelnya* sepertinya masih perlu diperbaiki agar lebih baik lagi (wawancara dengan Indri asal Kudus, tanggal 30 Mei 2016).



Gambar 17.
***Wastafel* Warung Soto Bu Djatmi**



Gambar 18.
Toilet Warung Soto Bu Djatmi

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh 7 faktor, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi adalah *price*/harga yang relatif murah, *product*/soto kerbau Bu Djatmi memiliki citarasa dan aroma yang khas. *Place*/tempat warung soto Bu Djatmi mudah terjangkau dari berbagai arah *dan process*/proses dalam menangani *order* sudah sangat cepat kurang dari sepuluh menit, sementara itu, *promotion*/promosi, *people*/karyawan dan *physical evidence*/lingkungan fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi .

Promotion/promosi yang dilakukan masih kurang, selain itu *people*/karyawan, secara umum hampir sama dengan pelayanan warung soto lainnya. *Physical evidence*/lingkungan fisik juga tidak mempengaruhi keputusan pembelian soto kerbau pada warung soto Bu Djatmi, kecilnya tempat parkir menjadikan warung soto Bu Djatmi ini banyak dikeluhkan oleh pengunjung karena parkirnya yang susah.

Fasilitas lainnya seperti toilet dan tempat cuci tangan/*wastafel* sudah dirasa cukup bagus. Toiletnya sudah bersih, namun untuk *wastafelnya* sepertinya masih perlu diperbaiki agar lebih baik lagi. Secara keseluruhan yang paling utama pengunjung mengambil keputusan mengkonsumsi soto

kerbau Bu Djatmi adalah mengenai produk / rasa dari soto kerbau yang gurih, kuah santannya yang pas tidak terlalu kental dan rasa daging kerbau yang tidak terlalu alot serta aroma daging kerbaunya tidak begitu menyengat sehingga bisa menyesuaikan dengan selera pengunjung.

B. Implikasi

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini, maka implikasi yang dapat dikemukakan yaitu ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk, mulai dari harga, produk itu sendiri, proses dan tempat. Sementara itu, promosi, pelayanan dan lingkungan fisik tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor yang paling utama mempengaruhi pengunjung membeli ialah karena faktor kualitas produknya terutama tekstur, rasa dan aroma. Hal ini dapat memberikan implikasi bahwa dengan kualitas produk yang tetap terjaga dengan baik, maka dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap konsumen dalam membeli suatu produk.

C. Saran

Berdasarkan pembahasan, kesimpulan diatas maka dapat di berikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Warung Soto Bu Djatmi hendaknya dapat mempertahankan kualitas soto kerbau dengan seperti menjaga rasa kuah soto, tekstur daging kerbau agar tidak alot, dan aroma daging kerbau.

2. Warung Soto Bu Djatmi hendaknya memperbaiki fasilitas tempat cuci tangan/*wastafel* agar pengunjung lebih nyaman untuk menggunakan fasilitas tersebut sebagai salah satu upaya meningkatkan fasilitas yang ada.
3. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih detail tentang variabel kepuasan konsumen terhadap faktor terhadap kualitas pelayanan sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (1990). Undang-Undang Kepariwisata Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang pariwisata.
-<http://caretourism.wordpress.com/2010/08/12/pengertian-dasar-kepariwisataan/>. Diakses pada 02 Februari 2016.
-https://id.wikipedia.org/wiki/Soto_kerbau/. Diakses pada hari Selasa tanggal 23 Februari 2016.
-(2009). Undang-Undang Kepariwisata Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Ardika. (2011). *Kuliner Sebagai Identitas Budaya*. Jakarta: Sinar Baru
- Davis dan Stone. (1994). *Karakteristik Fisik Makanan*. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Dellya, Ria Yudyanti Wina. (2009). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Penginapan (Studi Pada Hotel Montana I Malang)*. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang. <http://karyailmiah.um.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/4248>. Download 05 Februari 2016
- Echols, John. (1993). *Culinary Profession*. Jakarta: Erlangga
- Hahn Fred E dan Kenneth G. Mangun. (2002). *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*. Jakarta: PT. Grasindo
- Imam Suprayogo dan Tabrani. (2001). *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Edisi Revisi Jilid 2 Jakarta : PT.Prenhalindo
- Kotler , P. and Armstrong. (2004). *Principles of Marketing. The Eighth Edition*. New Jersey:Prentice-hall International, Inc.
- Liputan6. (2014). <http://citizen6.liputan6.com/read/2144927/lezatnya-soto-kerbau-khas-kota-kudus> download 12 Juli 2016.
- Mardalis. (1999). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Marsum, WA. (1999). *Restaurant dan segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi

