

KARAKTERISTIK PRODUK DAN PREFERENSI KONSUMEN MEMBELI *FRUIT SOUP* BERDASARKAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFIS PADA *BOWLLING FRUITBAR* YOGYAKARTA

CHARACTERISTIC OF PRODUCTS AND CONSUMER PREFERENCES BUYING FRUIT SOUP BASED ON DEMOGRAPHICS CHARACTERISTIC AT BOWLLING FRUITBAR YOGYAKARTA

Oleh : Qonita Fitriani Sarie, Universitas Negeri Yogyakarta (qonita63@gmail.com)

Dosen : Dewi Eka Murniati, M.M.

Abstrak

Tujuan penelitian: (1) mengetahui pendapat konsumen terhadap karakteristik *fruit soup* di *Bowlling fruitbar* Yogyakarta (2) mengetahui preferensi konsumen berdasarkan karakteristik demografis dalam membeli *fruit soup* di *Bowlling Fruitbar* Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Pengambilan data menggunakan observasi dan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen *Bowlling Fruitbar* Yogyakarta berjumlah 220 responden. Sampel penelitian sebanyak 135 responden ditentukan dengan tabel *Isaac dan Michael* dengan tingkat kesalahan 5%. Analisis data deskriptif dengan distribusi frekuensi dan tabel kategorisasi. Hasil penelitian: (1) Pendapat konsumen terhadap karakteristik produk *fruit soup* di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta menyatakan bahwa pada aspek *price, quality of service, branding, tangibles dan quality of food* memiliki kategori tinggi. Para responden setuju, yang artinya bahwa produk *fruit soup* di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta harga terjangkau, pelayanan dan penyajian cepat, nama produk menarik, deskripsi menu jelas dan sesuai dengan kenyataan, isian *fruit soup* yang menyehatkan, dan kualitas produknya baik, sehingga para konsumen menyukai dan memilih *fruit soup* tersebut. (2) Preferensi konsumen dalam membeli *fruit soup* di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta, didominasi pada *Special Ling, Summer Ling, dan Green Ling*. Mayoritas konsumen adalah perempuan, rentang usia 19 – 24 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa.

Kata kunci: Karakteristik Produk, Preferensi Konsumen, *Bowlling Fruitbar* Yogyakarta

Abstract

Research purposes are: (1) to find out consumer opinion on the characteristic of fruit soup at Bowlling fruitbar Yogyakarta (2) to know consumer preferences based on characteristic demographics in buying fruit soup at Bowlling fruitbar Yogyakarta. It was a descriptive quantitative research. Data collection used observation and questionnaires. The population of this research is 220 Bowlling fruitbar Yogyakarta consumer. The research sample consist of 135 respondents and determined by Isaac and Michael's table with error rate of 5%. Data analysis techniques used distribution of frequency and categorization tables. The results show that: (1) the opinion of consumers on the characteristics of fruit soup at Bowlling fruitbar Yogyakarta showed that the aspect of price, quality of service, branding, tangibles and quality of food have a high category. The respondents agreed which means that fruit soup product are affordable, service and presentation are fast, the product name and menu description accordance with reality, fruit soup stuffs and products quality are good, hence consumers prefer to choose the product. (2) Consumer preferences in buying fruit soup at Bowlling Fruitbar Yogyakarta, dominated by Special ling, Summer Ling, and Green Ling. The majority of consumer are women, with ranging age from 19 to 24 years and are students.

Keywords: Characteristic of produk, Consumer Preferences, Bowlling Fruitbar Yogyakarta

PENDAHULUAN

Jenis bisnis kuliner yang sedang berkembang saat ini adalah kedai minuman *Fruit Bar*. Kedai ini merupakan salah satu jenis kedai yang berfokus pada minuman yang dijualnya. Tidak hanya minuman, di kedai ini juga menjual aneka makanan berat dan makanan ringan yang bisa melengkapi dengan hidangan minumannya. Salah satunya adalah *Bowling Fruit Bar*. *Bowling Fruit Bar* mulai beroperasi sejak Februari 2013, dimana outlet pertamanya berlokasi di Jl. Alamanda No. 2 Gejayan Yogyakarta. *Bowling Fruit Bar* membuka outlet yang kedua di Jl. Affandy No. 34 Yogyakarta pada bulan Agustus 2014.

