

**PERSEPSI DAN PERILAKU REMAJA TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL
DAN MAKANAN MODERN**

SKRIPSI

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



Oleh :
Galuh Putri Hardikna Sempati
NIM. 12511241038

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BOGA
JURUSAN PENDIDIKAN TEKNIK BOGA BUSANA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**PERSEPSI DAN PERILAKU REMAJA TERHADAP MAKANAN
TRADISIONAL DAN MAKANAN MODERN**

Disusun Oleh :

Galuh Putri Hardikna Sempati

NIM. 12511241038

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

Yogyakarta, 20 Desember 2016

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pendidikan Teknik Boga

Dr. Mutiara Nugraheni
NIP. 19770131 200212 2 001

Disetujui,
Dosen Pembimbing

Dr. Badraningsih L. M. Kes
NIP. 19600625 198601 2 001

PERSEPSI DAN PERILAKU REMAJA TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL DAN MAKANAN MODERN

Oleh :

Galuh Putri Hardikna Sempati

NIM. 12511241038

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Mengetahui persepsi remaja di Kelurahan Mantrijeron terhadap makanan tradisional dan makanan modern (2) Mengetahui perilaku konsumsi remaja di Kelurahan Mantrijeron terhadap pemilihan makanan tradisional dan makanan modern.

Penelitian ini merupakan penelitian survey. Populasi penelitian adalah remaja di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta sebanyak 258 remaja. Pengambilan sampel sebanyak 30 remaja dilakukan secara *purpose sampling* dengan tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5%. Data penelitian dikumpulkan dengan angket dan diperkuat dengan wawancara. Validitas tes berupa angket dan dilakukan dengan cara uji coba langsung kepada remaja kemudian hasil uji coba dianalisis menggunakan program SPSS versi 16.0. Instrument reliabilitas dengan membandingkan *alpha cronbanch* dan *r* tabel. Analisis data dilakukan dengan analisis statistic deskriptif.

Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) Remaja di Kelurahan Mantrijeron memiliki persepsi cukup terhadap makanan tradisional dan makanan modern dengan hasil kategori tinggi sejumlah 43% (110 remaja), kategori cukup 57% (148 remaja), kategori kurang 0%, dan kategori rendah 0%. Untuk data hasil perbandingan remaja di Kelurahan Mantrijeron lebih memiliki persepsi baik terhadap makanan modern dibandingkan makanan tradisional karena persepsi terhadap makanan tradisional didapatkan hasil 86 remaja masuk kedalamnya, sedangkan pada point persepsi terhadap makanan modern didapatkan hasil 172 remaja masuk didalamnya. (2) Perilaku remaja di Kelurahan Mantrijeron memiliki perilaku cukup terhadap makanan tradisional dan makanan modern dengan hasil kategori tinggi sejumlah 35% (90 remaja), kategori cukup 57% (146 remaja), kategori kurang 4% (11 remaja), dan kategori rendah 4% (11 remaja). Untuk data hasil perbandingan perilaku remaja di Kelurahan Mantrijeron lebih memiliki perilaku remaja yang condong memilih makanan modern, hal ini dikarenakan jumlah remaja yang lebih condong memilih makanan tradisional mendapatkan hasil 110 remaja masuk kedalamnya, sedangkan pada point perilaku remaja terhadap makanan modern mendapatkan hasil 148 remaja masuk didalamnya.

Kata Kunci : Persepsi Remaja, Makanan Tradisional, Makanan Modern

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**PERSEPSI DAN PERILAKU REMAJA TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL
DAN MAKANAN MODERN**

Disusun Oleh:

Galuh Putri Hardikna Sempati

NIM 12511241038

Telah dipertahankan di depan Tim Dewan Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Pada Tanggal 04 Januari 2017



Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji / Pembimbing Dr. Badraningsih Lastariwati, M.Kes.		20 / 02 - 2017
Sekretaris Penguji Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si		20 / 02 - 2017
Penguji Dr. Marwanti, M.Pd		20 / 02 - 2017

Yogyakarta, 20 Februari 2017

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan

(Dr. Widarto, M.Pd)
NIP. 19631230 198812 1 001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Galuh Putri Hardikna Sempati
NIM : 12511241038
Program Studi: Pendidikan Teknik Boga –S1
Judul TAS : Persepsi Dan Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional
Dan Makanan Modern

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

Yogyakarta, 04 Januari 2017

Yang menyatakan,



Galuh Putri Hardikna Sempati
NIM 12511241038

MOTTO

*"Sebuah tantangan akan selalu menjadi beban, jika itu hanya dipikirkan
Sebuah cita cita juga akan menjadi beban, jika itu hanya angan-angan."*

(Penulis)

*"kamu sekalian adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggung jawabannya
mengenai orang yang dipimpinnya."*

(H.R. Bukhari Muslim)

*"orang orang vhebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka
terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja
dan tidak menyianyiakan waktu untuk menunggu inspirasi."*

(Ernest Newman)

PERSEMBAHAN

Sebuah karya yang sederhana ini kupersembahkan untuk

Kedua orang tuaku, terimakasih atas kasih sayang yang telah mama dan papa berikan serta dukungan dan berbagai bentuk pengorbanan yang belum dan bahkan mungkin adek tidak bisa balas kebaikan mama dan papa

Kakakku Mbak Beta, Mas Rifqi, Mbak Ika yang senantiasa memberikan semangat dan tidak pernah berhenti mendengarkan keluh kesah adek, terimakasih sudah selalu ada buat adek dimanapun dan kapanpun. Si Kecil dzakiya terimakasih sudah selalu memberi kebahagiaan untuk aunty

Sahabat terbaik yang saya miliki Wahyu, Dhea karena tak pernah lelah memotivasi dan mendampingi setiap langkah perjuangan dalam menyusun skripsi ini baik dengan doa , perhatian, dan semangatnya, terimakasih sudah selalu ada

Chomels (Wisnu, Hanes, Ida, Fajar, Haris, Denta, Fatimah, Imey, Ayu, Fauzi) terimakasih sudah 4 tahun selalu bersama, terimakasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah dan selalu ada baik sedih maupun senang. Mbak Risna, Pak Agus terimakasih untuk bantuan dan doanya, terimakasih sudah dibantu 4 tahun ini.

Adekku di Kampus Qonita, Elin terimakasih untuk semangat dan doanya selama ini.

Teman seperjuangan, Mahasiswa Pendidikan Teknik Boga 2012, semangat selalu buat kita semua, perjuangan kita masih sangat panjang.

Keluargaku tercinta di HIMAGANA FT UNY, alumni anak PKM, teman KKN 2221, teman PPL SMKN6 YK terimakasih atas pengalaman hidup yang pernah kita jalani bersama.

Tak lupa terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Bissmillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadirat Allah SWT dimana telah memberikan nikmat taufik hidayah serta inayah kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul "Persepsi Remaja Di Kelurahan Mantrijeron Terhadap Pemilihan Makanan Jajanan Antara Makanan Tradisional Dan Makanan Modern" ini secara lancar dan diberikan banyak kemudahan. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan dan suri tauladan kita semua, Nabi Muhammad SAW, *Al Murabbiah, Al Qiyadah*, beliau adalah percontohan guru yang memiliki *akhlaqul karimah* dan menjadi sebaik baiknya penyampai ilmu. Penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pendidikan. Mata kuliah Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan, tentunya tidak terlepas dari kerjasama, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang mendalam kepada pihak pihak yang terkait sebagai berikut ini:

1. Dr. Badraningsih Lastariwati, M.Kes selaku Dosen Pembimbing, validator penelitian Tugas Akhir Skripsi, yang telah memberikan semangat, dorongan, bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
2. Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si selaku Dosen Sekretaris Penguji yang telah memberikan bantuan dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi

3. Dr. Marwanti, M.Pd selaku Dosen Penguji yang telah menguji Skripsi saya sehingga bisa lulus dengan baik.
4. Dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya Tugas Akhir Skripsi ini.
5. Dr. Widarto, M.Pd selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan persetujuan pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi.
6. Bp Wasito selaku Lurah di Kelurahan Mantrijeron yang telah memberikan izin penelitian dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Bp Ketua RW 08, RW 09, RW 10, RW 11, RW 17, dan RW 18 yang telah memberikan bantuan untuk memperlancar pengambilan data selama proses penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak diatas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, 04 Januari 2017



Galuh Putri Hardikna Sempati
NIM. 12511241038

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori	11
1. Persepsi.....	11
2. Remaja.....	19
3. Sikap.....	21
4. Perilaku Konsumen	24
a. Pengertian Perilaku Konsumen	24
b. Model Perilaku Konsumen.....	27
c. Faktor Pengaruh.....	28
d. Tahap Tahap Pemutusan Pembelian	29
5. Lingkungan	31

a. Lingkungan eksternal	33
b. Lingkungan internal	33
6. Makanan Tradisional	34
7. Makanan Modern	37
B. Hasil Penelitian yang Relevan	39
C. Kerangka Berpikir.....	42
D. Pertanyaan Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis dan Desain Penelitian	45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel	45
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	49
E. Teknik dan Instrumen Penelitian	50
1. Teknik Pengumpulan Data.....	50
2. Instrumen Penelitian	52
F. Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	55
F. Teknik Analisis Data	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	63
B. Deskripsi Data Hasil	64
1. Persepsi Remaja Terhadap Makanan Tradisional dan Modern	64
2. Sikap Remaja Terhadap Makanan Tradisional dan Modern	67
3. Hasil Wawancara	70
C. PEMBAHASAN	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Simpulan	77
B. Saran	78
C. Keterbatasan Penelitian	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori Pemberian Skor Pada Item Pernyataan	51
Tabel 2. Kisi Kisi Instrumen Penelitian	54
Tabel 3. Kisi Kisi Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4. Interpretasi Nilai Koefisien Realibilitas	60
Tabel 5. Klasifikasi Daya Pembeda	60
Tabel 6. Hasil Pengujian Realibilitas	60
Tabel 7. Distribusi Kategori Data	62
Tabel 8. Hasil Persepsi Remaja Terhadap Jenis Makanan	65
Tabel 9. Hasil Sikap/ Perilaku Remaja Terhadap Jenis Makanan	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Perilaku Konsumen	27
Gambar 2. Tahap Tahap Proses Penelitian	31
Gambar 3. Kerangka Berpikir	44
Gambar 4. Denah Kelurahan Mantrijeron	45
Gambar 5. Diagram Batang Aspek Persepsi	65
Gambar 6. Diagram Batang Pembandingan Persepsi Remaja.....	66
Gambar 7. Diagram Batang Aspek Perilaku Remaja	68
Gambar 8. Diagram Batang Pembandingan Perilaku Remaja.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

- A. Kisi – Kisi Instrumen Penelitian
- B. Instrumen Angket Penelitian

Lampiran 2. Hasil Olah Data

- A. Tabel Hasil Olah Data
- B. Hasil Validitas Instrumen
- C. Hasil Realibilitas Instrumen

Lampiran 3. Lain Lain

- A. Surat Izin Penelitian
- B. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang paling pokok. Menurut Peraturan Pemerintah RI No 17 tahun 2015, pangan merupakan segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan Pangan, bahan baku Pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman. Sedangkan pangan olahan menurut peraturan pemerintah tersebut merupakan makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan. Bahan makanan yang diolah sedemikian rupa nantinya akan berwujud menjadi sebuah produk makanan, dan dari produk makanan itu nantinya akan dikonsumsi oleh seseorang.

Produk yang hebat merupakan produk yang diinginkan oleh para konsumen dan mereka pun bersedia membayar untuk mendapatkan produk itu (Sexton, 2006; 3). Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan dapat memenuhi kebutuhan (Kotler, 2007: 79). Dan produk bukan hanya sebatas produk berupa fisik saja, produk merupakan seperangkat atribut baik

berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik perusahaan maupun nama baik toko pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya (W.J Stanton dalam Alma, 2010; 139).Memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan salah satu orientasi dalam penciptaan sebuah produk. Banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi pemikiran atau persepsi dasar seorang konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang disukai. Produk merupakan sebuah nilai dan kepuasan yang dapat diberikan oleh perusahaan kepada konsumen potensialnya (McCarthy dan Perreauld, 2008; 218).

Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak. Persepsi seseorang terhadap makanan yaitu pikiran apa yang mendasari seseorang untuk nantinya digunakan dalam memilih dan menggunakan atau mengkonsumsi jenis makanan apa yang diinginkan oleh konsumen itu sendiri. Persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai satu kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus (Walgito, 2002). Individu dalam hubungannya dengan dunia luar selalu melakukan pengamatan untuk dapat mengartikan rangsangan yang diterima dan alat indera dipergunakan sebagai penghubung antara individu dengan dunia luar. Agar proses pengamatan itu terjadi, maka diperlukan objek yang diamati alat indera yang

cukup baik dan perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan pengamatan. Jenis makanan yang ada didunia ini juga sangat beragam, namun ada dua jenis makanan yang tidak asing didengar oleh masyarakat luas, yaitu makanan tradisional dan makanan modern.

Makanan tradisional terbentuk oleh proses perkembangan yang berjalan bertahun-tahun, yakni proses penyesuaian antara makanan yang kita konsumsi dengan jenis-jenis bahan makanan yang ada serta bentuk aktivitas yang dijalankan masyarakat setempat. Kebiasaan makan masyarakat di masa lampau salah satunya dengan makan makanan tradisional. Saat itu kehidupan masih didominasi oleh suasana tradisional sehingga semua aktivitas masih serba santai dan relatif nyaman. Keadaan demikian secara berangsur berubah, sejalan perubahan kehidupan masyarakat menuju kehidupan yang lebih urban dan modern yang ikut berpengaruh terhadap kebiasaan makan di masyarakat. Kebiasaan makan pada remaja dipengaruhi oleh banyak faktor. Kebiasaan makan remaja dipengaruhi oleh banyak faktor. Pertumbuhan remaja meningkatkan partisipasi dalam kehidupan social dan aktivitas remaja sehingga dapat menimbulkan dampak terhadap apa yang akan dimakan remaja tersebut. Remaja mulai dapat membeli dan mempersiapkan makanan untuk mereka sendiri, dan biasanya remaja lebih suka makanan serba instant yang berasal dari luar rumah (Worthington,2000).

