

PENGARUH KARAKTERISTIK MAKANAN DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN KHAS KRATON YOGYAKARTA

Oleh: Robinsen Yurian Priyonggo, Universitas Negeri Yogyakarta

basketball.robin12@gmail.com

Dosen: Dr. Badraningsih L., M.Kes.

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui : (1) karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta, (2) karakteristik pelayanan khas Kraton Yogyakarta, (3) pengaruh karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta terhadap keputusan pembelian, (4) pengaruh karakteristik pelayanan khas Kraton Yogyakarta terhadap keputusan pembelian, dan (5) pengaruh karakteristik makanan dan pelayanan khas Kraton Yogyakarta terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional dengan tujuan mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan data yang didapat berupa data interval skala *Likert* angka 1 sampai 4, 4 untuk tanggapan sangat setuju dan 1 untuk tanggapan sangat tidak setuju. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) Makanan khas Kraton Yogyakarta berasa manis dan gurih, warna tidak mencolok, dan nama makanan dalam bahasa asli/Jawa. (2) Karakteristik pelayanan khas Kraton Yogyakarta terletak pada pelayan yang menggunakan pakaian tradisional dan menyediakan camilan saat tamu menunggu pesanan. (3) Karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan F_{hitung} sebesar 319,33 lebih besar daripada $F_{tabel} = 3,94$. (4) Karakteristik pelayanan khas Kraton Yogyakarta berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan F_{hitung} sebesar 90,73 lebih besar daripada $F_{tabel} = 3,94$. (5) karakteristik makanan dan karakteristik pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran khas Kraton Yogyakarta, dengan F_{hitung} sebesar 360,72 lebih besar daripada $F_{tabel} = 3,09$.

Kata kunci: Karakteristik, Keputusan Pembelian, Restoran khas Kraton Yogyakarta.

THE INFLUENCE OF FOOD AND SERVICE CHARACTERISTIC FOR CONSUMER'S DINING DECISION ON YOGYAKARTA SULTAN PALACE RESTAURANT

By: Robinsen Yurian Priyonggo, Yogyakarta State University

basketball.robin12@gmail.com

Lecturer: Dr. Badraningsih L., M.Kes.

ABSTRACT

The purposes of this research were to find: (1) Yogyakarta Sultan Palace Restaurant's food characteristic, (2) Yogyakarta Sultan Palace Restaurant's service characteristic, (3) the influence of Yogyakarta Sultan Palace Restaurant's food characteristic for consumer's dining decision, (4) the influence of Yogyakarta Sultan Palace Restaurant's service characteristic for consumer's dining decision, and (5) the influence of Yogyakarta Sultan Palace Restaurant's together food and service characteristic for consumer's dining decision. This research is correlational research, with purpose to find the influence of independence variable for dependence variable. The technique of collecting data used questionnaire. Data is collected by using 1-4 likert scale, 4 is for very agree statement and 1 for very disagree statement from respondent. Data analysis techniques use single and multiple linear regression. The results of the study showed that: (1) Sultan Palace Restaurant's food characteristic were sweet taste, savoury, low intensity colour, and food name was written in Javanese language. (2) Sultan Palace Restaurant's service characteristic were waiters wore traditional outfit and restaurant served welcome snack while consumers were waiting for their orders. (3) Sultan Palace Restaurant's food characteristic influenced consumer's dining decision, with $F_{count} = 319,33$ was bigger than $F_{table}=3,94$. (4) Sultan Palace Restaurant's service characteristic influenced consumer's dining decision, with $F_{count} = 90,73$ was bigger than $F_{table}=3,94$, and (5) Sultan Palace Restaurant's food and service characteristic influenced consumer's dining decision, with $F_{count} = 360,72$ was bigger than $F_{table}=3,09$.

Keywords: Characteristic, Dining Decision, Yogyakarta Sultan Palace Restaurant.

PENDAHULUAN

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota tujuan wisata di Indonesia, baik peninggalan sejarahnya maupun wisata kulinernya. Wisata kuliner di kota Yogyakarta digemari oleh wisatawan sekedar untuk mencicipi rasa maupun dibawa pulang oleh wisatawan sebagai buah tangan khas kota Yogyakarta.

Menurut Ritchie dan Zins (1978:p.221) bahwa makanan dan kebiasaan makan merupakan salah satu unsur kebudayaan yang dapat menarik kedatangan wisatawan. Makanan merupakan bagian penting dalam liburan dan restoran yang dikunjungi menjadi puncak pengalaman wisatawan (Blichfeldt, dkk. 2010:p.1-18). Mengeksplorasi makanan menjadi hal penting pada tujuan wisata (Ryu & Jang, 2007:p.56-72). Clark & Chabrel (2007) berpendapat bahwa mengonsumsi makanan lokal akan membuat wisatawan terhubung lebih dalam dengan orang dan tempat tersebut. Makanan etnis menawarkan kesempatan bagi wisatawan untuk mengeksplorasi budaya melalui cita rasa, persiapan makanan dan lingkungan saat makan.