- Milles, Matthew, A Michael Huberman. (1992). *Analisis data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution. (2005). *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta.: PT. Bumi Aksara
- Nawawi, Hadari. (1998). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1998.
- Nurhasan, Ristiawan. (2009). *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Duri Lunak Juwana, Semarang*. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro. 2010. <http://karyailmiah.Undip.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/5654>. Download 10 Februari 2016
- Parse. (1996). *Subjek Penelitian Kualitatif*. Penerjemah Tim UI. Jakarta: UI Press
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS
- Pradana Jaka Purnama. (2011). *Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Murah di Sukoharjo)*. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.2012.<http://karyailmiah.Undip.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/5654>. Download 12 Februari 2016
- Putri, Ida Ayu Trisna Eka, Agung Sri Sulistyawati, Fanny Maharani Suarka, dan Yuyun Indrawati. (2010). *Eksistensi Dan Esensi Makanan Tradisional Bali Sebagai Penunjang Culinary Tourism Di Kabupaten Badung*. Analisis Vol. 10 No. 1 Th. 2010, Hal. 97.
- Saputro, Hasan. (2004). *Restaurant*. Yogyakarta: Andi
- Stanton, W.J. (1996). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerjemah Yohanes Lamoto. Jakarta: Erlangga.
- Sudarto. (1995). *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sunar. (2011). *Keragaman Rempah Indonesia*. Jakarta: Penerbit Alfabeta
- Sutopo, H.B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar teori dan perapannya dalam penelitian*. Edisi-2. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Swasta, Basu. (2003). *Manajemen Penjualan, Cetakan ke-dua-belas*. Yogyakarta: Liberty

Swasta, Basu dan Handoko. (2006). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty.

Tedjakusuma, Hartini, dan Muryani. (2001). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum di Kota Surabaya*. Jurnal Penelitian Dinamika Sosial Vol. 2 No. 3 Desember 2001: 50 -58. <http://www.scribd.com/doc/14339457/>

Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi

Wibowo, Adi. (2016). <http://www.adhisyahreza.com/2016/02/soto-kudus-bu-jatmi-kuliner-khas-kota.html> download Februari 2016.

Wolf, Erik. (http://en.wikipedia.org/wiki/Culinary_art). Download 26 Februari 2016.

PEDOMAN WAWANCARA

Terhadap Pengunjung Soto Kerbau Bu Djatmi khas Kabupaten Kudus

I. Identitas Responden

1. Nomor responden :
2. Nama :
3. Alamat :
4. Umur :
5. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. PNS
 - c. Karyawan swasta
 - d. Wiraswasta
6. Penghasilan /bulan :
 - a. Kurang dari Rp 500.000,-
 - b. Rp 500.000 – Rp 1.499.999,-
 - c. Rp 1.500.000 – Rp 2.499.999,-
 - d. Rp 2.500.000 – Rp 3.499.999,-
 - e. Rp. 3.500.000 – Rp 4.499.999,-
 - g. Diatas Rp. 5.000.000,-
7. Dari mana anda memperoleh informasi tentang warung makan soto Bu Djatmi ?
 - a. Dari teman/keluarga
 - b. Radio/tv
 - c. Koran/majalah
 - d. Panflet/brosur
 - e. Internet
 - f. Informasi lainnya
8. Dengan siapa saudara datang berkunjung ke warung makan soto Bu Djatmi ?
 - a. Sendiri
 - b. Bersama keluarga
 - c. Bersama kelompok/rombongan/teman
9. Berapa kali rata-rata anda berkunjung ke warung soto Bu Djatmi dalam sebulan?
 - a. Kurang dari 3 kali
 - b. 3-6 kali
 - c. Lebih dari 6 kali