Joko Susanto (1991:51) menyebutkan bahwa latar belakang seseorang dalam memilih makanan pada umumnya berasal dari dua sumber, yaitu :

- 1) Dari lingkungan tempat tinggal dimana dia hidup dan dibesarkan
- 2) Dari lingkungan sekitar yang mempengaruhi langsung kepada dirinya maupun melalui keluarganya

Sedangkan pada zaman modern ini pilihan akan makanan sudah beragam. Kebutuhan masyarakat yang semakin banyak mengakibatkan produk pengolahan makanan menjadi lebih berkembang. Salah satu pilihan bagi masyarakat perkotaan yang sibuk dengan aktifitas yaitu memilih untuk makan makanan modern (*fast food*) (Mufidah, 2012:2). Fenomena makanan cepat saji ini juga dapat dilihat dari munculnya berbagai kedai-kedai makanan cepat saji yang bermunculan di pinggir jalan. Bahkan untuk saat ini jarang kita bisa menemui restaurant yang hanya menjual makanan tradisional saja, adapun mungkin hanya satu atau dua restaurant khusus saja. Hal ini bisa saja karena sudah lunturnya kegemaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan tradisional

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi lunturnya kegemaran sebagian masyarakat terhadap makanan tradisional Indonesia antara lain disebabkan karena adanya perubahan gaya hidup, perubahan sosial budaya, perkembangan ekonomi dalam kehidupan masyarakat, di samping itu kebiasaan masyarakat terhadap makan di luar, gencarnya promosi dan tersedianya makanan asing di berbagai kota besar juga sebagai salah satu faktor mengapa masyarakat lebih menyukai makanan asing dari pada makanan kita sendiri. Kita juga harus introspeksi apakah kondisi makanan tradisional kita dapat tampil menarik, mampu

bersaing terutama dalam aspek kepraktisan, kebersihan, pengolahan, penampilan dan penyajian dengan makanan asing.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh *Health Education Authority* tahun 2013, usia 15-34 tahun adalah konsumen terbanyak yang memilih menu *fast food*. Walaupun di Indonesia belum ada data pasti, keadaan tersebut dapat dipakai sebagai cermin dalam tatanan masyarakat kita, bahwa rentang usia tersebut adalah golongan pelajar dan golongan muda yang mana masih memiliki banyak aktivitas fisik yang dilakukan.

Sejalan dengan bertambahnya umur, pengetahuan, dan pergaulan yang semakin meluas pada masa remaja, maka remaja mulai mengenal berbagai ragam panganan atau jajanan yang dijajakan diluar rumah. Dengan berbagai jenis makanan yang dijajakan, mereka akan memilih makanan yang dianggapnya cocok dengan lidah untuk dikonsumsi sesuai selera, sikap dan penilaiannya terhadap makanan. Banyaknya faktor faktor yang ada saat inilah yang memicu terjadinya perilaku konsumen.

Perilaku konsumen merupakan hasil dari pikiran bawah sadar, sementara riset secara inheren merupakan proses sadar. Pengendali utama perilaku konsumen sendiri adalah pikiran bawah sadar dari seorang konsumen itu sendiri (consumer.ology, 2010:3) sehingga dapat kita ketahui bahwa ada kesinambungan antara persepsi seorang remaja sebagai konsumen terhadap perilaku remaja terhadap makanan yang mereka pilih.

Kelurahan mantrijeron merupakan salah satu kelurahan di daerah Kota Yogyakarta yang memiliki batas wilayah Utara : Kelurahan Panembahan, Timur : Kelurahan Brontokusuman, Selatan: Kelurahan Panggungharjo, Sewon, Bantul, Barat : Kelurahan Suryodiningratan. Untuk kelurahan Mantrijeron sendiri terdiri dari kampung danunegaran, kampung mangkuyudan, kampung jageran, dan kampung jogokaryan. Lokasi dari kelurahan mantrijeron sendiri dekat dengan pusat kota yang lokasinya sering sekali dijadikan tempat berdirinya restaurant restaurant. Selain itu letak Kelurahan Mantrijeron sendiri dekat dengan Kampung Prawirotaman yang lebih akrab disebut Kampung Bule karena sering dikunjungi oleh orang asing yang sering disebut bule. Dengan keadaan itu diduga sedikit banyak akan mendorong persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern.

Remaja di daerah kelurahan Mantrijeron Yogyakarta merupakan aset potensial bagi kelangsungan pembangunan. Remaja di daerah Kelurahan Mantrijeron umumnya berumur 12-22 tahun. Batasan usia remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah antara 12 hingga 21 tahun. Rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu 12 – 15 tahun = masa remaja awal, 15 – 18 tahun = masa remaja pertengahan, dan 18 – 21 tahun = masa remaja akhir. Monks, Knoers, dan Haditono membedakan masa remaja menjadi empat bagian, yaitu masa pra-remaja 10 – 12 tahun, masa remaja awal 12 – 15 tahun, masa remaja pertengahan 15 – 18 tahun, dan masa remaja akhir 18 – 21 tahun (Deswita, 2006: 192). Beberapa dari remaja beramsumsi bahwa makanan

tradisional itu merupakan makanan yang kuno dan tidak kekinian dan lain halnya dengan makanan modern mereka menganggap bahwa makanan modern termasuk makanan yang ngetrend atau hits.

Sehubungan dengan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana persepsi dan perilaku remaja terhadap makanan tradisional dengan makanan modern.

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi dari latar belakang tersebut diantaranya:

1. Banyaknya ketersediaan restaurant menyebabkan seseorang cenderung lebih suka mengkonsumsi makanan diluar rumah tanpa memperhatikan dampak yang ditimbulkannya.
2. Pola hidup konsumtif meyebabkan seseorang cenderung mempunyai perilaku konsumsi makanan yang serba instan dan praktis.
3. Perilaku remaja yang mudah dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti lingkungan tempat tinggal terutama dalam hal mengkonsumsi makanan menjadikan remaja mudah mengikuti tren yang ada.
4. Seiring dengan perkembangan teknologi di era globalisasi memicu industri periklanan dan pertelevisian dalam menciptakan desain (daya tarik iklan televisi) iklan makanan di media sosial yang menarik dan dapat mempengaruhi persepsi remaja untuk mengkonsumsinya.

5. Remaja di kota Yogyakarta cenderung mempunyai persepsi bahwa makanan tradisional merupakan makanan kuno dan bukan merupakan makanan kekinian (modern) sehingga remaja lebih cenderung memilih mengkonsumsi makanan modern.
6. Remaja kota saat ini jarang ada yang mengetahui apa saja makanan tradisional itu dan hanya mengetahui makanan modern saja.

C. PEMBATASAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian akan dibatasi pada:

1. Persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern.
2. Perilaku konsumsi pada remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern.

D. RUMUSAN MASALAH

Dari identifikasi dan pembatasan masalah di atas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi remaja di Kelurahan Mantrijeron terhadap makanan tradisional dan makanan modern ?
2. Bagaimana perilaku konsumsi pada remaja di Kelurahan Mantrijeron terhadap makanan tradisional dan makanan modern?

E. TUJUAN PENELITIAN

Dari identifikasi, pembatasan dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui persepsi remaja di Kelurahan Mantrijeron terhadap makanan tradisional dan makanan modern.
2. Mengetahui perilaku konsumsi remaja di Kelurahan Mantrijeron terhadap makanan tradisional dan makanan modern.

F. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktisi. Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan dan pengetahuan, sedangkan secara praktisi penelitian ini bermanfaat:

1. Bagi Penulis

Untuk menerapkan disiplin ilmu, teori, dan konsep yang telah diterima peneliti selama kuliah, serta memberikan pengalaman tentang meneliti persepsi remaja terhadap pemilihan makanan tradisional dan modern.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat memberikan masukan dan tambahan ilmu pengetahuan yang digunakan oleh instansi maupun mahasiswa sebagai tambahan penelitian.

3. Bagi Kelurahan Mantrijeron

Diharapkan dapat berguna untuk meningkatkan kualitas manajemen yang ada di kelurahan Mantrijeron dengan memprioritaskan pengetahuan remaja mengenai makanan tradisional dan makanan modern sehingga remaja di Kelurahan Mantrijeron ini tidak hanya asal dalam memilih makanan yang dikonsumsi. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan panduan agar kedepannya pihak dari Kelurahan Mantrijeron dapat lebih mengorganisir restaurant-restaurant yang berdiri di sekitar kawasan Kelurahan Mantrijeron baik dari segi perizinan maupun letak restaurant yang akan didirikan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. KAJIAN TEORI

1. PERSEPSI

a. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses ketika seseorang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi yang datang menjadi suatu arti tersendiri untuk menciptakan gambaran secara keseluruhan (Kotler, 2005). Informasi ini dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang masuk dan menciptakan sensasi terhadap seseorang, dapat berupa produk, kemasan, merek, dan iklan. Tindakan seseorang sesungguhnya dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi saat itu. Namun persepsi tiap-tiap orang tidak harus sama, walaupun berada dalam situasi yang sama. Hal ini terjadi karena stimulus yang diterima, kondisi lingkungan sekitar dan kondisi masing-masing individu.

Mangkunegara (dalam Arindita, 2003) berpendapat bahwa persepsi adalah suatu proses pemberian arti atau makna terhadap lingkungan. Dalam hal ini persepsi mencakup penafsiran obyek, penerimaan stimulus (Input), pengorganisasian stimulus, dan penafsiran terhadap stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap. Adapun Robbins (2003) mendeskripsikan persepsi dalam kaitannya dengan lingkungan, yaitu sebagai proses di mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka.

Walgito (2002) mengemukakan bahwa persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai satu kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus. Individu dalam hubungannya dengan dunia luar selalu melakukan pengamatan untuk dapat mengartikan rangsangan yang diterima dan alat indera dipergunakan sebagai penghubung antara individu dengan dunia luar. Agar proses pengamatan itu terjadi, maka diperlukan objek yang diamati alat indera yang cukup baik dan perhatian merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan pengamatan. Persepsi dalam arti umum adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu yang akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak.

Leavitt (dalam Rosyadi, 2001) membedakan persepsi menjadi dua pandangan, yaitu pandangan secara sempit dan luas. Pandangan yang sempit mengartikan persepsi sebagai penglihatan, bagaimana seseorang melihat sesuatu. Sedangkan pandangan yang luas mengartikannya sebagai bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Sebagian besar dari individu menyadari bahwa dunia yang sebagaimana dilihat tidak selalu sama dengan kenyataan, jadi berbeda dengan pendekatan sempit, tidak hanya sekedar melihat sesuatu tapi lebih pada pengertiannya terhadap sesuatu tersebut.

Persepsi menurut Schiffman dan Kanuk (2004) adalah proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimulasi ke dalam gambar yang

berarti dan masuk akal mengenai dunia. Dua individu mungkin menerima stimulasi yang sama dalam kondisi nyata yang sama, tetapi bagaimana setiap orang mengenal, memilih, mengatur, dan menafsirkannya merupakan proses yang sangat individual berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai dan harapan setiap orang itu sendiri. Proses selective perception (Belch dan Belch, 2007) adalah suatu proses yang dilalui oleh konsumen dari mulai menerima suatu informasi, kemudian menganalisis, meletakkannya dalam memori dan mulai menerapkannya kembali untuk waktu yang akan datang.

Persepsi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern. Berdasarkan definisi persepsi yaitu adalah proses ketika seseorang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi untuk masa yang akan datang.

Dari definisi persepsi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi merupakan suatu proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada dan kemudian menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti.

b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Perbedaan persepsi dapat terjadi karena terpengaruh oleh faktor-faktor internal seperti kepercayaan terhadap masing-masing individu, kebutuhan-kebutuhan, suasana hati dan ekspektasi yang berbeda-beda serta faktor-faktor

eksternal seperti ukuran, warna, intensitas dan segala sesuatu yang dapat dilihat dan didengar. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat (Astuti, 2007), yaitu:

1) Faktor Pendidikan.

Tingkat pendidikan formal dan non formal yang dimiliki seseorang mempengaruhi persepsi. Melalui pendidikan akan dapat meningkatkan komunikasi, keluasan pandangan dan memungkinkan perubahan gaya hidup.

2) Faktor komunikasi.

Komunikasi dapat terjadi secara verbal maupun non verbal, artinya komunikasi dapat melalui interaksi langsung (tatap muka), tetapi dapat pula secara tidak langsung melalui simbol-simbol, seperti media cetak, radio, televisi, observasi lapangan, dan lain-lain.

3) Faktor sosial ekonomi.

Seseorang yang memiliki status sosial ekonomi lebih tinggi akan mempunyai kesempatan dan mobilitas tinggi sehingga memungkinkan untuk memperoleh pengetahuan dan cakrawala berpikir yang lebih luas

4) Kepemimpinan.

Pemimpin adalah seseorang yang berpengaruh secara aktual mempunyai kecakapan mengatur kepentingan umum, memberi contoh yang baik dan

bermanfaat, berlaku jujur dan berkorban harta. Pada umumnya pengelompokan di pedesaan menunjukkan konsentrasi dan pengawasan tentang pemimpin.

Secara lebih terperinci persepsi seorang manusia sebenarnya merupakan pemikiran bawah sadar individu. Dan untuk menentukan persepsi seseorang itu sendiri sangat sulit untuk dibedakan atau dideteksi. Apabila ditelusuri lebih lanjut persepsi dapat ditentukan atau dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya, faktor pendidikan, faktor komunikasi, faktor sosial ekonomi dan faktor kepemimpinan.

c. Tahapan Persepsi

Allport proses persepsi merupakan suatu proses kognitif yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala, dan pengetahuan individu. Pengalaman dan proses belajar akan memberikan bentuk dan struktur bagi objek yang ditangkap panca indera, sedangkan pengetahuan dan cakrawala akan memberikan arti terhadap objek yang ditangkap individu, dan akhirnya komponen individu akan berperan dalam menentukan tersedianya jawaban yang berupa sikap dan tingkah laku individu terhadap objek yang ada. (Walgito,2002) menyatakan bahwa terjadinya persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut:

1) Tahap pertama

Merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia.

2) Tahap kedua

Merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) melalui saraf-saraf sensoris.