Masyarakat kota Yogyakarta menyadari potensi bisnis kuliner, sehingga berlomba mendirikan tempat makan yang menyediakan makanan khas kota Yogyakarta agar dapat menjadi tujuan kuliner wisatawan. Dapat ditemui dengan mudah di berbagai kawasan wisata di kota Yogyakarta tersusun secara berjajar maupun berhadap-hadapan industri makanan lokal, yang tentunya menjadikan wisatawan memiliki banyak pilihan dalam memilih tujuan kulinernya. Restoran khas Yogyakarta jumlahnya banyak, namun restoran yang mengusung budaya kuliner Kraton Yogyakarta jumlahnya sedikit.

Restoran khas Kraton dapat ditemui di daerah sekitar Kraton Yogyakarta. Restoran tersebut selalu dicari pengunjung walaupun lokasi restoran tersebut tidak strategis. Restoran khas Kraton Yogyakarta sebagai restoran etnis, menawarkan pelayanan makan dan minum yang otentik dari budaya Kraton Yogyakarta dan harga yang ditetapkan oleh restoran tersebut cukup mahal, berkisar antara Rp. 7.500,00 sampai dengan Rp. 110.000,00.

Restoran khas Kraton Yogyakarta umumnya memiliki bangunan berbentuk joglo, permukaan atap joglo berupa trapesium. Bahannya terbuat dari sirap, genting tanah, maupun seng dan biasanya berwarna merah atau kelabu. Atap tersebut ditopang oleh tiang utama yang di sebut

dengan Soko Guru yang berada di tengah bangunan, serta tiang-tiang lainnya. Tiang-tiang bangunan biasanya berwarna hijau gelap atau hitam dengan ornamen berwarna kuning, hijau muda, merah, dan emas maupun yang lain. Untuk bagian bangunan lainnya yang terbuat dari kayu memiliki warna senada dengan warna pada tiang. Lantai biasanya terbuat dari batu pualam putih atau dari ubin bermotif. Lantai dibuat lebih tinggi dari halaman berpasir. Penggunaan ornamen ruangan juga dipertimbangkan dengan menghadirkan perabot-perabot dari kayu jati, penggunaan warna cahaya lampu kuning dan sedikit redup untuk menambah hangat suasana khas kota Yogyakarta.

Menurut Noor Sulistyو Budi, dkk. (1997:p.3) karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta adalah manis dan gurih. Sedangkan bahan pangan yang digunakan adalah bahan pangan tradisional (Warni Setyaningsih, dkk. 2014:p.2). Pusat Kajian Makanan Tradisional (2002:p.4) mengkaji bahwa teknik olah makanan khas Kraton Yogyakarta adalah dengan cara merebus, mengukus dan membakar. Munculnya akulturasi budaya Belanda sehingga menambah variasi teknik olah menggoreng. Hasil kajian lainnya adalah bahwa warna makanan khas Kraton Yogyakarta tidak mecolok, karena waktu pengolahan yang lama.

Karakteristik pelayanan khas Kraton Yogyakarta. Sultan dilayani oleh pelayan yang mengantarkan makanan dan minuman. Pelayanan memakai pakaian tradisional (Fadly Rahman, 2011:p.62), pelayan wanita menyanggul rambutnya. Lebih lanjut Fadly Rahman (2011:p.62) menjelaskan bahwa pelayan Sultan selalu memperhatikan Sultan saat makan dan siap membantu apabila Sultan membutuhkan bantuan. Penelitian yang dilakukan oleh Pusat Kajian Makanan Tradisional (2010:9) menemukan bahwa makanan dan minuman disajikan secara bersamaan dan bersuhu ruang.

Beberapa restoran yang mengusung konsep otentik Yogyakarta yang menyajikan makanan khas raja/sultan antara lain Gadri Resto, Bale Raos dan Bale Raos Fusion & Lounge Jogja City Mall. Pemilihan tiga tempat tersebut didasari dengan adanya berbagai kesamaan dalam beberapa karakteristik makanan seperti makanan dan minuman khas Kraton Yogyakarta yang ditawarkan merupakan makanan dan minuman favorit Sultan dan keluarga Sultan, citarasa makanan dan penampilan makanan dan

karakteristik pelayanan khas Kraton Yogyakarta seperti penampilan pelayan meliputi pakaian yang digunakan dan penataan rambut pelayan. Selain itu, ketiga restoran tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan pemilik, yang merupakan anggota keluarga dari Sultan, sehingga dianggap lebih mengetahui budaya kuliner di Kraton Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui : (1) karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta, (2) karakteristik pelayanan khas Kraton Yogyakarta, (3) pengaruh karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta terhadap keputusan pembelian, (4) pengaruh karakteristik pelayanan khas Kraton Yogyakarta terhadap keputusan pembelian, dan (5) pengaruh karakteristik makanan dan karakteristik pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran khas Kraton Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Bale Raos, Gadri Resto dan *Bale Raos Fusion and Lounge*. Penelitian dilakukan pada bulan Januari sampai dengan bulan Juli 2017.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah konsumen restoran khas Kraton Yogyakarta. Populasi penelitian adalah sebanyak kurang lebih 6400 konsumen per bulan dan penentuan sampel menggunakan rumus Supramono dan Haryanto, didapatkan sebanyak 100 konsumen. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Prosedur