Seiring berjalannya waktu, persaingan semakin banyak. Terdapat beberapa outlet yang mendirikan usaha serupa, sehingga hal tersebut menjadikan tantangan bagi *Bowling Fruit Bar*. Persaingan antar outlet yang menjual produk serupa semakin tinggi. Salah satu pesaing dari *Bowling Fruit Bar* yang terdapat di kawasan kampus juga memiliki target pasar mahasiswa. Sehingga para konsumen yang ingin menikmati sajian *fruit soup* harus memilih tempat yang menarik bagi konsumen. Namun, hal itu tidak menjadikan kendala bagi *Bowling Fruit Bar*, justru kedai tersebut berusaha untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan banyak konsumen yang menerima produknya. Setiap pelaku bisnis harus mampu memenuhi keinginan konsumennya. Mayoritas konsumen yang datang memilih menu khususnya yaitu *Fruit Soup*, yang menjadikan tempat ini berbeda karena kuah yang disajikan berasal dari jus buah alami dan diisi dengan potongan buah yang beragam.

Selera atau preferensi konsumen terhadap makanan sangat beragam. Setiap orang memiliki selera yang berbeda, bahkan selera makanan seseorang dapat berubah-ubah setiap saat. Agar dapat tetap eksis dalam persaingan bisnis *fruit soup*, penting bagi pengelola *Bowling Fruit Bar* untuk mengetahui selera atau preferensi konsumen terhadap pilihan menu yang di sajikan di *Bowling Fruit Bar*.

Konsumen yang berkunjung ke *Bowling Fruit Bar* datang dari berbagai kalangan dan latar belakang yang berbeda-beda. Berdasarkan jurnal yang dilakukan oleh Junaedi (2003:99) mendefinisikan beberapa karakteristik demografi sebagai berikut: seperti jenis kelamin, usia, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, tempat tinggal, status perkawinan dan lain sebagainya. Karakteristik demografis konsumen perlu diketahui oleh pengelola *Bowling Fruit Bar* sebagai dasar dalam membuat keputusan-keputusan bisnis. Menurut Kotler (2007:203), keputusan konsumen dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah faktor personal seperti, usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi, pekerjaan, dan lain sebagainya.

Penelitian ini mengenai preferensi konsumen membeli produk *fruit soup* berdasarkan karakteristik demografis di semua outlet *Bowling Fruit Bar* yang berada di kedua outlet tersebut. Outlet yang pertama terletak di Jalan Alamanda no.2 Gejayan Yogyakarta, memiliki tempat yang kecil, terletak di dalam sebuah gang sehingga tidak terlihat dari akses jalan besar dan area parkir yang tidak luas. Namun hal itu tidak mengurangi jumlah konsumen yang datang ke outlet tersebut. Outlet

kedua terletak di Jl. Affandy No. 34 Yogyakarta, tempat ini berada di pinggir jalan utama Gejayan sehingga orang mudah untuk menemukan, namun karena berada di jalan utama membuat konsumen kesulitan jika ingin keluar dari parkir tersebut. Area parkir juga tidak begitu besar, namun hal itu menjadikan tempat tersebut dilalui banyak orang sehingga konsumen yang berkunjung selalu ramai.

Tujuan dari penelitian adalah untuk (1) mengetahui pendapat konsumen terhadap karakteristik *fruit soup* di *Bowling fruitbar* Yogyakarta (2) mengetahui preferensi konsumen berdasarkan karakteristik demografis dalam membeli *fruit soup* di *Bowling Fruitbar* Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik survey. Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif karena menggunakan data kualitatif yang diangkakan. Menurut Sugiyono (2014:23), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (*skoring*).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2017 sampai dengan September 2018. Sedangkan tempat penelitian dilakukan di kedua kedai *Bowling Fruit Bar* yang beralamat di Jalan Alamanda no. 2 Gejayan Yogyakarta dan Jalan Gejayan.