3) Tahap ketiga

Merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses psikologik, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima reseptor.

4) Tahap keempat

Merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.

Berdasarkan pendapat para ahli yang telah dikemukakan, bahwa proses persepsi melalui tiga tahap, yaitu:

- 1) Tahap penerimaan stimulus, baik stimulus fisik maupun stimulus sosial melalui alat indera manusia, yang dalam proses ini mencakup pula pengenalan dan pengumpulan informasi tentang stimulus yang ada.
- 2) Tahap pengolahan stimulus sosial melalui proses seleksi serta pengorganisasian informasi.

- 3) Tahap perubahan stimulus yang diterima individu dalam menanggapi lingkungan melalui proses kognisi yang dipengaruhi oleh pengalaman, cakrawala, serta pengetahuan individu.

Menurut Newcomb (dalam Arindita, 2003), ada beberapa sifat yang menyertai proses persepsi, yaitu:

- 1) Konstansi (menetap)

Dimana individu mempersepsikan seseorang sebagai orang itu sendiri walaupun perilaku yang ditampilkan berbeda-beda.

- 2) Selektif

Persepsi dipengaruhi oleh keadaan psikologis si perseptor. Dalam arti bahwa banyaknya informasi dalam waktu yang bersamaan dan keterbatasan kemampuan perseptor dalam mengelola dan menyerap informasi tersebut, sehingga hanya informasi tertentu saja yang diterima dan diserap.

- 3) Proses organisasi yang selektif

Beberapa kumpulan informasi yang sama dapat disusun ke dalam pola-pola menurut cara yang berbeda-beda.

d. Aspek Aspek Persepsi

Pada hakekatnya sikap adalah merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut menurut Allport (dalam Mar'at, 1991) ada tiga yaitu:

1) Komponen kognitif

Yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek sikapnya. Dari pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek sikap tersebut.

2) Komponen Afektif

Afektif berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang. Jadi sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

3) Komponen Konatif

Yaitu merupakan kesiapan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubungan dengan obyek sikapnya.

Dari batasan ini juga dapat dikemukakan bahwa persepsi mengandung komponen kognitif, komponen afektif, dan juga komponen konatif, yaitu merupakan kesiapan untuk bertindak atau berperilaku. Sikap seseorang pada suatu obyek sikap merupakan manifestasi dari kontelasi ketiga komponen

tersebut yang saling berinteraksi untuk memahami, merasakan dan berperilaku terhadap obyek sikap. Ketiga komponen itu saling berinterelasi dan konsisten satu dengan lainnya. Jadi, terdapat pengorganisasian secara internal diantara ketiga komponen tersebut.

2. REMAJA

Remaja merupakan bagian penting dalam sebuah masyarakat karena masa depan bangsa ditentukan oleh keadaan remaja saat ini. Remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak ke dewasa. *World Health Organization* menjelaskan, yang dikatakan usia remaja adalah antara 10 – 20 tahun. Tetapi berdasarkan penggolongan umur, masa remaja terbagi atas menjadi masa remaja awal (10 – 14 tahun) dan masa remaja akhir (15 -20 tahun). Ditambahkan oleh Dacey et al yang dikutip oleh Kathryn Gedard dan David Geldard (2010 : 8), bahwa dalam pemikiran kognitif, moral dan social, remaja juga dibedakan menjadi dua tahap yaitu tahap awal dan tahap akhir. Tahap awal berada diantara seseorang menginjak umur 11-14 tahun, dan tahap akhir antara umur 15-18 tahun. Dari kedua pendapat dapat penulis simpulkan bahwa masa remaja merupakan masa dimana seseorang menginjak umur 10-20 tahun, dan setiap remaja mengalami perkembangan pada setiap tahapannya.

Neidahrt dikutip Andik Wibowo (2014:379) menyatakan bahwa masa remaja merupakan masa peralihan dan ketergantungan pada masa anak – anak ke masa dewasa, dan pada masa ini remaja dituntut untuk mandiri. Pendapat ini

hampir sama dengan yang dikemukakan oleh Ottorank dikutip Andik Wibowo (2014:379) bahwa masa remaja merupakan masa perubahan yang drastic dari keadaan tergantung menjadi keadaan yang mandiri. Hal ini dikuatkan oleh Knigh, dkk yang dikutip Kathryn Gedard dan David Geldard (2010:12) bahwa selama remaja kemampuan anak muda untuk melihat, memahami dan menyimpan informasi meningkat seiring dengan bertambahnya usia mereka. Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa usia remaja seseorang akan lebih labil dan mudah menyesuaikan dengan lingkungan dan segala informasi yang diterimanya, sehingga mudah terpengaruh dengan rangsangan yang berasal dari dalam maupun dari luar. Pada usia remaja cenderung lebih cepat mengambil keputusan tanpa memperhatikan konsekuensi yang akan diperolehnya dan sulit mengontrol diri, sehingga pergaulan remaja akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan sifat remaja tersebut karena hal tersebut berhubungan erat dengan definisi remaja yang merupakan peralihan menuju masa kemandirian.

Perilaku konsumsi remaja adalah aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan mengkonsumsi suatu produk pada remaja. Remaja lebih sering menghabiskan waktu dengan teman sebaya dan teman bermainnya. Remaja mempunyai perilaku makan sendiri yang perlu mendapat perhatian khusus, karena remaja merupakan masa pertumbuhan dan perkembangan yang cepat. Berdasarkan Blos yang dikutip Kathryn Gedard dan David Geldard (2010:12) pada masa awal remaja, anak muda cenderung membentuk hubungan pertemanan

dengan teman temannya, karena dengan demikian membuat mereka merasa nyaman.

Remaja mendapatkan uang saku setiap harinya. Dari uang saku ini remaja mendapatkan kesempatan untuk jajan/makan diluar rumah tanpa memperhatikan makanan apa yang akan dikonsumsi. Perilaku remaja dipengaruhi oleh apa yang dia lihat, dia dengar, dan dia terima, begitu halnya dengan perilaku konsumsi pada remaja. Masa remaja dimana masa tersebut labil dan mudah dipengaruhi akan menyebabkan remaja mudah dipengaruhi oleh iklan makanan dan minuman.

3. SIKAP

Secara historis istilah sikap (*attitude*) digunakan pertama kali oleh Hubbert Spencer yang diartikan sebagai status mental seseorang. Campbell mendefinisikan sangat sederhana, yaitu: "*An Individual's attitude is syndrome of response consistency with regard to objek.*" Jadi jelas dikatakan bahwa sikap merupakan sindroma atau kumpulan gejala dalam merespon stimulus atau objek, sehingga sikap itu melibatkan pikiran, perasaan, perhatian, dan gejala kejiwaan yang lain. Newcomb, seorang ahli psikologi social dalam Notoatmodjo (210:52) Menjelaskan, sikap merupakan kesiapan atau kesediaan untuk bertindak, dan bukan merupakan pelaksanaan motif tertentu. Dari beberapa pendapat para ahli yang hingga kini masih digunakan dalam pengertian sikap memiliki anggapan yang sama. Sikpa dalam hal ini dapat dipandang sebagai suatu tingkatan afeksi

baik yang bersifat positif maupun negative dalam hubungannya dengan objek-objek psikologis. Afeksi yang positif yaitu senang, sedangkan afeksi yang negative yaitu afeksi yang tidak menyenangkan. Sikap merupakan suatu kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek di lingkungan tertentu sebagai salah satu penghayatan terhadap objek.

Sikap mempengaruhi pengalaman seorang individu dan bersumber dari desakan atau dorongan didalam hati, kebiasaan-kebiasaan yang dikehendaki dan pengaruh lingkungan disekitar individu itu, dengan kata lain sikap dihasilkan dari keinginan-keinginan pribadi dan sejumlah stimulus. Sikap bermula dari perasaan suka atau tidak suka yang terkait dengan kecenderungan seseorang dalam merespon sesuatu atau objek

Sikap juga sebagai ekspresi dari nilai-nilai atau pandangan hidup yang dimiliki oleh seseorang. Suatu sikap bisa dibentuk sehingga terjadi perilaku atau tindakan yang diinginkan. Allport dikutip Notoatmojo (2010:53) menjelaskan bahwa sikap itu mempunyai 3 komponen pokok yaitu:

- a. Kepercayaan (keyakinan), ide, dan konsep terhadap suatu objek.
- b. Kehidupan emosional atau evaluasi terhadap suatu objek.
- c. Kecenderungan untuk bertindak(*tend to behave*).

Ketiga komponen ini secara bersama-sama membentuk sikap yang utuh, dalam penentuan sikap yang utuh ini, pengetahuan, piiran, keyakinan, dan emosi memegang peranan sangat penting. Sikap diperoleh dari hasil belajar merupakan cara-cara siswa dalam mempelajari keterampilan, ilmu pengetahuan, dan

kebiasaan-kebiasaan lainnya. Seperti halnya pengetahuan, sikap terdiri dari beberapa tingkatan menurut Notoatmodjo (2010:54) yaitu:

a. Menerima (*Receiving*)

Menerima juga dapat diartikan bahwa seseorang atau subjek mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (objek). Pada tahapan ini remaja diharapkan mampu menerima semua tahapan dari pengetahuannya tentang pengetahuan makanan tradisional ataupun makanan modern dan apa yang mempengaruhi remaja memilih makanan tersebut.

b. Menanggapi (*Responding*)

Menanggapi diartikan memberi jawaban atau tanggapan terhadap pernyataan atau objek yang dihadapi. tahap ini remaja mampu menanggapi hal-hal yang sudah diterimanya.

c. Menghargai (*Valuing*)

Menghargai diartikan seseorang atau subjek memberikan nilai yang positif terhadap objek atau stimulus. Dalam arti membahasnya dengan orang lain bahkan mengajak atau mempengaruhi orang lain merespon. remaja mampu menghargai informasi-informasi yang diterimanya mengenai makanan tradisional dan makanan modern.

d. Bertanggung jawab (*Responsible*)

Sikap yang paling tinggi tindakannya adalah bertanggung jawab terhadap apa yang telah diyakininya. Ini adalah tahapan terakhir dari sikap, disini remaja harus mampu bertanggung jawab dengan apa yang telah

mereka pikirkan tentang makan tradisional ataupun makanan modern. Dan apa yang dapat mempengaruhi remaja dalam memilih makanan tersebut.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan sikap adalah suatu pendapat, keyakinan seseorang tentang suatu hal yang memberikan kecenderungan seseorang untuk bertindak sesuai dengan pendapat dan keyakinannya atau bentuk dari respon suka tidaknya dengan objek yang dirasakan

4. Perilaku konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami "Mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan". Schiffman dan Kanuk (2008:6) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut.

Definisikan perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2008:214): Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan

barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Definisi perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk (2008:6): Perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.

Dari dua pengertian tentang perilaku konsumen di atas dapat diperoleh dua hal yang penting, yaitu: (1) sebagai kegiatan fisik dan (2) sebagai proses pengambilan keputusan. Berdasarkan beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

Teori lain menyatakan bahwa pola konsumsi pangan yang diperoleh karena terjadi berulang-ulang. Pola konsumsi pangan adalah tindakan manusia terhadap makan dan makanan yang dipengaruhi oleh pengetahuan dan perasaan apa yang dirasakan serta persepsi tentang hal itu (Astuti, 2004).

Menurut Danang Sunyoto (2002:4) perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk

atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya.

Sunita Almatsier (2002:279) mengemukakan bahwa pola pangan adalah cara seseorang atau sekelompok orang memanfaatkan pangan yang tersedia sebagai reaksi terhadap tekanan ekonomi dan sosial budaya yang dialaminya.

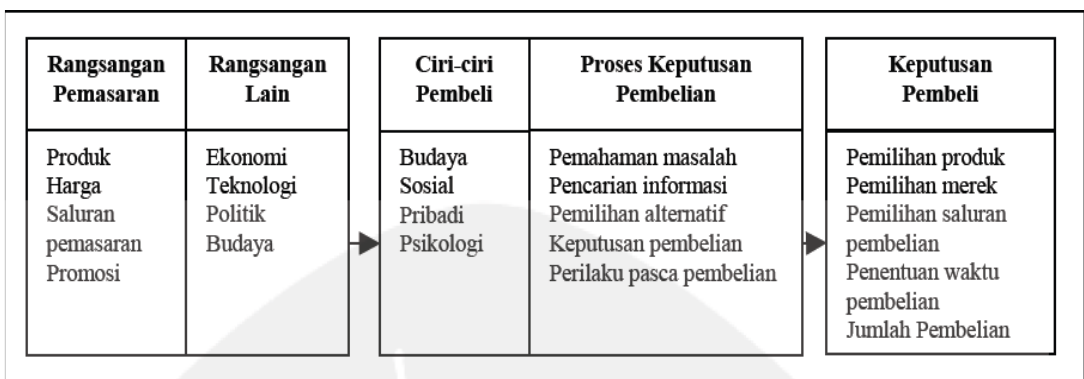
Pikiran bawah sadar mendorong makan sebagai respon atas stimulus fisik atau emosional tertentu, yang menyela dan memicu konsumsi tanpa memperdulikan tujuan sadar mereka. Pada akhirnya dorongan pikiran bawah sadar yang kita gambarkan sebagai kebiasaan, emosi, atau impuls sering memasukan pengaruh yang lebih kuat pada perilaku kita daripada tujuan kita dan bukan kebetulan kalau perusahaan makanan cepat saji sering meluncurkan produk yang sebenarnya konsumen tidak butuhkan (consumer.ology, 2010:14).

b. Model Perilaku Konsumen

Pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, karena terdapat banyak faktor yang berpengaruh dan saling interaksi satu sama lainnya, sehingga pendekatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan harus benar-benar dirancang sebaik mungkin dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut. Selain itu, para pemasar harus mampu memahami konsumen, dan berusaha mempelajari

bagaimana mereka berperilaku, bertindak dan berpikir. Walaupun konsumen memiliki berbagai macam perbedaan namun mereka juga memiliki banyak kesamaan.