Penelitian menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat dengan informasi yang dikumpulkan dari jawaban konsumen melalui kuesioner. Data sekunder didapat melalui literatur-literatur yang berhubungan dengan objek penelitian.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dihimpun melalui kuesioner adalah berupa data interval dengan menggunakan empat skala pengukuran *Likert*, skor 1 = sangat tidak setuju dan 4 = sangat setuju.. Instrumen penelitian sebanyak 35 butir pernyataan dan terdiri dari lima tahapan konsumen dalam mengamil keputusan pembelian. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui daftar pernyataan yang

harus diisi oleh responden, yakni orang yang memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang kita berikan (Sugiyono, 2006:p.199).

Teknik Analisis data

Teknik analisis data deskriptif dengan regresi linier. Analisis data dibantu dengan menggunakan aplikasi *SPSS versi 16.0 for windows*. Hasil olah data berupa mean, hasil regresi linier sederhana dan hasil regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen terbanyak di Restoran khas Kraton Yogyakarta dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 61%. Mayoritas konsumen berusia 20-30 tahun (51%) dan tercatat sebagai wirausahawan (66%). Konsumen umumnya berpenghasilan per bulan antara Rp. 1.500.000,00 sampai dengan Rp. 2.499.999,00. Konsumen umumnya berkunjung ke restoran tersebut sebanyak kurang dari 3 kali dalam sebulan (98%). Konsumen mengetahui restoran khas Kraton Yogyakarta dari media sosial internet (33%), internet teman/keluarga (31%), dan televisi (8%).

Karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta yang ditemukan di Restoran khas Kraton Yogyakarta antara lain nama makanan ditulis dalam bahasa Jawa, cita rasa makanan dominan manis, gurih dan masam, bahan yang digunakan adalah berupa rempah khas Indonesia seperti jahe, kayu manis, kapulaga, dll. Ciri khas lain ditunjukkan dari terknik olah yang digunakan dengan cara merebus, mengukus, membakar, memanggang dan menggoreng. Makanan khas Kraton Yogyakarta umumnya memiliki warna yang tidak mencolok (cenderung gelap), karena waktu pengolahan makanan yang cukup lama.

Tabel 1. Karakteristik hidangan pembuka khas Kraton Yogyakarta

No.	Nama Makanan	Keterangan
1	Salad Ayam Panggang	Hidangan pembuka berbahan dasar daging ayam yang dipanggang, sayuran dan disajikan dengan saus minyak zaitun yang dicampur dengan jeruk nipis. Rasa makanan gurih dan masam. Warna makanan kecoklatan.
2	<i>Selada Huzar</i>	Hidangan pembuka berbahan selada, tomat, wortel, buncis, mentimun, bawang merah, keju, kentang goreng, telur rebus dan disajikan dengan saus mayones. Rasa makanan masam.

Tabel 2. Karakteristik hidangan sup khas Kraton Yogyakarta

No.	Nama Makanan	Keterangan
1	<i>Soup Timlo</i>	Hidangan sup encer yang berbahan jamur kuping, wortel, kacang kapri, sosis solo, udang, bunga sedap malam, jahe, kecap. Teknik olah yang digunakan adalah mengukus dan merebus. Rasa makanan gurih dan manis. Warna makanan kecoklatan.
2	<i>Soup Tomat</i>	Hidangan sup encer yang berbahan tomat, daging sapi giling, makaroni, wortel dan daun bawang. Teknik olah yang digunakan adalah merebus. Rasa makanan masam dan gurih. Warna makanan merah.
3	<i>Gecok Ganem</i>	Hidangan sup encer yang berbahan dasar daging sapi cincang, cabai merah, tomat hijau dan santan. Teknik olah yang digunakan adalah merebus. Rasa makanan gurih, masam dan sedikit pedas. Warna makanan putih.

Tabel 4. Karakteristik hidangan penutup khas Kraton Yogyakarta

No.	Nama Makanan	Keterangan
1	<i>Bendul</i>	Hidangan penutup dengan bahan dasar ketela pohon dan kelapa muda. Teknik olah yang digunakan adalah mengukus dan memanggang. Rasa makanan manis. Warna makanan kuning kecoklatan.
2	<i>Prawan Kenes</i>	Hidangan penutup berbahan dasar pisang kepok dan santan kelapa dan disajikan dengan olesan saus areh. Hidangan ini diolah dengan cara mengukus, merebus dan membakar. Rasa makanan manis dan gurih. Warna makanan kuning kecoklatan dan putih dari saus.
3	<i>Manuk Nom</i>	Hidangan penutup berbahan dasar tape ketan hijau, telur ayam dan emping <i>mlinjo</i> . Teknik olah yang digunakan adalah mengukus. Rasa makanan manis dan gurih. Warna makanan putih kehijauan.