Target/Subjek Penelitian

Target/subjek penelitian adalah konsumen *Bowling Fruitbar* Yogyakarta berjumlah 220 responden. Penentuan sampel menggunakan tabel Isaac and Michael tingkat kesalahan 5%,

Karakteristik produk dan.... (Qonita Fitriani Sarie) 3
didapat sebanyak 135 konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah Sampling kuota dan *Simple random sampling*.

Prosedur

Prosedur pengambilan data melalui observasi dan angket. Instrumen utama berupa angket dengan skala *likert* empat alternatif jawaban. Analisis data menggunakan distribusi frekuensi.

Data, Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dihimpun melalui angket adalah berupa data interval dengan menggunakan empat skala pengukuran *likert*, skor 1 = sangat buruk, 2 = buruk, 3 = baik, dan 4 = sangat baik. Instrumen berupa angket yang terdiri dari karakteristik demografis dan karakteristik *fruit soup*. Angket diuji coba pada skala terbatas terhadap 30 responden penelitian. Hasil uji coba angket penelitian menyatakan dari 26 item pernyataan, 24item pernyataan dinyatakan valid dengan reabilitas *alpha cronbach* 0,953. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan angket/kuesioner.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data deskriptif dengan distribusi frekuensi dan tabel kategorisasi. Hasil olah data berupa mean, median, modus, skor. Kecenderungan kriteria ditentukan dalam empat kriteria penilaian yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik *fruit soup*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap karakteristik *fruit soup* berdasarkan aspek *price, quality of service, branding,*

tangibles, dan *quality of food* dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Price

Data	Alamanda	Gejayan
Mean	6,43	5,96
Median	6,0	6,0
Modus	6,0	6,0
Skor tertinggi	8,0	8,0
Skor terendah	3,0	2,0

Untuk kategori *price* di *Bowling Fruit Bar* Alamanda dan Gejayan sebagian besar responden memiliki penilaian yang tinggi terhadap harga.

Quality of service

Data	Alamanda	Gejayan
Mean	3,18	3,08
Median	3,0	3,0
Modus	3,0	3,0
Skor tertinggi	4,0	4,0
Skor terendah	1,0	1,0

Untuk kategori *Quality of Service* sebagian besar responden memiliki penilaian yang tinggi terhadap *Quality of Service* di *Bowling Fruit Bar* Alamanda dan Gejayan.

Branding

Data	Alamanda	Gejayan
Mean	16,00	15,85
Median	15,0	15,0
Modus	15,0	15,0
Skor tertinggi	20,0	20,0
Skor terendah	12,0	11,0

Untuk kategori *Branding* sebagian besar responden memiliki penilaian yang tinggi terhadap *Branding* di *Bowling Fruit Bar* Alamanda dan Gejayan.

Tangibles

Data	Alamanda	Gejayan
Mean	32,06	31,11
Median	32,0	30,00
Modus	29,0	30,00
Skor tertinggi	24,0	40,00
Skor terendah	40,0	24,00

Untuk kategori *Tangibles* sebagian besar responden memiliki penilaian yang tinggi terhadap *Tangibles* di *Bowling Fruit Bar* Alamanda dan Gejayan

Quality of food

Data	Alamanda	Gejayan
Mean	19,00	18,64
Median	19,0	18,0
Modus	18,0	18,0
Skor tertinggi	24,0	24,0
Skor terendah	11,0	13,0

Untuk kategori *Quality of Food* sebagian besar responden memberi penilaian yang tinggi terhadap *Quality of Food* di *Bowling Fruit Bar* Alamanda dan Gejayan

Preferensi konsumen berdasarkan karakteristik demografis

Berdasarkan karakteristik demografis konsumen di dua outlet *Bowling Fruit Bar* Yogyakarta yang berjumlah 135 responden, dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Karakteristik Demografis Responden *Bowlling Fruit Bar* Alamanda dan Gejayan