Para pemasar wajib memahami keragaman dan kesamaan konsumen atau perilaku konsumen agar mereka mampu memasarkan produknya dengan baik. Para pemasar harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan konsumsi, sehingga pemasar dapat merancang strategi pemasaran dengan lebih baik. Pemasar yang mengerti perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya, sehingga pemasar dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai. Tidak dapat diragukan lagi bahwa pemasar yang memahami konsumen akan memiliki kemampuan bersaing yang lebih baik. Dalam sub bab berikut akan dijelaskan mengenai perilaku pembelian konsumen. Kotler (2008:226) menggambarkan model perilaku konsumen sebagai berikut:



Sumber : Kotler (2008)

Gambar 1. Model Perilaku Konsumen

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap, dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler (2008:25) terdiri dari:

- 1) Faktor Kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, sub-budaya, kelas sosial,
- 2) Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.
- 3) Faktor Pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- 4) Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

d. Tahap –Tahap dalam Pemutusan Pembelian

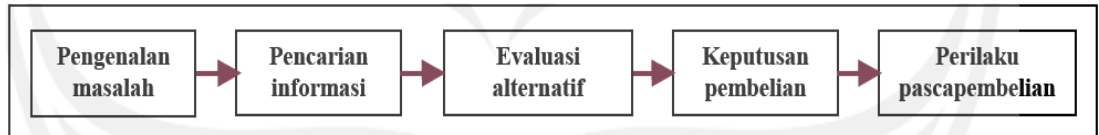
Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses pengambilan keputusan tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas lima tahap yaitu sebagai berikut: (Kotler, 2008:234)

- 1) **Pengenalan Masalah.** Penganalisaan keinginan dan kebutuhan ini ditujukan terutama untuk mengetahui adanya keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi dan belum terpuaskan. Jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan segera memahami adanya kebutuhan yang belum segera terpenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus dipenuhi. Jadi dari tahap ini proses pembelian itu mulai dilakukan.

- 2) **Pencarian Informasi.** Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak mengenai produk atau jasa yang ia butuhkan. Pencarian informasi dapat bersifat aktif maupun pasif. Informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan harga dan kualitas produk, sedangkan pencarian informasi pasif, dengan membaca suatu pengiklanan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus dalam perkiraannya tentang gambaran produk yang diinginkan.

- 3) Evaluasi Alternatif. Tahap ini meliputi dua tahap, yaitu menetapkan tujuan pembelian dan menilai serta mengadakan seleksi terhadap alternatif pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Tujuan pembelian bagi masing-masing konsumen tidak selalu sama, tergantung pada jenis produk dan kebutuhannya. Ada konsumen yang mempunyai tujuan pembelian untuk meningkatkan prestasi, ada yang sekedar ingin memenuhi kebutuhan jangka pendeknya dan sebagainya.
- 4) Keputusan Pembelian. Keputusan untuk membeli disini merupakan proses pembelian yang nyata. Jadi, setelah tahap-tahap dimuka dilakukan maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Bila konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya. Perusahaan perlu mengetahui beberapa jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut perilaku konsumen dalam keputusan pembeliannya.
- 5) Perilaku Pascapembelian. Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan. Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pascapembelian. Pemasar harus memantau kepuasan pascapembelian, tindakan pascapembelian, dan pemakaian produk pascapembelian.

Tahap-tahap pada proses kegiatan dalam suatu pembelian digambarkan oleh Kotler (2008:235) seperti berikut:



Sumber : Kotler (2008)

Gambar 2. Tahap Tahap dalam Proses Pembelian

Gambar proses tersebut didasarkan pada anggapan bahwa konsumen akan melakukan keseluruhan lima tahap untuk setiap pembelian yang mereka lakukan pada situasi tertentu saja.

5. Lingkungan

Salah seorang ahli ilmu lingkungan, yaitu Otto Soemarwoto mengemukakan bahwa dalam bahasa Inggris istilah lingkungan adalah environment. Selanjutnya dikatakan, lingkungan atau lingkungan hidup merupakan segala sesuatu yang ada pada setiap makhluk hidup atau organisme dan berpengaruh pada kehidupannya. Contoh, pada hewan seperti kucing, segala sesuatu di sekeliling kucing dan berpengaruh pada keberlangsungan hidup kucing tersebut maka itulah lingkungan hidupnya. Demikian pula pada suatu jenis tumbuhan tertentu, misalnya pohon mangga

atau padi di sawah, segala sesuatu yang mempengaruhi pertumbuhan atau kehidupan tanaman tersebut itulah lingkungan hidupnya.

Lingkungan menurut Robbins dan Coulter (1999) *dalam* Margareta (2012), adalah lembaga-lembaga atau kekuatan-kekuatan yang berada di luar organisasi dan secara potensial mempengaruhi kinerja organisasi. Lingkungan merupakan kekuatan yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak terhadap kinerja organisasi.

Lingkungan organisasi adalah semua elemen di dalam maupun di luar organisasi yang dapat mempengaruhi sebagian atau keseluruhan suatu organisasi. Terdapat dua jenis klasifikasi lingkungan yakni lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal yang berpengaruh langsung dalam organisasi meliputi karyawan/pegawai organisasi dalam, serta pimpinan manajer. Lingkungan eksternal dibagi dua yaitu yang berpengaruh langsung dan tidak langsung.

Menurut Sukriah (2009), organisasi berada dalam sebuah lingkungan yang dapat menjadi faktor pendukung maupun penghambat organisasi. Kegiatan organisasi akan merubah lingkungan, dan juga sebaliknya, lingkungan akan mendorong perubahan pada organisasi.

Sebuah Perusahaan atau Organisasi bisnis yang beroperasi di sebuah lingkungan tidak dapat menafikan bahwa selain kegiatan bisnis yang dikelolanya, organisasi bisnis tersebut juga terlibat dengan lingkungan disekitar lokasi bisnis. Oleh karena itu, sebuah organisasi bisnis perlu

memahami lingkungan apa saja yang terkait secara langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan bisnis (Amien, 2008).

a. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal diketahui mempunyai peranan besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial, proses dan struktur organisasi, maka lingkungan eksternal penting untuk selalu dipantau dan dianalisis. Tetapi lingkungan eksternal secara keseluruhan sangat sulit untuk dianalisis, karena lingkungan eksternal sangat kompleks dan saling terkait satu sama lain (Dewi, 2005).

Yang termasuk dalam lingkungan eksternal disini yaitu:

- Media social
- Keberadaan restaurant sekitar

b. Lingkungan Internal

Menurut Purwanti dan Fattah (2011), lingkungan internal adalah tempat manajer bekerja yang mencakup budaya perusahaan, teknologi produksi, struktur organisasi, dan fasilitas fisik.

Menurut Margareta (2012), lingkungan internal perusahaan merupakan kekuatan-kekuatan yang ada dalam organisasi itu sendiri dan memiliki sifat yang dapat dikontrol oleh manajemen. Lingkungan internal meliputi ; pekerja/karyawan, dewan komisaris, dan pemegang saham.

Yang dimaksud lingkungan internal dalam penelitian ini yaitu Teman sebaya.

6. Makanan Tradisional

Makanan tradisional merupakan makanan yang biasa dimakan sejak beberapa generasi, terdiri dari hidangan yang cocok dengan selera, tidak bertentangan dengan agama, kepercayaan masyarakat setempat serta terbuat dari bahan makanan serta bumbu-bumbu yang tersedia setempat (Sastroamidjojo, 1995 dalam Eliazer, 2013, p.88).

Makanan tradisional umumnya mencakup makanan pokok, lauk pauk, termasuk sayuran yang selalu dimakan mendampingi makanan pokok, dan makanan selingan atau kudapan, di samping buah-buahan. Makanan tradisional dapat dibedakan menjadi makanan biasa dan makanan upacara atau makanan istimewa yang dimakan pada waktu-waktu tertentu (Sunyobroto, 1995 dalam Eliazer, 2013, p.88).

Kuhnlein and Receveur (Kwik, 2008) mendefinisikan makanan tradisional sebagai implikasi sebuah proses social kebudayaan. "Traditional food systems of indigenous peoples can be defined to items that are from the local, natural environment that are culturally acceptable. It also includes the sociocultural meanings, acquisition/processing techniques, use, composition, and nutritional consequences for the people using the food" (Kuhnlein and Receveur 1996: 417).

Menurut Prof. Murdijati Gardjito, Guru Besar Teknologi Pangan dari UGM, makanan tradisional adalah "makanan yang diolah dari bahan pangan hasil produksi setempat, dengan proses yang telah dikuasai masyarakat dan

hasilnya adalah produk yang citarasa, bentuk dan cara makannya dikenal, digemari, dirindukan, bahkan menjadi penciri kelompok masyarakat tertentu. Pada sebagian masyarakat, makanan tradisional juga merupakan kebanggaan akan daerah kelahiran, tempat tumpah darahnya." Lokalitas juga melekat pada peramu atau pengolah suatu makanan tradisional. Meskipun untuk membuat keju di Indonesia adalah memungkinkan dari sisi bahan baku, tetapi teknik membuatnya tidak familiar bagi orang Indonesia. Maka ketika seorang pengusaha bule di Boyolali mencoba memproduksi keju dari susu sapi produksi setempat, dan berhasil, tidak serta merta membuat keju menjadi makanan tradisional Boyolali. Lain halnya dengan dadih, olahan susu mirip keju yang merupakan makanan tradisional Minangkabau (Sumatera Barat) karena dibuat dengan teknik pengolahan yang unik menggunakan batang bambu. Ketersediaan bahan baku melimpah tidak menjadi jaminan semua makanan yang diolah darinya bisa disebut sebagai makanan tradisional. Masih diperlukan syarat lain berupa penguasaan teknik pengolahan yang dikenal luas dan mengakar dari generasi ke generasi. Syarat lokalitas ternyata juga melekat kepada kelompok masyarakat yang menikmati makanan tradisional tersebut. Hal ini meliputi tata cara makan, bagaimana makanan tersebut diperlakukan dan menempati posisi tertentu dalam kehidupan masyarakat. Pada bagian ini, makanan tradisional menjadi unsur tak terpisahkan dari kebudayaan dan adat istiadat setempat, bukan lagi semata-mata sebagai alat pemenuhan kebutuhan biologis untuk

bertahan hidup. Maka makanan tradisional disebut tradisional jika pemiliknya jelas, yaitu masyarakat yang tidak bisa lepas darinya ketika menyelenggarakan berbagai kegiatan sosial ditengah-tengah mereka.

Dimensi kedua yang membatasi kriteria makanan tradisional adalah dimensi waktu. Bukan berarti setiap makanan tradisional harus berusia tua, tetapi yang dimaksudkan adalah makanan tersebut telah mengakar di tengah-tengah masyarakat dan dikenal luas, baik citarasa maupun bentuknya. Boleh jadi suatu makanan telah berusia tua, diturunkan dari generasi ke generasi, tetapi hanya dikenal secara eksklusif oleh suatu keluarga misalnya, maka ia tidak memenuhi syarat yang dimaksud. Atau boleh jadi suatu makanan sangat populer di masyarakat, dimana semua kalangan bisa membuat dan menikmatinya, tetapi tidak dikenal (rasa dan bentuknya) oleh generasi-generasi sebelumnya, maka makanan tersebut tidak juga dapat digolongkan sebagai makanan tradisional. Maka suatu makanan tradisional selain memenuhi syarat lokalitas yang diterangkan sebelumnya, mestilah juga telah dikenal secara luas dan diturunkan dari generasi sebelumnya dan diwariskan pula ke generasi selanjutnya.

Dari pengertian ini, makanan tradisional merupakan makanan yang biasa dimakan sejak beberapa generasi yang terdiri dari hidangan yang cocok dengan selera, tidak bertentangan dengan agama, kepercayaan masyarakat setempat serta terbuat dari bahan makanan serta bumbu-bumbu yang tersedia setempat yang mencakup makanan pokok, lauk pauk, termasuk

sayuran yang selalu dimakan mendampingi makanan pokok, dan makanan selingan atau kudapan, di samping buah-buahan dan makanan tradisional merupakan implikasi sebuah proses social kebudayaan.

7. Makanan Modern

Definisi makanan modern ditunjukkan dengan kecepatan penyajian makanannya, selain itu juga dilihat dari tampilannya yang sangat menggiurkan dan pembuatan makanan tersebut biasanya menggunakan alat – alat yang sudah canggih, berbeda dengan makanan tradisional yang cara penyajiannya tergolong lama. Kebanyakan jenis dari makanan modern sendiri merupakan jajanan fast food seperti *hamburger, pizza, pasta, kebab*, dan lain–lain.

Makanan cepat saji (fast food) adalah makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap disantap, seperti fried chicken, hamburger atau pizza. Mudahnnya memperoleh makanan siap saji di pasaran memang memudahkan tersedianya variasi pangan sesuai selera dan daya beli. Selain itu, pengolahan dan penyiapannya lebih mudah dan cepat, cocok bagi mereka yang selalu sibuk (Sulistijani, 2002)

Kehadiran makanan cepat saji juga bisa mempengaruhi pola makan kaum remaja di kota. Khususnya bagi remaja tingkat menengah ke atas, restoran makanan cepat saji merupakan tempat yang tepat untuk bersantai. Makanan di restoran fast food ditawarkan dengan harga terjangkau dengan

kantong mereka, servisnya cepat dan jenis makanannya memenuhi selera. Keberadaan restoran-restoran fast food yang semakin menjamur di kota-kota besar di Indonesia, yang menyajikan berbagai makanan siap saji yang dapat berupa makanan tradisional Indonesia (seperti restoran padang) dan makanan barat (Kentucky, California fried chicken) yang terkenal dengan ayam gorengnya, disamping jenis makanan yang tidak kalah populer seperti Burger, Pizza, Sandwich, dan sebagainya. Dengan manajemen yang handal dan juga dilakukannya terobosan misalnya pelayanan yang praktis, desain interior restoran dibuat rapi, menarik dan bersih tanpa meninggalkan unsur kenyamanan, serta rasanya yang lezat membuat mereka yang sibuk dalam pekerjaannya memilih alternatif untuk mengkonsumsi jenis fast food, karena lebih cepat dan juga mengandung gengsi bagi sebagian golongan masyarakat. Bahkan di hari libur pun biasanya banyak keluarga yang memilih makanan diluar dengan jajanan fast food (Khomsan, 2004).