Tabel 3. Karakteristik hidangan utama khas Kraton Yogyakarta

No.	Nama Makanan	Keterangan
1	<i>Bebek Suwar-suwir</i>	Hidangan utama berbahan dasar daging bebek dan kedondong atau mangga. Hidangan disajikan bersama saus kedondong. Teknik olah yang digunakan adalah memanggang. Rasa makanan gurih dan masam. Warna makanan coklat.
2	<i>Bestik Djawa</i>	Hidangan utama berbahan dasar daging sapi, kentang, wortel, jagung muda, brokoli. Diolah dengan cara direbus dan dibakar. Hidangan ini disajikan bersama saus semur. Rasa makanan gurih dan manis. Warna makanan coklat.
3	<i>Dendeng Ragi</i>	Hidangan utama berbahan dasar daging sapi dan kelapa parut. Hidangan ini diolah dengan cara menggoreng. Rasa makanan gurih. Warna makanan coklat.

Tabel 5. Karakteristik minuman khas Kraton Yogyakarta

No.	Nama Makanan	Keterangan
1	<i>Beer Djawa</i>	Minuman kesukaan Sultan HB IX yang berbahan dasar sereh, secang, mesoyi, kayu manis, kapulaga, cengkeh, jahe dan jeruk nipis. Teknik olah yang digunakan adalah merebus dan mengocok. Rasa minuman manis dan masam. Warna minuman kuning keemasan.
2	<i>Secang</i>	Minuman berbahan dasar secang, jahe, kayu manis, cengkeh, kapulaga, dan gula batu. Teknik olah yang digunakan adalah merebus dan menuang. Rasa minuman manis. Warna minuman merah pekat.
3	<i>Wedang Adu Limo</i>	Minuman tradisional berbahan dasar kencur, cengkeh, kunyit, kayu manis dan gula merah. Teknik olah yang digunakan adalah merebus dan menuang. Rasa minuman manis dan pahit. Warna minuman kuning kecoklatan.

Karakteristik pelayanan di restoran khas Kraton Yogyakarta ditunjukkan dari penampilan pelayan, memakai pakaian tradisional, pelayan wanita menggunakan pakaian kebaya kutubaru dan kain jarik untuk menutup bagian bawah. Sedangkan pelayan pria hanya menggunakan celana bahan kain dan baju beskap. Hanya pada acara tertentu pelayan menggunakan pakaian yang sangat tradisional khas Kraton Yogyakarta. Begitupun pula dengan tata rambut pelayan, pelayan wanita mengikat rapi rambutnya / cepol dan apabila pelayanan laki-laki hanya berpenampilan rapi. Restoran khas Kraton juga menyediakan camilan kepada tamu, saat tamu menunggu makanan diantar.

Restoran khas Kraton Yogyakarta tidak menghadirkan tata cara pelayanan khas seperti yang diberikan kepada Sultan. Namun proses pelayanan dilakukan dengan menggunakan tata cara pelayanan pada restoran biasa.

Konsumen memutuskan membeli makanan di restoran khas Kraton Yogyakarta melalui lima tahapan, antara lain tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Tahap pertama konsumen merupakan motivasi konsumen berkunjung ke restoran khas Kraton Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi konsumen untuk tujuan prestis dan pilihan restoran tersebut memiliki mean masing-masing 2,4 dan 1,9. Sedangkan motivasi konsumen memilih restoran khas Kraton Yogyakarta karena pengaruh daya tarik restoran khas Kraton Yogyakarta dan ingin mendapat pengalaman baru dengan makanan di restoran tersebut menunjukkan mean masing-masing sebesar 3,2.

Tabel 6. Tanggapan konsumen terhadap tahapan pengenalan masalah dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Indikator	Mean
Tujuan prestis	2,4
Tujuan mendapat pengalaman	3,2
Daya tarik restoran	3,2
Latar belakang restoran tradisional	3,2
Harga yang sesuai dengan tipe restoran	3,2
Restoran sudah merupakan paket wisata	1,9

Umumnya konsumen mendapatkan informasi perihal restoran khas Kraton Yogyakarta melalui berbagai sumber. Informasi dari media sosial internet memiliki prosentase terbesar yaitu 33%, kemudian prosentase tepat dibawahnya adalah informasi dari teman sebesar

31%. Sedangkan sumber informasi dengan prosentase terkecil yaitu dari media cetak (0%).

Tabel 7. Tanggapan konsumen terhadap tahapan pencarian informasi dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Indikator	Pros.
Dari teman	31%
Dari keluarga	28%
Dari media elektronik	8%
Dari media cetak	0%
Dari media sosial internet	33%

Setelah mendapat informasi tentang restoran khas Kraton Yogyakarta, konsumen cenderung membandingkannya dengan restoran sejenis lainnya. Konsumen memutuskan satu restoran khas Kraton Yogyakarta yang akan dikunjungi dengan pertimbangan informasi umum tentang restoran tersebut (3,4), banyaknya pengunjung restoran (3,3), dan lokasi restoran yang mendukung suasana asli Kraton Yogyakarta (3,2).