Pertanyaan

1. Apakah menurut anda porsi soto kerbau Bu Djatmi sudah sesuai standar penyajian soto kudus?
2. Menurut anda apakah mangkuk yang digunakan baik dan layak ?
3. Apakah sendok yang dipakai baik dan layak untuk digunakan?
4. Apakah anda tahu logo produk soto Bu Djatmi?
5. Bagaimanakah tekstur daging kerbau soto Bu Djatmi?
6. Bagaimanakah aroma daging kerbau soto Bu Djatmi?
7. Apakah di warung soto Bu Djatmi terdapat penetapan harga yang sudah pasti?
8. Apakah menurut anda harga soto kerbau Bu Djatmi terjangkau dan sesuai dengan kualitasnya?
9. Apakah anda pernah mendapatkan potongan harga saat membeli soto kerbau Bu Djatmi?
10. Apakah soto kerbau Bu Djatmi selalu tersedia setiap saat?
11. Menurut anda apakah warung soto Bu Djatmi dekat dengan keramaian kota?
12. Apakah lokasi warung soto Bu Djatmi mudah diakses?
13. Bagaimana anda mengetahui tentang soto kerbau Bu Djatmi?
14. Apakah anda tahu soto kerbau Bu Djatmi menggunakan media social dalam promosinya? (Jika ada sebutkan).
15. Menurut anda apakah karyawan warung soto Bu Djatmi selalu sedia dan siap membantu konsumen jika dibutuhkan?
16. Menurut anda apakah karyawan warung soto Bu Djatmi ramah dalam melayani konsumen?
17. Menurut anda bagaimana seragam yang digunakan karyawan warung soto Bu Djatmi?
18. Apakah anda simpatik dengan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan warung soto Bu Djatmi?

19. Menurut anda apakah karyawan warung soto Bu Djatmi cepat dan tepat saat melakukan transaksi pembayaran?
20. Apakah anda tahu jam buka warung soto Bu Djatmi?
21. Bagaimana menurut anda tentang waktu pelayanan yang diberikan karyawan warung soto Bu Djatmi?
22. Bagaimana menurut anda keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh karyawan warung soto Bu Djatmi?
23. Apakah anda nyaman dengan tata ruang (meja dan kursi) di warung soto Bu Djatmi?
24. Apakah anda nyaman dengan bentuk meja yang memanjang?
25. Bagaimana menurut anda dengan bentuk kursinya?
26. Apakah anda nyaman dengan bentuk kursi di warung soto Bu Djatmi?
27. Apakah tersedia tempat cuci tangan atau *wastafel*?
28. Bagaimanakah menurut anda dengan *wastafel* yang ada?
29. Bagaimanakah menurut anda dengan area parkir di warung soto Bu Djatmi?
30. Apakah area parkir mudah dan nyaman?
31. Apakah sebelumnya anda memang memutuskan untuk makan di Warung soto Bu Djatmi?
32. Secara keseluruhan apa yang menjadi faktor utama anda memutuskan untuk membeli soto kerbau Bu Djatmi
33. Setelah anda membeli soto kerbau Bu Djatmi apakah anda mempunyai keinginan untuk membelinya kembali?

Hal : Ijin Penelitian

Yth. Pimpinan Warung Soto Bu Djatmi

Dalam rangka pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian dengan judul Analisis Keputusan Pembelian Soto Kerbau Pada Warung Soto Bu Djatmi Khas Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah, bagi Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta tersebut dibawah ini:

No	Nama	No. Mhs	Program Studi	Lokasi
1.	Setionang Budi	12511241050	Pendidikan Teknik Boga	Warung Soto Bu Djatmi, Jl. KH. Wahid Hasyim 43 Kudus

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu

Nama : Dewi Eka Murniati, M.M

NIP : 19810506 200604 2 002

Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan mulai bulan Februari 2016 s/d Agustus 2016

Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.

SOTO AYAM
"BU DJATMI"
Jl. WAHID HASYIM 43 KUDUS
TEL: (0291) 440476

Dokumentasi