Makanan cepat saji mempunyai kelebihan yaitu penyajian cepat sehingga hemat waktu dan dapat dihidangkan kapan dan dimana saja, tempat saji dan penyajian yang higienis, dianggap makanan bergengsi, makanan modern, juga makanan gaul bagi anak muda. Makanan cepat saji yang dimaksud adalah jenis makanan yang dikemas, mudah disajikan, praktis, atau diolah dengan cara sederhana. Makanan tersebut umumnya diproduksi oleh industri pengolahan pangan dengan teknologi tinggi dan

memberikan berbagai zat aditif untuk mengawetkan dan memberikan cita rasa bagi produk tersebut.

Makanan cepat saji umumnya mengandung kalori, kadar lemak, gula dan sodium (Na) yang tinggi tetapi rendah serat, vitamin A, asam askorbat, kalsium dan folat. Makanan cepat saji adalah gaya hidup remaja (Khomsan, 2004).

A. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN

Hasil penelitian yang mendukung penelitian ini yaitu:

1. Penelitian Mita Kuroifah (2014) yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Iklan Makanan Instan Di Televisi Terhadap Perilaku Konsumsi Makanan Pada Mahasiswa Kos Program Studi Pendidikan Teknik Boga FT UNY". Penelitian ini menunjukkan daya tarik iklan makanan instan di televisi yang mempunyai nilai paling tinggi menurut responden diantaranya suara jelas, tampilan jelas, gerakan jelas, efektif, dan efisien. Hasil dari skripsi ini adalah Terdapat pengaruh daya tarik iklan makanan instan di televisi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa kos prodi pendidikan teknik boga FT UNY. Daya tarik iklan televisi mempengaruhi tindakan yang merupakan *action* dari perilaku sebesar 13,3%. Artinya pengetahuan terhadap daya tarik iklan mie instan dan *fast food* di televisi akan mempengaruhi sikap/respon. Selanjutnya sikap/respon akan mempengaruhi terhadap tindakan yang dilakukan. Selain pengaruh dari daya tarik iklan televisi, sebanyak 86,7% dipengaruhi oleh faktor

lainnya seperti keluarga, pendapatan orang tua, jumlah uang saku, pendidikan, sosial, budaya dan teman.

2. Jurnal EMBA VOL.1 No.3 oleh Regina Yamin Tahun 2013 yang berjudul "Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Astra International Daihatsu Di Manado". Penelitian ini memberikan gambaran tentang variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap Persepsi Konsumen, yaitu Citra Pembuat. Persepsi nilai, persepsi kualitas dan citra perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Astra International Daihatsu Paal 2 Manado.
3. Penelitian dari Irasmi (2012) dengan judul "Perilaku Mahasiswa Dalam Memilih Makanan Dan Minuman di Makassar Town Square". Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen terpusat pada individu untuk mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia berupa waktu, uang dan usaha untuk membeli barang barang yang berhubungan dengan konsumsi. Mahasiswa akan merasa bahwa status sosialnya meningkat ketika mengkonsumsi jenis makanan dan minuman yang disajikan pada tempat tempat tertentu . Makasar Town Square menjadi salah satu tempat paling banyak dikunjungi oleh Mahasiswa. Faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih jenis makanan dan minuman antara lain harga, kenyamanan, pengetahuan dari lingkungan social, dan peran media. Kota Makassar memperlihatkan adanya antusiasme masyarakat untuk berbisnis makanan dan minuman. Hal ini dapat dilihat di kota Makassar telah

banyak berdiri kedai makan, kafe atau restoran pinggir jalan kota dan di dalam Mall.

4. Jurnal visualita DKV Universitaa Komputer Indonesia Volume. 3 oleh M. Syahril Iskandar tahun 2011 mengenai "Pembentukan Persepsi Visual Pada Iklan Di Televisi" pembentukan persepsi visual iklan rokok pada televise ditunjukan dengan objek utama laki-laki yang jantan dan pemanfaatan objek pendukung pada visualisasinya. Hal ini didukung Melihat dari hasil survey terakhir tahun 2007-2008 yang dilakukan oleh Komisi Nasional Perlindungan Anak (Komnas PA), ternyata salah satu kriteria pria jantan menurut kebanyakan dari responden adalah mereka yang merokok. Dan masih berdasarkan penelitian Komnas PA; 83,7% perokok anak akibat pengaruh kuat iklan di media massa yang menonjolkan kejantanan dan kegagahan.
5. Jurnal Preventif, Volume 7 Nomor 1, oleh *Nurdin Rahman, Nikmah Utami Dewi, Fitra Armawaty* Tahun 2016 : 1- 64 mengenai "Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Makan Pada Remaja Sma Negeri 1 Palu" Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara pendapatan orang tua ($\rho = 0,004$) dan pengetahuan gizi ($\rho = 0,000$) dengan perilaku makan. Dengan pendapatan yang diperoleh, keluarga dapat mengonsumsi makanan bergizi seimbang seperti tahu, tempe, ikan, sayur-sayuran yang harganya relatif terjangkau. Melalui pengetahuan gizi, responden menjadi tahu bahwa kesehatan berhubungan erat dengan makanan yang dikonsumsi sehari-hari. Dalam penelitian ini ditemukan pula tidak ada hubungan antara teman sebaya

($p= 1,000$) dengan perilaku makan. Mayoritas responden masih tinggal bersama orang tua sehingga orang tua masih memegang peranan penting dalam membentuk perilaku makan anak.

B. KERANGKA BERPIKIR

Remaja secara aktif membangun dunia kognitif mereka. Informasi yang didapatkan tidak langsung diterima begitu saja ke dalam skema kognitif mereka. Remaja sudah mampu membedakan antara hal-hal atau ide-ide yang lebih penting dibanding ide lainnya, lalu remaja juga menghubungkan ide-ide tersebut. Seorang remaja tidak saja mengorganisasikan apa yang dialami dan diamati, tetapi remaja mampu mengolah cara berpikir mereka sehingga memunculkan suatu ide baru.

Makanan tradisional merupakan makanan yang sesungguhnya sangat sering kita jumpai. Rata rata dari makanan tradisional merupakan makanan yang sering sekali menjadi masakan rumah. Namun seiring berkembangnya zaman, banyak sekali restaurant restaurant yang tersedia khususnya di daerah perkotaan. Restaurant yang ada tidak hanya menjual makanan modern semata namun juga ada beberapa restaurant yang juga menjual makanan tradisional. Restaurant dengan tempat yang nyaman seringkali menahan konsumen untuk terus kembali menikmati hidangan yang mereka punya.

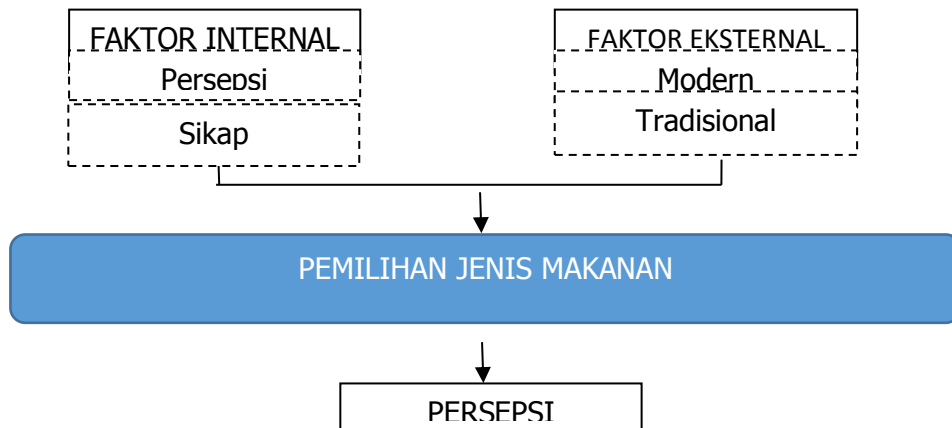
Lingkungan tempat tinggal merupakan lingkungan dimana kita tinggal. Dimana didalamnya terdapat keluarga, tetangga, status ekonomi dan kondisi

geografisnya. Lingkungan tempat tinggal dirasa sangat berpengaruh bagi remaja, khususnya dalam hal yang konsumtif seperti ini.

Kelurahan Mantrijeron merupakan kelurahan yang berada di daerah kota Yogyakarta. Tempatnya yang dekat dengan pusat *tourist* memicu daerah yang ada disekitarnya mulai membangun cafe atau restaurant dengan tema yang modern. Makanan yang dijual juga kebanyakan jenis makanan modern, namun juga ada restaurant sekitar yang menjual makanan tradisional karena tempatnya juga yang dekat dengan pusat Gudeg jogja di daerah wijilan.

Berdasarkan penjelasan di atas, daya tarik makanan tradisional dengan makanan modern akan dihubungkan dengan tahapan perilaku. Tahapan perilaku terdiri dari pengetahuan meliputi mengetahui, memahami, mengaplikasikan, menganalisis, mensintesis dan mengevaluasi produk makanan tradisional dan makanan modern tersebut. Pengetahuan bisa diperoleh dari internet, iklan di TV maupun media sosial. Setelah tahap pengetahuan, selanjutnya tahap sikap meliputi menerima, menanggapi, menghargai, bertanggungjawab pada produk tersebut. Dari tahap pengetahuan dan sikap tadi maka dapat terciptanya sebuah persepsi. Dari persepsi ini maka peneliti dapat melihat tindakan remaja dalam hal pemilihan makanan antara makanan tradisional dan makanan modern. Kerangka berfikir dapat ditunjukkan pada gambar berikut ini:

KERANGKA BERPIKIR



Gambar 3. Kerangka Berpikir

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berfikir, pada penelitian ini diajukan pertanyaan sebagai berikut:

3. Bagaimana persepsi remaja di Kelurahan Mantrijeron terhadap makanan tradisional dan makanan modern ?
4. Bagaimana perilaku konsumsi remaja di Kelurahan Mantrijeron terhadap makanan tradisional dan makanan modern?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian adalah sebuah cara untuk menemukan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan atau rumusan masalah dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan ilmiah (Endang, 2013:1). Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di 6 RW yang berlokasi di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dimulai bulan Januari 2016 sampai dengan Bulan Desember 2016.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Endang Mulyatiningsih (2013:9) populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah

yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono,2007:61). Menurut Arikunto (2010:173) yang dimaksud dengan populasi adalah keseluruhan obyek penelitian.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja yang berdada di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta. Populasi yang diambil disini adalah Remaja dengan dasar pertimbangan : 1) Menurut *Health Education Authority* tahun 2013, usia 15-34 tahun adalah konsumen terbanyak yang memilih menu *fast food*. 2) dipilihnya remaja karena remaja pemikiran terhadap makanan masih sering berubah ubah.

Menurut data yang diperoleh dari Kelurahan Mantrijeron, Kelurahan ini memiliki 4 wilayah dengan 20 RW. Dari total keseluruhan populasi remaja yang dimiliki oleh Kelurahan Mantrijeron dari jumlah remaja laki laki dan perempuan terdapat total 991 remaja yang tinggal didalamnya.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan mewakili populasi yang diteliti. Menurut Arikunto (2010:174), sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel adalah sebagian besar dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013:218-219) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.

Penetapan ukuran sampel tergantung pada karakteristik populasinya. Populasi pada kumpulan benda, remaja, makanan, dan jenis makanan yang berasal dari sumber yang sama bersifat homogen. Populasi pada manusia cenderung bersifat heterogen dan tersebar mendekati distribusi normal. Besar sampel dari populasi yang sebarannya berdistribusi normal diambil secara proporsional. Semakin besar jumlah sampel dari jumlah populasinya maka semakin kecil peluang kesalahan kesimpulan hasil penelitian yang akan digeneralisasi. Ukuran sampel yang harus diambil tergantung pada tingkat ketelitian atau kesalahan yang dikehendaki. Tingkat ketelitian yang dikehendaki sering tergantung pada sumber dana, waktu, dan tenaga yang tersedia (Endang Mulyatiningsih, 2013:17).

Ada beberapa rumus yang dapat digunakan oleh peneliti untuk menentukan jumlah anggota sampel. Sebagai patokan, jika peneliti memiliki beberapa ratus subjek dalam populasi maka dapat menentukan kurang lebih 23-30% dari jumlah subjek tersebut (Suharsimi, 2007:95).

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan penentuan ukuran menurut Issac dan Michael (1984) dalam buku metode penelitian terapan bidang pendidikan , Endang Mulyatiningsih (2013:18). Isaac dan Michael telah menghitung ukuran sampling dari jumlah populasi 10 – 1.000.000. Hasil perhitungan ukuran sampel tersebut telah dirangkum pada lampiran tabel penentuan menurut Isaac dan Michael. Ukuran sampel ditetapkan pada taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%. Pada penelitian ini taraf kesalahan yang digunakan yaitu 5%.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu diambil 6 RW dari 20 RW yang ada di Kelurahan Mantrijeron. Pada Teknik ini hanya RW 08, RW 09, RW 10, RW 11, RW 17, dan RW 18 yang berkesempatan menjadi sampel penelitian karena menurut data yang ada di Kelurahan Mantrijeron 6 RW tersebut memiliki remaja yang banyak dan dianggap mencukupi jumlah sampel yang dibutuhkan oleh peneliti . Populasi remaja yang ada di Kelurahan Mantrijeron yogyakarta berjumlah 991 remaja. Jika menggunakan taraf kesalahan 5% maka jumlah sampel yang harus didapatkan yaitu 258 remaja.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta.

Persepsi disini diteliti dengan 3 variabel yaitu pengetahuan, sikap, dan sikap. Agar tidak terjadi salah penafsiran, maka terlebih dahulu penulis akan kemukakan beberapa pengertian penting yang berhubungan dengan judul antara lain:

1. Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Dan Modern

Persepsi merupakan proses ketika seseorang menerima, mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi yang datang menjadi suatu arti tersendiri untuk menciptakan gambaran secara keseluruhan (Kotler, 2005). Sedangkan persepsi terhadap makanan merupakan suatu proses dimana remaja menerima sebuah informasi tentang jenis makanan, lalu mengorganisasi pemikiran terhadap jenis makanan sehingga dikemudian hari remaja sendiri dapat memahami atau mengerti tentang keseluruhan dari sebuah makanan yang dimaksudkan sehingga dapat menghasilkan sikap yang diinginkan. Dan nantinya remaja mampu membedakan jenis jenis makanan mulai dari makanan modern hingga makanan tradisional. Tingkat persepsi terhadap makanan tradisional dan makanan modern nantinya akan diukur oleh peneliti menggunakan instrument yang berupa angket.

2. Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Makanan Jajan

Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka

(Kotler dan Keller, 2008: 214). Sedangkan untuk perilaku konsumen yang dimaksudkan disini lebih cenderung bagaimana remaja memilih suatu produk untuk nantinya akan dibeli dan digunakan oleh remaja itu sendiri baik sesuai kebutuhan maupun sesuai yang diinginkan saja. Pada aspek ini akan diukur melalui angket yang akan dijadikan satu angket pula dengan angket persepsi.

E. Metode Pengumpulan Data

Pada saat melakukan penelitian untuk mendapatkan sebuah informasi maka dilakukan kegiatan pengumpulan data. Dalam proses pengumpulan data diperlukan sebuah alat atau instrument pengumpul data. Pada dasarnya terdapat dua macam instrument, yaitu instrument yang berbentuk tes dan yang non tes untuk mengukur sikap Endang Mulyatiningsih, (2013:24). Penelitian ini menggunakan tes. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) yang nantinya akan mengukur persepsi , sikap dan perilaku konsumen dan wawancara sebagai penguat hasil yang diperoleh dari angket. Instrumen tes berbentuk angket pernyataan.

1. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pernyataan yang sudah disiapkan secara sistematis kepada responden. Digunakannya kuesioner ini sebagai antisipasi

pemborosan waktu, tenaga yang banyak, sehingga dengan kuesioner akan jauh lebih efektif.

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner terbuka untuk identifikasi diri remaja dan kuesioner tertutup untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner. Dilihat dari penelitian ini menggunakan skala bertingkat (rating scale) yaitu sebuah pertanyaan yang diikuti oleh kolom kolom yang menunjukkan sebuah tingkatan. Kuesioner ini digunakan untuk mengungkapkan fakta fakta tentang persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta. Skala pengukuran instrument menggunakan empat alternatif jawaban yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, dan tidak setuju.

Pemberian skor untuk responden dapat berupa skor tertinggi bernilai (4) dan skor terendah bernilai (1). Pemberian skor pada setiap item untuk pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Kategori Pemberian Skor Pada Tiap Item untuk Pernyataan

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

Sumber: Endang Mulyatiningsih

2. Interview (wawancara)

Teknik pengumpulan data selanjutnya dengan teknik interview, yaitu dengan cara melakukan Tanya jawab secara langsung kepada sebagian responden atau pihak pihak yang terkait dengan penelitian dan yang dianggap dapat memberikan data serta informasi yang sesuai. Dalam penelitian ini menggunakan interview terpimpin yaitu interview yang dilakukan oleh pewawancara dengan membawa sederet pertanyaan yang mendukung penelitian kepada remaja di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta.

F. Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data yang diinginkan, seorang peneliti harus mempunyai alat ukur yang disebut dengan instrument penelitian. Menurut Sugiyono (2007:384) menyatakan bahwa instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Secara spesifik fenomena ini adalah variabel penelitian. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti dari penelitian ini adalah menetapkan indicator dari variabel yang ditetapkan kemudian.

Sedangkan menurut Arikunto (2010:192) instrument penelitian adalah alat pada waktu penelitian menggunakan satu metode. Dalam pembuatan instrument diperlukan langkah langkah yang diteliti dan benar agar dapat

memperoleh data yang memenuhi syarat dan dapat mewakili obyek. Untuk memudahkan penyusunan instrument ada prosedur dalam pengadaan instrument yang baik, yaitu:

1. Perencanaan meliputi perumusan tujuan, menentukan variabel dan kategori variabel.
2. Penulisan butir pernyataan atau item kuesioner, penyusunan skala dan penyusunan pedoman wawancara.
3. Penyuntingan yaitu melengkapi instrument dengan pedoman mengajukan surat pengantar, kunci jawaban, dan lain lain yang diperlukan
4. Uji coba instrument
5. Penganalisisan butir analisis item, melihat pola jawaban, peninjauan saran saran dan sebagainya.
6. Mengadakan revisi terhadap item item yang dirasakan kurang baik dengan mendasarkan ciri pada data yang diperoleh waktu uji coba.

Instrumen penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dan daftar pertanyaan wawancara. Kuesioner digunakan untuk mengisi pernyataan mengenai pengetahuan, sikap, dan sikap. Sedangkan daftar pertanyaan wawancara yang digunakan sebagai bahan penguat dari jawaban yang berada di angket mengambil beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan angket namun ditanyakan secara acak sehingga nantinya wawancara dapat membuktikan apakah

jawaban yang berada di angket itu benar benar hasil dari persepsi mereka pribadi atau bukan.

Angket yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang pengetahuan, sikap, dan sikap terhadap makanan berupa angket tertutup. Skala yang digunakan merupakan skala kumulatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Adapun kisi kisi keseluruhan instrument penelitian sebagai berikut :

Tabel 2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR		NO PERNYATAAN
PERSEPSI	Menerima	1. Sumber informasi yang didapatkan		1,2,3,4
		2. Informasi nama masakan	Makanan Tradisional	5,6
	Makanan Modern		7,8	
	Mengorganisasi	1. Pengetahuan terhadap makanan	Makanan Tradisional	9,10
			Makanan Modern	11,12
		2. Jenis jenis makanan	Makanan Tradisional	13,14
			Makanan Modern	15,16
		3. Tingkat ketertarikan terhadap suatu makanan	Makanan Tradisional	17,18
			Makanan Modern	19,20
		4. Fasilitas yang didapatkan dari restaurant	Makanan Tradisional	21,22
			Makanan Modern	23,24
	Menginterpretasi	1. Jangka waktu makan makanan jajan pada remaja	Makanan Tradisional	25,26
Makanan Modern			27,28	
Perilaku Konsumen dalam	memilih	1. Kecenderungan terhadap	Makanan Tradisional	29,30
			Makanan Modern	31,32

pemilihan makanan tradisional dan modern		pemilihan jenis makanan		
	Membeli	1. Jangka waktu pembelian makanan jajan pada remaja	Makanan Tradisional	33,34
			Makanan Modern	35,36
Menggunakan	1. Alasan pembelian makanan		37,3839,40	

G. Uji Coba Instrumen

Uji coba instrument berguna untuk mengetahui tingkat kesahihan dan kendala instrument, uji coba dapat dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan realibilitas, karena validitas dan realibilitas merupakan ketentuan pokok untuk menilai suatu alat ukur. Uji coba ini dilakukan sebelum angket digunakan pada penelitian sesungguhnya. Untuk memperoleh data pada penelitian ini digunakan instrumen penelitian yang disusun atas dasar kisi-kisi dari tiap variabel penelitian.

Uji coba instrument dilakukan pada remaja yang tidak menjadi sampel penelitian untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar merupakan instrument yang baik dan memadai. Baik buruknya instrument akan berpengaruh terhadap benar tidaknya data yang diperoleh. Hal tersebut sangat menentukan kualitas penelitian. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yang penting valid dan reliable. Adapun tahapan dalam analisis instrument antara lain:

1. Uji validitas

Menurut Sugiyono (2013:121) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.

Pengujian validitas instrumen menggunakan analisis butir yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap-tiap butir dengan skor totalnya sehingga dapat diperoleh indeks validitas tiap butir rumus korelasinya menggunakan teknik korelasi product moment dari Karl Person. Alasan menggunakan analisis korelasi product moment adalah karena datanya berupa data interval. Data interval adalah data statistik yang mempunyai jarak yang sama diantara hal-hal yang sedang diselidiki. Data yang berskala interval adalah data yang bersifat deskriptif.

Pengujian validitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan cara memberikan angket penelitian atau instrumen penelitian kepada sampel. Untuk menguji validitas butir-butir instrumen lebih lanjut, maka setelah dikonsultasikan dengan ahli, maka selanjutnya diuji cobakan pada 30 orang (Sugiyono, 2009:182-183).

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan rumus korelasi Product Moment dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{(n)(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara x dan y

n = jumlah responden

ΣX = jumlah skor butir

ΣY = total dari jumlah skor yang diperoleh tiap responden

$\Sigma 2X$ = jumlah dari kuadrat butir

$\Sigma 2Y$ = total dari kuadrat jumlah skor yang diperoleh tiap responden

ΣXY = jumlah hasil perkalian antara skor butir angket dengan jumlah skor yang diperoleh tiap responden.

Sumber : (Arikunto, 2010 :213)

Untuk uji coba validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi Product Moment Person dengan bantuan program SPSS versi 16,0 for windows. Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid atau tidaknya instrumen penelitian adalah jika r hitung sama dengan atau lebih besar dari r tabel pada taraf signifikan 5%, maka butir dari instrumen yang dimaksud adalah valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrumen yang dimaksud tidak valid. Butir instrumen yang tidak valid tidak digunakan dalam penelitian selanjutnya dianggap gugur.

Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen data angket diuji cobakan kepada 30 orang responden yang merupakan remaja di RW 07 Kelurahan Mantrijeron yang merupakan salah satu area didaerah kelurahan Mantrijeron Yogyakarta. Butir instrumen dikatakan valid apabila harga koefisien lebih besar atau sama dengan harga

korelasi (r) table dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$. Harga koefisien korelasi $N = 28$ pada taraf signifikan 5% r tabel = $0,3610$. variabel persepsi remaja valid karena nilai dari r hitung lebih dari nilai r tabel yaitu $0,3610$.

Hasil dari penghitungan validitas ini telah memenuhi syarat dan dikatakan valid karena nilai dari r hitung melebihi nilai r tabel yaitu $0,3610$. Sehingga dapat dihasilkan kisi kisi instrument yang valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian di Kelurahan Mantrijeron. Maka kisi-kisi hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen yang akan digunakan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 kisi-kisi hasil uji validitas

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO PERNYATAAN	
PERSEPSI	Menerima	1. Sumber informasi yang didapatkan	1,2,3,	
		2. Informasi nama masakan	Makanan Tradisional	4,5
			Makanan Modern	6,7
	Mengorganisasi	1. Pengetahuan terhadap makanan	Makanan Tradisional	8,9
			Makanan Modern	10,11
		2. Jenis jenis makanan	Makanan Tradisional	12,
			Makanan Modern	13,14
		3. Tingkat ketertarikan terhadap suatu makanan	Makanan Tradisional	15,16
			Makanan Modern	17,18
		4. Fasilitas yang didapatkan dari restaurant	Makanan Tradisional	19,20
			Makanan Modern	21,22
	Menginterpretasi	1. Jangka waktu makan	Makanan Tradisional	23
			Makanan Modern	24,25

		makanan jajan pada remaja		
Perilaku Konsumen dalam pemilihan makanan tradisional dan modern	memilih	1. Kecenderungan terhadap pemilihan jenis makanan	Makanan Tradisional	26,27
			Makanan Modern	28,29
	Membeli	1. Jangka waktu pembelian makanan jajan pada remaja	Makanan Tradisional	30,31
			Makanan Modern	32,33
	Menggunakan	1. Alasan pembelian makanan		34,35,36,37

Keterangan :

* dalam uji coba instrument

1. Uji Realibilitas

Persyaratan tes menurut (Suharsimi Arikunto, 2012:100) bahwa realibilitas berhubungan dengan masalah kepercayaan, tes dapat dikatakan mempunyai kepercayaan yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Instrument reliable apabila digunakan kembali dengan waktu yang berbeda akan memberikan hasil yang sama. Reliabilitas instrument dilakukan dengan pengujian menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan syarat minimum bila reliable > 0,6 (Juliansyah, 2011:165), sedangkan berdasarkan Suharsimi Arikunto (2012:232) menyatakan bahwa soal yang baik adalah butir butir soal yang mempunyai indeks diskriminasi 0,4 sampai dengan 0,7. Untuk penentuan tingkat nilai koefisien realibilitas korelasi pada table 4, dan untuk klasifikasi daya pembeda dapat dilihat pada table 5

Tabel 4. Intepretasi Nilai Koefisien Realibilitas

Koefisien Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
0,800 -1,000	Sangat Tinggi
0,600 - 0,799	Tinggi
0,400 – 0,599	Cukup
0,200 – 0,399	Rendah
< 0,200	Sangat Rendah

Tabel 5. Klasifikasi Daya Pembeda

Koefisien Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Jelek
0,21 – 0,40	Cukup
0,41 – 0,70	Baik
0,71 – 1,00	Baik Sekali
Negative	Tidak Baik

Sumber : Suharsimi Arikunto (2012:232)

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel dalam kolom harapan dan kenyataan dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Persepsi remaja	0,927	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2016)

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa variabel mempunyai

koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing indikator dari koesioner adalah reliabel yang berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal. Setelah dilakukan uji reliabilitas diperoleh hasil reliabilitas dengan tingkat keandalan tinggi yaitu sebesar 0,90. Dengan demikian instrumen kualitas pelayanan memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan deskriptif Kuantitatif. Statistic deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2013:148).