Tabel 8. Tanggapan konsumen terhadap tahapan evaluasi alternatif dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Indikator	Mean
Informasi umum restoran	3,4
Banyaknya pengunjung restoran	3,3
Lokasi restoran	3,2

Tahapan keempat adalah tahapan keputusan pembelian. Pada tahapan ini konsumen merasakan karakteristik pelayanan sebagai kesan pertama untuk diteruskan ke keputusan untuk membeli makanan dan minuman di restoran tersebut. Tanggapan konsumen tentang karakteristik pelayanan yang memiliki mean tertinggi terletak pada pelayan penuh dengan perhatian (3,2) dan tanggapan konsumen dengan mean dibawah 3 adalah adanya bokor/wadah untuk cuci tangan, tata cara pelayanan yang khas, penyajian kletikan, dan pelayan berpenampilan rapi bernuansa tradisional. Sedangkan tentang karakteristik makanan yang dirasakan oleh konsumen, konsumen memberikan tanggapan sangat setuju dengan nama makanan ditulis dalam bahasa Jawa dan tersedianya minuman tradisional sebagai pendamping makanan dengan mean tertinggi masing-masing sebesar 3,5. Mean tanggapan konsumen yang terkecil tentang karakteristik makanan adalah pada suhu makanan saat disajikan sesuai dengan suhu ruang (3,1).

Tabel 9. Tanggapan konsumen terhadap tahapan keputusan pembelian.

Indikator	Mean
Cita rasa makanan manis, gurih dan masam	3,35
Resep turun-temurun	3,3
Nama makanan bahasa Jawa	3,5
Presentasi makanan menarik	3,35
Teknik olah makanan	3,4
Adanya minuman tradisional	3,5
Temperatur makanan sesuai dengan suhu ruang	3,1
Pelayanan penuh perhatian	3,2
Tata cara pelayanan yang khas	2,2
Penyajian kletikan saat tamu menunggu pesanan diantar	2,9
Adanya <i>bokor</i> /wadah untuk cuci tangan	1,8
Pelayan berpenampilan rapi dan bernuansa tradisional	2,9
Pelayan memahami menu dengan baik	3,0

Setelah konsumen merasakan karakteristik makanan dan pelayanan secara langsung, maka muncul perilaku konsumen pasca pembelian. Berdasarkan hasil penelitian konsumen paling banyak setuju dengan menyatakan bahwa konsumen puas terhadap makanan dan pelayanan di restoran khas Kraton Yogyakarta menunjukkan mean tertinggi sebesar 3,3. Sedangkan mean terkecil yaitu konsumen memberikan predikat khusus sebagai restoran khas favorit sebesar 2,9.

Tabel 10. Tanggapan konsumen terhadap tahapan perilaku pasca pembelian.

Indikator	Mean
Konsumen puas terhadap makanan dan pelayan	3,3
Konsumen akan membeli ulang	3,1
Konsumen merekomendasikan kepada orang lain	3,1
Konsumen memberikan predikat khusus	2,9
Konsumen mendapatkan pengalaman khusus	3,15

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh karakteristik makanan dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis yang pertama adalah pengaruh karakteristik makanan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan $r_{hitung} = 0,875$ lebih besar daripada r_{tabel} pada $N=100$ dan taraf signifikansi 5% sebesar 0,195. Selanjutnya dilakukan uji F dengan hasil F_{hitung} sebesar 319,262 lebih besar daripada F_{tabel} taraf signifikansi 5% sehingga dk pembilang = 1 dan dk penyebut = 2 yaitu sebesar 3,94. Maka

karakteristik makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 11. Ringkasan model regresi variabel karakteristik makanan terhadap Keputusan pembelian

R_{hitung}	R_{tabel}	F_{hitung}	F_{tabel}	Keterangan
0,875	0,195	319,332	3,94	Berpengaruh

Hipotesis kedua adalah pengaruh karakteristik pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji F yang dilakukan, didapat $F_{hitung} = 90,732$ lebih besar daripada $F_{tabel} = 3,94$. Diketahui $r_{hitung} = 0,693$ lebih besar daripada $r_{tabel} = 0,195$. Sehingga dinyatakan bahwa karakteristik makanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran khas Kraton Yogyakarta.

Tabel 12. Ringkasan model regresi variabel karakteristik makanan terhadap Keputusan pembelian

R_{hitung}	R_{tabel}	F_{hitung}	F_{tabel}	Keterangan
0,693	0,195	90,732	3,94	Berpengaruh

Hipotesis ketiga adalah pengaruh karakteristik makanan dan karakteristik pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran khas Kraton Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa $r_{hitung} = 0,939$ lebih besar daripada $r_{tabel} = 0,195$ dan setelah dilakukan uji F, didapatkan harga $F_{hitung} = 360,720$ lebih besar daripada F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, dk pembilang = 2 dan dk penyebut = 97 yaitu sebesar 3,09. Sehingga dinyatakan bahwa karakteristik makanan dan karakteristik pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran khas Kraton Yogyakarta.