Tingkat besaran statistic deskriptif berupa rata-rata (mean), nilai tengah (median), frekuensi terbanyak (mode), dan simpangan baku (standard deviation) kemudian penentuan kecenderungan variabel. Pengkategorian data dilakukan berdasarkan Mean Ideal dan Standard Deviationideal yang didapatkan. Mengacu kepada pembagian kategori menurut Anas Sudjono (2011:170) dibagi menjadi empat kriteria hasil yaitu tinggi, cukup, kurang, rendah. Sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

- 4 skala = 6 SDi
 - 1 skala = $6/4$ SDi = 1,5 SDi
- Berikut table rumus data variabel

Tabel 7. Distribusi Kategori Data

No	Rentang Skor (i)	Kategori
1	$>(Mi + 1,5 SDi)$	Tinggi
2	$(Mi + 0 SDi)$ sampai dengan $(Mi + 1,5 SDi)$	Cukup
3	$(Mi + 1,5 SDi)$ sampai dengan $(Mi + 0,0 SDi)$	Kurang
4	$(Mi + 1,5 SDi)$	Rendah

Keterangan :

Mi : Rerata / Mean Ideal

SDi : Standar Deviasi ideal

Mi : $\frac{1}{2}$ (skor ideal tertinggi + skor ideal terendah)

SDi : $\frac{1}{6}$ (skor ideal tertinggi - skor ideal terendah)

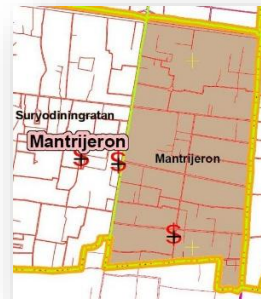
Pada penelitian ini instrument yang digunakan merupakan instrument tes. Pada penelitian ini yaitu angket tertutup dalam bentuk angket check list sebanyak 37 pernyataan. Skor total untuk data persepsi sebanyak 37 pernyataan adalah maksimal 148 dan skor minimum adalah 37.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta yang merupakan salah satu kelurahan padat penduduk yang ada di Kota Yogyakarta. Letak kelurahan ini sangat strategis karena berada didekat pusat kota. Kelurahan ini beralamatkan di Jalan jogokaryan, Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 4. Peta Kelurahan Mantrijeron

Subyek Penelitian ini adalah remaja yang ada di kelurahan mantrijeron yang diwakili oleh remaja pada 6 RW. Enam RW yang dimaksudkan yaitu RW 08, RW 09, RW 10, RW 11, RW 17, dan RW 18. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 258 remaja. Diambilnya 6 RW dari total 20 RW yang ada di Kelurahan Mantrijeron karena dari data yang ada di Kelurahan Mantrijeron 6 RW ini sudah memenuhi syarat jumlah peserta penelitian dan letak RW ini memang yang paling dekat dengan restaurant-restaurant yang berdiri di

sekitar Kelurahan Mantrijeron. Sedangkan obyek dari penelitian ini adalah persepsi remaja terhadap pemilihan makanan tradisional maupun makanan modern.

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Deskripsi data dimaksudkan untuk memberikan gambaran jelas mengenai karakteristik skor yang diperoleh dalam penelitian persepsi remaja dalam memilih makanan tradisional maupun makanan modern di Kelurahan dari 2 variabel sebagai berikut:

1. Persepsi Remaja Terhadap Makanan Tradisional Ataupun Makanan Modern

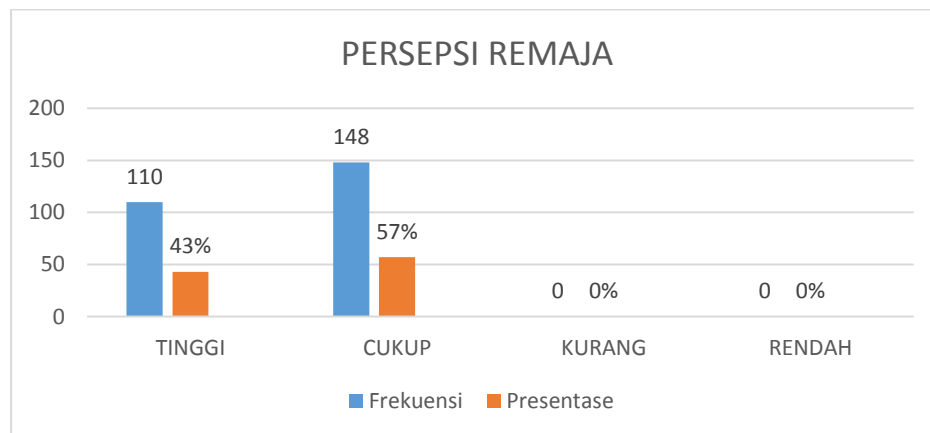
Persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern diukur menggunakan angket kuesioner. Jumlah pernyataan yang diberikan kepada remaja berjumlah 18 butir pernyataan , pernyataan tersebut mencakup 7 sub indikator. Subyek penelitian ini berjumlah 258 remaja yang semuanya merupakan remaja yang tinggal di 6 RW yang berada di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan statistic deskriptif.

Berdasarkan hasil perhitungan deskriptif untuk data persepsi diperoleh hasil nilai median 80 , modus 75 , standar deviasi 6.73, skor minimum idealnya 25 dan skor maksimum idealnya 100. Untuk hasil dari persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern diperoleh kategori seperti yang disebutkan dalam tabel 8.

Tabel 8. Hasil Persepsi Remaja Terhadap Makanan Tradisional Ataupun Makanan Modern

No	Kriteria Penilaian	Kategori	Frekuensi	Presentase
1	$X > 81,25$	TINGGI	110	43%
2	$62,5 < X \leq 81,25$	CUKUP	148	57%
	$43,75 < X \leq 62,5$	KURANG	0	0%
4	$X \leq 43,75$	RENDAH	0	0%
JUMLAH			258	100%

Selanjutnya tingkat persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern dapat dilihat melalui diagram batang aspek persepsi remaja terhadap makanan tradisional ataupun makanan modern. Berikut diagram batang aspek persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern, Gambar6.



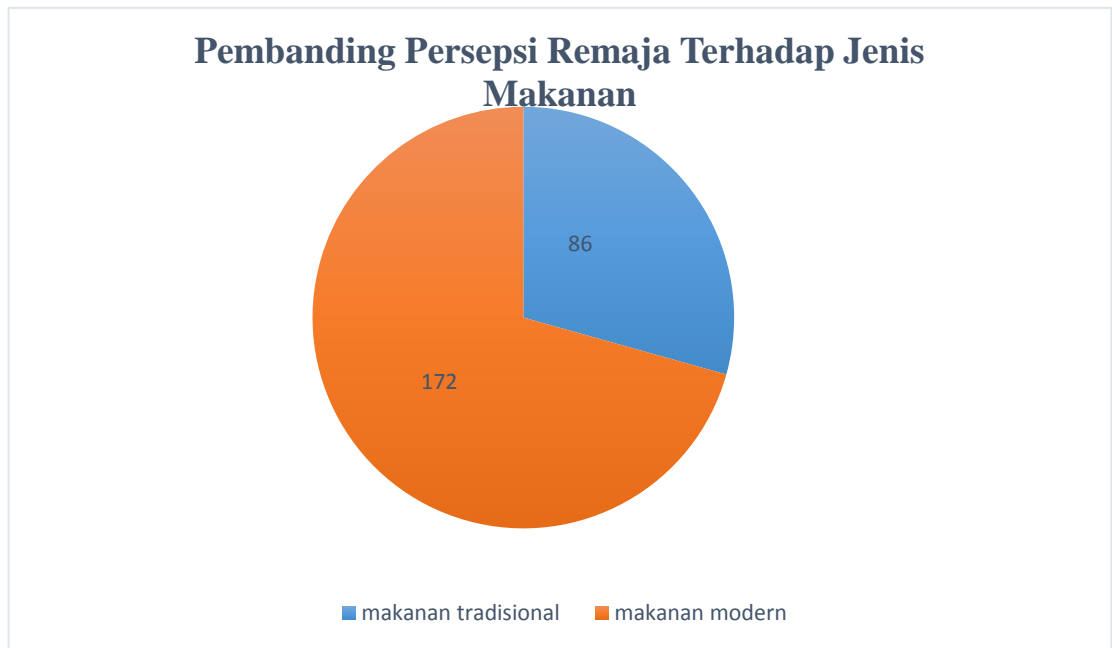
Gambar 5. Diagram Batang Aspek Persepsi Remaja

Berdasarkan analisis deskriptif diketahui skor minimum 25 dan skor maksimum 100 dan skor rata rata persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern sebesar 79,47. Hasil penelitian menunjukkan

132 remaja mendapatkan skor diatas rata rata dan 126 remaja mendapatkan skor dibawah rata rata. Berdasarkan data dapat diketahui bahwanilai rerata 79,47 lebih kecil dari nilai median 80 dan lebih besar dari nilai modus 75. Data ini menunjukkan bahwa sebaran nilai skor remaja dalam berpersepsi terhadap makanan tradisional dan makanan modern yang diperoleh berada diatas ratarata. Secara keseluruhan penelitian ini mendapatkan hasil persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern masuk kedalam kategori cukup dimana kategori cukup memperoleh presentase sebesar 57%.

Jika dilihat dari 2 perbedaan jenis makanan persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan persepsi remaja terhadap makanan modern, penelitian ini menghasilkan data persepsi remaja terhadap makanan tradisional lebih rendah dibandingkan persepsi remaja terhadap makanan modern. Hal ini dapat dilihat pada kategori cukup untuk keduanya pada point persepsi terhadap makanan tradisional didapatkan hasil 86 remaja masuk kedalamnya, sedangkan pada point persepsi terhadap makanan modern didapatkan hasil 172 remaja masuk didalamnya.

Hasil ini dapat dilihat melalui diagram lingkaran pembandingan persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern pada gambar 7.



Gambar 6. Diagram pembandingan persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern.

2. Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional dan Makanan Modern

Perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern diukur menggunakan angket kuesioner. Jumlah pernyataan yang diberikan kepada remaja berjumlah 12 butir pernyataan , pernyataan tersebut mencakup 3 sub indikator. Subyek penelitian ini berjumlah 258 remaja yang semuanya merupakan remaja yang tinggal di 6 RW yang berada di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan statistic deskriptif.

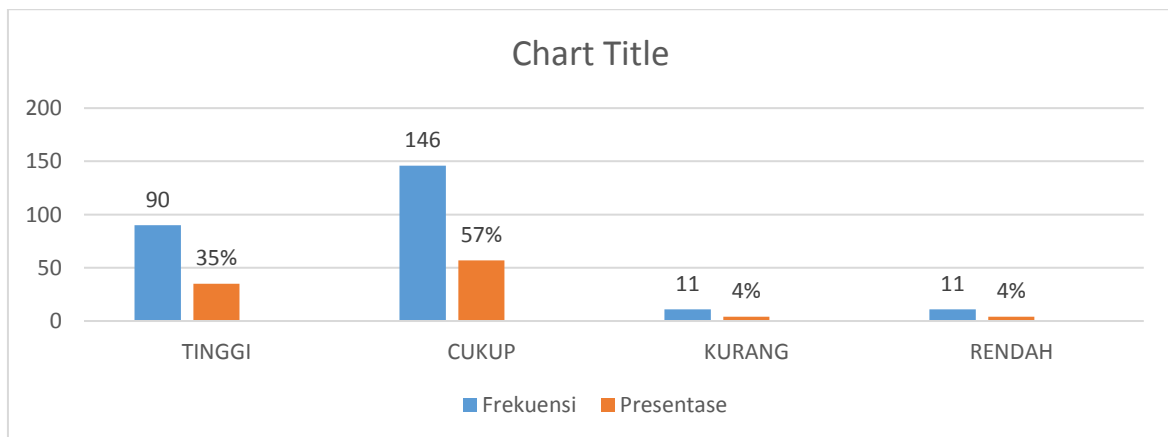
Berdasarkan hasil perhitungan deskriptif untuk data sikap atau perilaku remaja diperoleh hasil nilai median 38 , modus 36 , standar deviasi 6.06, skor

minimum idealnya 12 dan skor maksimum idealnya 48. Untuk hasil dari sikap atau perilaku remaja diperoleh kategori seperti yang disebutkan dalam tabel 9.

Tabel 9. Hasil Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional Ataupun Makanan Modern

No	Kriteria Penilaian	Kategori	Frekuensi	Presentase
1	$X > 39$	TINGGI	90	35%
2	$30 < X \leq 39$	CUKUP	146	57%
	$21 < X \leq 30$	KURANG	11	4%
4	$X \leq 21$	RENDAH	11	4%
JUMLAH			258	100%

Selanjutnya tingkat perilaku remaja dapat dilihat melalui diagram batang aspek perilaku remaja. Berikut diagram batang aspek perilaku remaja, Gambar 6.



Gambar 7. Diagram Batang Aspek Perilaku Remaja

Berdasarkan analisis deskriptif diketahui skor minimum 12 dan skor maksimum 48 dan skor rata rata perilaku remaja sebesar 37,5. Hasil penelitian

menunjukkan 140 remaja mendapatkan skor diatas rata rata dan 118 remaja mendapatkan skor dibawah rata rata. Berdasarkan data dapat diketahui bahwa nilai rerata 37,5 lebih kecil dari nilai median 38 dan lebih besar dari nilai modus 36. Data ini menunjukkan bahwa sebaran nilai skor remaja dalam berperilaku terhadap makanan tradisional dan makanan modern yang diperoleh berada diatas ratarata. Secara keseluruhan penelitian ini mendapatkan hasil perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern masuk kedalam kategori cukup dimana kategori cukup memperoleh presentase sebesar 57%.

Jika dilihat dari 2 perbedaan jenis makanan perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan perilaku remaja terhadap makanan modern, penelitian ini menghasilkan data perilaku remaja terhadap makanan tradisional lebih rendah dibandingkan perilaku remaja terhadap makanan modern. Hal ini dapat dilihat pada kategori cukup untuk keduanya pada point perilaku remaja terhadap makanan tradisional didapatkan hasil 110 remaja masuk kedalamnya, sedangkan pada point sikap atau perilaku remaja terhadap makanan modern didapatkan hasil 148 remaja masuk didalamnya.

Hasil ini dapat dilihat melalui diagram lingkaran pembandingan perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern pada gambar 7.



Gambar 8. Diagram pembandingan perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern.

3. Hasil Wawancara Terhadap Remaja

Hasil wawancara singkat disini bertujuan untuk mendukung pernyataan yang telah mereka tulis pada angket pernyataan yang telah disebarikan. Remaja yang diwawancarai hanya berjumlah 50 remaja saja dan rata-rata jawaban yang mereka katakan ketika diwawancarai adalah

- a. Makanan tradisional menurut mereka adalah makanan yang sering ada dirumah
 - b. Makanan modern menurut mereka adalah makanan yang dijual di Mall seperti fastfood (KFC, MC Donald, Pizza Hut, Hokben)
 - c. Nama makanan tradisional yang mereka ketahui:
 - Gudeg - Songgobuwono
 - Lodeh - Lemper

- Rendang - Arem Arem
 - Rawon - Jadah Manten
- d. Nama makanan modern yang mereka ketahui:
- KFC - Tachos
 - McDonald - Hamburger
 - Pizza - Kebab
 - Pasta
 - Steak
- e. Menurut mereka makanan tradisional itu makanan yang kuno dan makanan yang biasa tidak menarik buat dicoba
- f. Menurut mereka makanan modern jenisnya banyak jadi menarik buat dicoba
- g. Walaupun harga makanan modern jauh lebih mahal dibandingkan harga makanan tradisional tapi mereka tetap lebih senang membeli makanan modern, karena menurut mereka kalau jajan makanan modern biar tidak dibilang ketinggalan jaman dan biar terlihat populer.
- h. Makanan modern itu makanannya remaja Sedangkan makanan tradisional itu makanannya orangtua.
- i. Dari hasil wawancara juga diketahui kalau mereka juga sering menghabiskan waktu untuk mengerjakan tugas atau hanya sekedar mengobrol di restoran yang ada disekitar daerah kelurahan Mantrijeron

- j. Restoran dan kafe yang sering mereka datangi seperti mouton slice and grill, mediterania, tomo ngelak, nanamia pizzeria, Greenhost Hotel, Calzone Express, Djoeragan susu.
- k. Ada juga yang lebih memilih makanan tradisional karena menurut dia makanan tradisional harganya tidak terlalu mahal dan rasanya lebih kaya akan bumbu.
- l. Untuk remaja yang lebih memilih mengkonsumsi makanan tradisional memang tergolong remaja yang lebih sering menghabiskan waktu dirumah, karena saat ditanya lebih sering suka jajan dimana mereka menjawab tidak suka jajan diluar rumah, jajan diluar rumah kalau ada yang mengajaknya saja

C. PEMBAHASAN

1. Persepsi Remaja Terhadap Makanan Tradisional Ataupun Makanan Modern

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil angket yang diisi oleh 258 remaja yang berada di 6 RW yang ada di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta, persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern tergolong cukup. Data tingkat persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern yang dikategorikan tinggi sejumlah 43% (110 remaja), kategori cukup 57% (148 remaja), kategori kurang 0%, dan kategori rendah 0%.

Persepsi adalah proses ketika seseorang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi yang datang menjadi suatu arti tersendiri untuk menciptakan gambaran secara keseluruhan (Kotler, 2005). Proses proses untuk mendapatkan persepsi pada penelitian ini yaitu menerima informasi, mengorganisasi, dan menginterpretasi. Pada penelitian ini semua proses tersebut sudah dicakup dan berada pada kategori cukup.

Seperti halnya Jurnal EMBA VOL.1 No.3 yang disusun oleh Regina Yamin Tahun 2013 yang berjudul "Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Astra International Daihatsu Di Manado". Penelitian ini memberikan gambaran tentang variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap Persepsi Konsumen, yaitu Citra Pembuat. Persepsi nilai, persepsi kualitas dan citra perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Astra International Daihatsu Paal 2 Manado. Penelitian mengenai persepsi terhadap makanan tradisional dan makanan modern disini juga melewati beberapa proses yang saling mempengaruhi satu dan yang lainnya. Kesimpulan yang dapat diambil dari data yang telah dijelaskan keseluruhan proses pengambilan persepsi mempunyai pengaruh yang signifikan untuk menentukan persepsi pada remaja yang nantinya akan memberikan kepuasan terhadap apa yang sudah diinterpretasikan.

Sedangkan jika dilihat dari 2 perbedaan jenis makanan persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan persepsi remaja terhadap makanan

modern, penelitian ini menghasilkan data persepsi remaja terhadap makanan tradisional lebih rendah dibandingkan persepsi remaja terhadap makanan modern. Hal ini dapat dilihat pada kategori cukup untuk keduanya pada point persepsi terhadap makanan tradisional didapatkan hasil 86 remaja masuk kedalamnya, sedangkan pada point persepsi terhadap makanan modern didapatkan hasil 172 remaja masuk didalamnya.

2. Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional dan Makanan

Modern

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil angket yang diisi oleh 258 remaja yang berada di 6 RW yang ada di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta, perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern tergolong cukup. Data tingkat perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern yang dikategorikan tinggi sejumlah 35% (90 remaja), kategori cukup 57% (146 remaja), kategori kurang 4%,(11 remaja) dan kategori rendah 4% (11 remaja).

Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka (Kotler dan Keller, 2008: 214). Proses proses untuk mendapatkan sikap atau perilaku konsumen pada penelitian ini yaitu memilih, membeli, dan menggunakannya. Pada penelitian ini semua proses tersebut sudah dicakup dan berada pada kategori cukup.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Mita Kuroifah (2014) yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Iklan Makanan Instan Di Televisi Terhadap Perilaku Konsumsi Makanan Pada Mahasiswa Kos Program Studi Pendidikan Teknik Boga FT UNY". Penelitian ini menunjukkan daya tarik iklan makanan instan di televisi yang mempunyai nilai paling tinggi menurut responden diantaranya suara jelas, tampilan jelas, gerakan jelas, efektif, dan efisien. Hasil dari skripsi ini adalah Terdapat pengaruh daya tarik iklan makanan instan di televisi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa kos prodi pendidikan teknik boga FT UNY. Daya tarik iklan televisi mempengaruhi tindakan yang merupakan *action* dari perilaku sebesar 13,3%. Artinya pengetahuan terhadap daya tarik iklan mie instan dan *fast food* di televisi akan mempengaruhi sikap/respon. Selanjutnya sikap/respon akan mempengaruhi terhadap tindakan yang dilakukan. Selain pengaruh dari daya tarik iklan televisi, sebanyak 86,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti keluarga, pendapatan orang tua, jumlah uang saku, pendidikan, sosial, budaya dan teman. Namun jika pada penelitian perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern ini sendiri diukur dengan proses yang nantinya akan mempengaruhi perilaku remaja itu sendiri. Kesimpulan yang dapat diambil dari data yang telah dijelaskan keseluruhan proses perilaku konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap remaja untuk menentukan sikap atau perilaku terhadap makanan tradisional dan makanan modern.

Sedangkan jika dilihat dari 2 perbedaan jenis makanan perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan perilaku remaja terhadap makanan modern, penelitian ini menghasilkan data perilaku remaja terhadap makanan tradisional lebih rendah dibandingkan perilaku remaja terhadap makanan modern. Hal ini dapat dilihat pada kategori cukup untuk keduanya pada point perilaku terhadap makanan tradisional didapatkan hasil 110 remaja masuk kedalamnya, sedangkan pada point perilaku terhadap makanan modern didapatkan hasil 148 remaja masuk didalamnya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1.** Persepsi remaja terhadap makanan tradisional ataupun makanan modern berdasarkan data yang diperoleh dari hasil angket yang diisi oleh 258 remaja yang berada di 6 RW yang ada di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta, persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern tergolong cukup. Data tingkat persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern yang dikategorikan tinggi sejumlah 43% (110 remaja), kategori cukup 57% (148 remaja), kategori kurang 0%, dan kategori rendah 0%. Sedangkan jika dilihat dari 2 perbedaan jenis makanan persepsi remaja terhadap makanan tradisional dan persepsi remaja terhadap makanan modern, penelitian ini menghasilkan data persepsi remaja terhadap makanan tradisional lebih rendah dibandingkan persepsi remaja terhadap makanan modern. Hal ini dapat dilihat pada kategori cukup untuk keduanya pada point persepsi terhadap makanan tradisional didapatkan hasil 86 remaja masuk kedalamnya, sedangkan pada point persepsi terhadap makanan modern didapatkan hasil 172 remaja masuk didalamnya.
- 2.** Perilaku konsumsi pada remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern berdasarkan data yang diperoleh dari hasil angket yang diisi oleh 258

remaja yang berada di 6 RW yang ada di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta, perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern tergolong cukup. Data tingkat perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern yang dikategorikan tinggi sejumlah 35% (90 remaja), kategori cukup 57% (146 remaja), kategori kurang 4% (11 remaja) dan kategori rendah 4% (11 remaja). Sedangkan jika dilihat dari 2 perbedaan jenis makanan perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan perilaku remaja terhadap makanan modern, penelitian ini menghasilkan data perilaku remaja terhadap makanan tradisional lebih rendah dibandingkan perilaku remaja terhadap makanan modern. Hal ini dapat dilihat pada kategori cukup untuk keduanya pada point persepsi terhadap makanan tradisional didapatkan hasil 110 remaja masuk kedalamnya, sedangkan pada point persepsi terhadap makanan modern didapatkan hasil 148 remaja masuk didalamnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Persepsi dan sikap atau perilaku konsumen pada remaja di Kelurahan Mantrijeron dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Remaja hendaknya tetap dibiasakan untuk mengkonsumsi makanan tradisional baik itu makanan yang disajikan dirumah atau yang dibeli diluar rumah. Hal ini dilakukan supaya tidak hilang atau lunturnya makanan tradisional yang diolah saat ini dan supaya mereka juga dapat mengetahui dan tidak asing dengan

makanan turun temurun dari nenek moyang sendiri. Selain itu sebenarnya makanan tradisional jauh lebih mengandung banyak nilai gizi dibandingkan dengan makanan modern yang berupa makanan siap saji. Hal ini bisa dilaksanakan dengan adanya sosialisasi kepada masyarakat melalui LSM atau Kelurahan mengenai baiknya mengkonsumsi dan menjaga makanan tradisional agar tetap terjaga di kemudian hari.

2. Sebaiknya restaurant restaurant yang berada disekitar lingkungan Kelurahan Mantrijeron sedikit diseleksi atau dibatasi oleh pihak Kelurahan Mantrijeron sehingga restaurant yang berada disekitar Kelurahan Mantrijeron sendiri tidak cenderung kepada restaurant modern yang lebih banyak berdiri. Hal ini disarankan supaya lebih seimbang saja antara restaurant yang menjual makanan tradisional dan makanan modern supaya tidak ada yang lebih menonjol untuk keduanya. Hal ini juga supaya remaja yang tinggal didaerah kelurahan mantrijeron terpengaruh sehingga lebih menunjukkan sikap lebih memilih atau lebih tertarik pada makanan modern saja.

C. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini jumlah butir pernyataan masih sangat terbatas jumlahnya sehingga dianggap masih kurang maksimal dalam menggali informasi dari objek penelitian, sehingga apabila diadakan penelitian lebih lanjut sebaiknya jumlah butir pernyataan ditambah lebih banyak lagi sehingga dapat maksimal dalam mendapatkan informasi. Selain itu pihak kelurahan

Mantrijeron hanya sebatas memberikan izin untuk melakukan penelitian didaerahnya sehingga untuk mengumpulkan remaja yang ada di kelurahan harus dilakukan sendiri dengan bertanya pada masyarakat sekitar dan memakan banyak waktu, mengingat tidak semua tempat peneliti ketahui. Sehingga apabila diadakan penelitian lebih lanjut sebaiknya remaja dikumpulkan disatu titik lokasi dan pada waktu yang bersamaan. Hal ini supaya penelitian lebih mudah untuk dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam's, Sexton, Adelaide Griffin, Manullang M. 2006. *Manajemen Sumber Daya*
- Allport, G.W. (1935). *Attitudes* dalam Handbook for Social Psychology. C. Murchiso (ed), Worcester. Mass : Clarc University Press.
- Andik Wibowo, (2014). *Kesehatan Masyarakat di Indonesia Konsep, Aplikasi, dan Tantangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Arindita. S. 2003. *Hubungan antara Persepsi Kualitas Pelayanan dan Citra Bank dengan Loyalitas Nasabah*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Astuti, Dewi, (2007). *Manajemen Psychology Perusahaan*, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Belch, George E., Michael A. Belch. (2001). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. Fourth Edition. Boston: Mc.Graw Hill.
- Buchari Alma, (2005), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault, and E. Jerome. McCarthy. (2008). *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*. Jakarta: Salemba empat.
- Deswita. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Endang Mulyatiningsih, (2013). *Metodologi Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Fiani, Margaretha S. & Edwin Japarianto. (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Gedard, Kathryn & Geldard, David, (2011), *Konseling Remaja*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Graves, Philip. (2015). *Consumer.ology: Mitos Riset Pasar, Kebenaran tentang Konsumen, dan Psikologi Berbelanja*. Terj. Dharma. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Ibrahim, Amin. 2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Bandung : CV.Mandar Maju.
- Khomsan, A. (2004). *Peranan Pangan dan Gizi untuk Kualitas Hidup*. Penerbit PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Kotler dan Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuhnlein HV, Receveur O. (1996). *Dietary change and traditional food systems of indigenous peoples*. *Annu Rev Nutr* 16:417-442.
- Notoatmodjo, S. (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Pendidikan dan Perilaku kesehatan*. Cetakan 2 Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Notoatmodjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Robbins dan Coulter. (1999). *Manajemen* . Edisi Ke-enam. Jakarta : PT.Prenhallindo.
- Robbins, Stephen P, (2003). *Perilaku Organisasi*, Jilid 2, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Rosyadi, Khoiron. (2001). *Pendidikan Profetik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sastrohamidjojo, H. (1991), *Spektroskopi*, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Schiffman and Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*. New York: Prentice Hall International, Inc.
- Schiffman and Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*. Vol.2, New York: Prentice Hall International.
- Stanton, WJ. (2010). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, (2005). *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung.

- Suharsimi Arikunto, (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Suharsimi Arikunto, (2012). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi
- Sukriah, Ika, dkk. (2009). Jurnal. "*Pengaruh Pengalaman Kerja, Independensi, Objektivitas, Integritas, dan Kompetensi terhadap Kualitas Hasil Pemeriksaan*". Simposium Nasional Akuntansi XII, Palembang.
- Sulistijani.D. A. (2002). *Sehat dengan Menu Berserat*. Jakarta:Trubus Agriwidya.
- Sunyobroto. (1995). *Makanan Tradisional*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sunyoto, Danang, (2009). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, Edisi Pertama, Media Pressindo, Yogyakarta. C.V. Alfabeta, Bandung.
- Susanto, Djoko. (1991). *Pengantar Pengetahuan Pasar*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Walgito, B. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Ed. 3. Yogyakarta: Adi.
- William D. Perreault, and E. Jerome. McCarthy. (2008). *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*. Jakarta: Salemba empat.
- Worthington.(2000). *Nutrition Throughout The Life Cycle. The MacGraw-Hill International. Edition : USA*