Tabel 13. Ringkasan model regresi variabel karakteristik makanan dan pelayanan terhadap Keputusan pembelian

R_{hitung}	R_{tabel}	F_{hitung}	F_{tabel}	Keterangan
0,939	0,195	360,720	3,09	Berpengaruh

Tabel 14. Rangkuman hasil perhitungan sumbangan efektif dan sumbangan relatif

Variabel	Sumbangan Relatif	Sumbangan Efektif
Karakteristik Makanan (X_1)	68,09%	63,93%
Karakteristik Pelayanan (X_2)	31,91%	29,96%
Total	100%	99,89%

Berdasarkan data tabel 4 dapat dilihat bahwa X1 dan X2 mempunyai sumbangan relatif 100% dan sumbangan efektif 99,89%, sehingga kedua variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 99,89%, sedangkan 1,11% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta adalah bercita dominan manis, kemudian akulturasi cita rasa gurih dari benua Eropa dan China menambah variasi rasa (Fadly Rahman, 2011:p.70) dari makanan khas Kraton Yogyakarta. Makanan yang ditawarkan oleh restoran khas Kraton Yogyakarta tidak bercita rasa masam (dari tomat atau saus) dan tidak dominan asin, sesuai dengan pendapat Murdijati Gardjito (2010:p.9).

Nama makanan dan minuman ditulis dalam bahasa Jawa dan memiliki arti filosofis. Salah satu contohnya adalah beer djawa merupakan nama sebuah minuman favorit Sri Sultan HB VIII, walaupun terdapat nama "beer" pada minuman ini, tetapi "beer" yang satu ini tidak mengandung alkohol. Beer djawa ini memiliki sejarah, saat Sri Sultan HB VIII berkerabat dekat dengan tamu-tamu dari Belanda dan beliau sangat menghormatinya, bila tamu-tamu Belanda minum "beer" beralkohol untuk menghangatkan tubuhnya, namun Sultan juga sebagai seorang muslim lebih memilih minum minuman yang tidak beralkohol, sehingga beliau menciptakan minuman ini untuk menghormati tamu-tamunya.

Teknik olah yang digunakan adalah dengan cara mengukus, merebus dan membakar. Semenjak Sultan HB IX bertahta, muncul akulturasi teknik olah bangsa Eropa, khususnya Belanda yaitu teknik olah memanggang dan menggoreng. Pengalaman tentang teknik olah tersebut didapat Sultan HB IX saat beliau studi di Belanda dan beliau memiliki hobi memasak (Murdijati Gardjito, 2010:p.4).

Makanan yang disajikan umumnya memiliki intensitas warna yang rendah atau warna tidak mencolok, hal ini disebabkan karena waktu mengolah yang cukup lama (Murdijati Gardjito, 2010:p.6-8). Namun untuk menggugah selera makan konsumen, maka ditambahkan sayuran untuk membuat tampilan makanan lebih indah.

Karakteristik pelayanan di restoran khas Kraton Yogyakarta, dari segi penampilan karyawan menunjukkan bahwa karyawan khususnya pelayan memakai pakaian tradisional,

pelayanan wanita menggunakan pakaian kebaya kutubaru dan kain jarik untuk menutup bagian bawah. Sedangkan pelayan pria hanya menggunakan celana bahan kain dan baju beskap. Hanya pada acara tertentu pelayanan menggunakan pakaian yang sangat tradisional khas Kraton Yogyakarta. Begitupun pula dengan tata rambut pelayan, pelayan wanita mengikat rapi rambutnya / cepol dan apabila pelayanan laki-laki hanya berpenampilan rapi.

Proses pelayanan di restoran khas Kraton Yogyakarta berbeda dengan proses pelayanan saat melayani Sultan, bahwa di restoran khas Kraton tersebut pelayan tidak berjalan beriringan dan berjalan membungkuk (Noor Sulisty Budi, dkk., 1997:p.28) saat mengantarkan makanan. Prosedur pelayanan di restoran khas Kraton dikelola seperti pelayanan di restoran pada umumnya.

Semua restoran khas Kraton Yogyakarta menggunakan peralatan untuk makan yakni, sendok, garpu, dan pisau (untuk hidangan khusus). Walaupun dalam sejarah yang telah ditulis oleh Noor Sulisty Budi, dkk. (1997:p.40), di budaya makan Sultan juga disediakan "bokor" atau wadah kecil untuk cuci tangan, tetapi restoran-restoran khas Kraton Yogyakarta tidak memberikan "bokor" untuk cuci tangan kepada tamu. Beberapa restoran khas Kraton menyajikan kletikan pada tamu saat tamu menunggu makanan diantar ke mejanya.

Mayoritas konsumen yang berkunjung di restoran khas Kraton Yogyakarta adalah orang yang berusia antara 20-40 tahun dan memiliki penghasilan setiap bulan berkisar antara Rp. 1.500.000,00 sampai dengan Rp. 2.500.000,00. Konsumen paling banyak bekerja sebagai wirausahawan. Hasil penelitian yang menunjukkan intensitas kunjung setiap bulannya, bahwa konsumen berkunjung ke restoran khas Kraton Yogyakarta kurang dari tiga kali. Faktor harga yang diterapkan oleh restoran diyakini membuat konsumen tidak menjadi restoran ini sebagai tempat tujuan makan konsumen setiap harinya.

Berdasarkan hasil penelitian tentang keputusan pembelian, Konsumen umumnya ingin merasakan citarasa makanan khas Kraton Yogyakarta yang menjadi daya tarik wisata kota Yogyakarta. Konsumen rela membayar sejumlah harga untuk mendapatkan pengalaman baru tersebut. Motivasi konsumen berkunjung ke restoran tersebut tidak dengan tujuan prestis dan bukan merupakan paket wisata yang dipilihnya,

melainkan berdasarkan inisiatif pribadi. Hasil tersebut sesuai dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:63) bahwa pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu rangsangan internal dan eksternal.

Sumber informasi dari media sosial internet merupakan sumber informasi yang paling banyak dipertimbangkan oleh konsumen. Selain itu konsumen juga mendapat informasi restoran khas Kraton Yogyakarta dari teman dan keluarga.

Setelah mendapat informasi dari berbagai sumber, maka konsumen akan membandingkan restoran yang direkomendasikan dengan restoran sejenis lainnya. Restoran yang dipilih umumnya restoran yang paling terkenal dengan kekhasannya dan yang menawarkan menu otentik khas Kraton Yogyakarta. Lokasi restoran yang berada di lingkungan Kraton Yogyakarta juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen, serta banyaknya jumlah pengunjung yang berkunjung ke restoran tersebut. Hasil tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh James F. Engel, dkk. (1995:27) yang menyebutkan bahwa konsumen menentukan terlebih dahulu kriteria evaluasi yang akan digunakan, kemudian memutuskan alternatif mana yang akan dipertimbangkan.

Tahapan keempat adalah tahapan keputusan pembelian. Pada tahap ini konsumen merasakan karakteristik pelayanan restoran khas Kraton Yogyakarta sebagai kesan pertama untuk diteruskan ke keputusan untuk membeli makanan dan minuman di restoran tersebut. Namun hasil agket menunjukkan bahwa umumnya mean karakteristik pelayanan lebih rendah daripada karakteristik makanan. Tanggapan negatif terkait karakteristik pelayanan adalah tidak tersedianya bokor/wadah untuk cuci tangan dan tidak adanya tata cara pelayanan yang khas. Walaupun demikian, konsumen memberikan tanggapan positif tentang pelayan yang memberi perhatian dan siap membantu ketika konsumen membutuhkan.

Sedangkan untuk karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta, konsumen memberikan tanggapan sangat setuju yang ditunjukkan dalam penulisan nama makanan dalam bahasa Jawa dan tersedianya minuman tradisional sebagai pendamping makanan. Teori yang sama dengan hasil penelitian yaitu dalam tahap ini konsumen benar-benar membeli produk yang paing mereka sukai (Basu Swasta & Handoko, 2006:77).

Tahapan perilaku pasca pembelian merupakan tahapan terakhir dari proses pengambilan konsumen. Tahap ini konsumen merasakan menyatakan puas dengan makanan dan pelayanan yang disajikan restoran khas Kraton Yogyakarta, kemudian konsumen akan menentukan pilihan untuk datang kembali di lain waktu dan akan merekomendasikan restoran tersebut ke orang lain. Konsumen juga menyatakan bahwa mereka mendapatkan pengalaman baru di restoran khas Kraton Yogyakarta yang telah dikunjungi dan akan memberikan predikat restoran tersebut menjadi restoran etnis favoritnya. Penilaian pascapembelian konsumen akan memberikan umpan balik, seperti pengalan terhadap psikologis konsumen dan membantu mempengaruhi keputusan yang berkaitan dengan di waktu yang akan datang (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009:509).

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik makanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Karakteristik makanan khas Kraton Yogyakarta memegang poros pelayanan restoran khas Kraton Yogyakarta. Sebagaimana diungkapkan oleh Yinghua Liu dan SooCheung Jang (2009:p.340) bahwa kualitas makanan umumnya diterima sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kepuasan pelanggan dan perilaku pasca pembelian.

Karakteristik pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Parasuraman, dkk. (1988:p.12-40) berpendapat bahwa konsumen tidak hanya melihat kualitas makanan saja, melainkan memperhatikan kualitas pelayanan pula. Pendapat yang sama diungkapkan oleh Riadh Ladhari, dkk. (2008) bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui perasaan positif maupun negatif, sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan, rekomendasi dan kemauan pelanggan untuk membayar lebih.

Karakteristik makanan dan karakteristik pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Karakteristik makanan memiliki sumbangan efektif terhadap keputusan pembelian yang lebih besar daripada karakteristik pelayanan. Hal ini dikarenakan restoran khas Kraton Yogyakarta lebih mengoptimalkan atau fokus pada penyajian karakteristik makanan apabila

dibanding dengan penyajian karakteristik pelayanan khas Kraton Yogyakarta yang otentik.

Restoran khas Kraton Yogyakarta sebagai restoran etnis, restoran perlu memberikan perhatian ekstra terhadap lingkup pelayanan dan menyajikan cita rasa makanan etnis. Stevens, dkk. (1995:p.56-60) dalam industri restoran, konsumen juga menilai tentang pelayanan langsung selama mereka makan, kualitas pelayanan yang dirasakan dipandang sebagai inti lain penentu kepuasan pelanggan dan perilaku konsumen, selain kualitas makanan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Karakteristik makanan restoran khas Kraton Yogyakarta antara lain : cita rasa dominan manis, terdapat cita rasa gurih yang berkombinasi dengan rasa manis, menu makanan tersaji dalam bahasa asli dan bahasa Jawa, makanan dan minuman berbahan dasar tradisional, intensitas warna makanan rendah, makanan umumnya diolah menggunakan teknik olah merebus, mengukus dan membakar, dan proses pengolahan yang cukup lama sehingga warna makanan kurang mencolok, namun untuk menggugah selera makanan konsumen maka makanan tersebut ditambahkan garnish.

Karakteristik pelayanan restoran khas Kraton Yogyakarta antara lain: tata cara pelayanan tidak disamakan dengan tata cara melayani Sultan, namun menggunakan tata cara pelayanan restoran pada umumnya, pelayan wanita menggunakan pakaian tradisional (kebaya dan kain jarik) dan menyanggul rambut bagi pelayan wanita, sedangkan pelayan pria menggunakan pakaian semi tradisional dan memiliki tata rambu rapi. Pelayan berdiri di sekitar area restoran dengan melihat sekitar, sehingga tanggap dengan konsumen yang membutuhkan bantuan, restoran menyediakan camilan kepada konsumen, restoran tidak menyediakan bokor untuk cuci tangan, dan alat bantu makan yang digunakan adalah sendok, garpu dan pisau untuk hidangan tertentu.

Karakteristik makanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran khas Kraton Yogyakarta. Begitupun pula dengan karakteristik pelayanan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran khas Kraton Yogyakarta.

Variabel karakteristik makanan dan karakteristik pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian konsumen di restoran khas Kraton Yogyakarta. Karakteristik makanan memiliki sumbangan efektif terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran khas Kraton Yogyakarta lebih besar apabila dibanding dengan karakteristik pelayanan yang disajikan.

Saran

Restoran khas Kraton sebaiknya menjaga kualitas dan keaslian karakteristik makanan dan lebih memunculkan karakteristik pelayanan yang berbeda dengan restoran biasa. Restoran khas Kraton Yogyakarta sebaiknya lebih gencar melakukan promosi supaya masyarakat umum mengetahui restoran etnis lokal yang dapat dijadikan tempat tujuan wisata kuliner, khususnya promosi melalui media sosial berbasis internet yang saat ini sedang menjadi *trend*.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Handoko. (2006). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty.
- Bodil Stilling Blichfeldt, Chor Jane, Nina Louise Ballegaard. (2010). The Dining Experience: A Qualitative Study of Top Restaurants Visits in a Danish Context. *International Journal of Tourism (11)*. Hlm. 1-18.
- Fadly Rahman. (2011). *Rijstefel: The History of Indonesian Foodways*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gordon Clark & Mary Chabrel. (2007). Measuring Integrated Rural Tourism. *Journal of Tourism Geographies 9 (4)*. Hlm. 371-386.
- James F. Engel, Roger D. Blackwell, David T. Kollat. (1995). *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi Keenam*. Budiyo FX, penerjemah. Jakarta (ID): Binarupa Aksara. Terjemahan dari: Consumer Behavior.
- Kisang Ryu & SooCheung Jang. (2007). The effect of environment perceptions on behavioral intentions through emotions: the case of upscale restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Research 31 (1)*. Hlm. 56-72.
- Murdijati Gardjito, Retno Indrati, Amaliah. (2010). *Menu Favorit Para Raja*. Jakarta: Kanisius.
- Noor Sulistyono Budi, Ambar Adrianto, Mudjijono, Sumarno, Maharkesti. (1997). *Tradisi Makan dan Minum di Lingkungan Kraton Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya DIY.

- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, Berry, L.L., (1988). Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing* 64 (Spring). Hlm. 12–40.
- Pete Stevens, Bonnie Knutson, Mark Patton. (1995). DINESERV: a tool for measuring service quality in restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 36 (2). Hlm. 56–60.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Riadh Ladhari, Isabelle Brun, Miguel Morales. (2008). Determinants of dining satisfaction and postdining behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management* 27 (4). Hlm. 563–573.
- Ritchie & Zins. (1978). *Tourism in Contemporary Society, An Introductory Text*. Chapter 19: Social and Cultural Impacts.
- Sugiyono. 2006. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta.
- Warni Setyaningsih, Widi Nugroho, Sinar Indra Krisnawan. (2014). *Makanan Tradisional di Daerah Istimewa Yogyakarta (Makanan dalam Upacara Tradisi dan Kuliner)*. Yogyakarta: Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Yinghua Liu & SooCheong Jang. (2009). Perception on Chinese Restaurant. *International Journal of Hospitality Management* 28. Hlm. 338–348.