Karakteristik Demografis	Jumlah Responden	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	49	36,3
Perempuan	86	63,7
Usia		
<18 Tahun	8	5,9
19-24 Tahun	95	70,3
>25 Tahun	32	23,8
Tingkat Pendidikan Terakhir		
SD	1	0,7
SMP	0	0
SMA	48	35,6
Perguruan Tinggi	86	63,7
Pekerjaan		
Pelajar	5	3,7
Mahasiswa	68	50,4
Karyawan swasta/wiraswasta	43	31,9
PNS/TNI/POLRI	3	2,2
Lain-lain	16	11,8
Pendapatan		
<Rp 1 Juta	34	25,1
Rp 1,5 Juta-3 Juta	35	25,9
> Rp 3 Juta	27	20
Belum memiliki Pendapatan	39	29
Intensitas mengunjungi		
<1 Jam	53	39,3
1,5 jam - 3 Jam	78	57,8
>3 jam	4	2,9
Frekuensi Kedatangan		
2 kali	79	58,5
≥ 3 kali	56	41,5

Berdasarkan karakteristik demografis diatas, konsumen terbanyak berjenis kelamin perempuan sebanyak 86 orang (63,7%), berusia rata-rata di rentang 19-24 tahun (70,3%). Mayoritas konsumen dari kalangan mahasiswa(50,4%) dan belum memiliki pendapatan (29%). Intensitas mengunjungi konsumen rata-rata di rentang 1,5 jam – 3 jam (57,8%) dengan frekuensi kedatangan sebanyak 2 kali (58,5%).

Berbagai macam produk *fruit soup* yang disajikan di *Bowlling Fruit Bar* memiliki lebih

dari 20 jenis varian, diantaranya beberapa produk yang disukai oleh konsumen, penelitian ini dilakukan kepada konsumen yang datang di kedua outlet *Bowlling Fruit Bar* yang berada di Jl.Alamanda dan Jl. Gejayan dengan jumlah responden 135 orang, diantaranya yaitu sebagai berikut:

Tabel 23. *Fruit Soup* yang dipesan oleh konsumen

No	Jenis Fruit Soup	Frek	%
1	Spesial Ling	20	14,9
2	Summer Ling	19	14,1
3	Green Ling	13	9,7
4	Nutella Ling	7	5,2
5	Super Bowl	4	2,9
6	Candy Ling	4	2,9
7	Durio Ling	4	2,9
8	Mountain Ling	9	6,7
9	Bloody Ling	4	2,9
10	Happy Ling	3	2,2
11	JackFruit Ling	4	2,9
12	Creamy Ling	6	4,4
13	Taro Ling	3	2,2
14	Red Ling	6	4,4
15	Magu Ling	8	5,9
16	Choca Ling	6	4,4
17	Fancy Ling	4	2,9
18	Lain-lain	11	8,5
Total		135	100

Berdasarkan tabel diatas, responden menyukai jenis *fruit soup* Special Ling sebanyak 20 orang (14,9%), Summer Ling sebanyak 19 orang (14,1%), Green Ling sebanyak 13 orang (9,7%), Mountain Ling sebanyak 9 orang (6,7%), Magu Ling sebanyak 8 responden dan Nutella Ling sebanyak 7 orang (5,2%).

Pembahasan

Pendapat konsumen terhadap karakteristik produk *fruit soup* di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa konsumen menyukai suatu produk berdasarkan

karakteristik produknya. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa karakteristik *fruit soup* dilihat dari segi kualitas produk menurut pendapat Erinda, Kumadji, & Sunarti (2016:90) berpendapat bahwa kualitas suatu makanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi preferensi konsumen. Terdapat 5 faktor dimensi yang diambil oleh peneliti yaitu, *price*, *quality of service*, *branding*, *tangibles*, dan *quality of food*. Kelima aspek tersebut memiliki pendapat masing-masing dari konsumen

Pendapat kosumen terhadap karakteristik *fruit soup* di *Bowlling fruit bar* Yogyakarta mengatakan bahwa pada aspek *price* memiliki kategori yang tinggi, para responden setuju dengan harga yang sesuai dengan porsi dan varian isi dari *fruit soup* tersebut dan juga konsumen setuju bahwa harga yang ditawarkan relatif terjangkau karena sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Pada aspek *quality of service* konsumen berpendapat bahwa kategori tersebut adalah tinggi, yang artinya bahwa konsumen menyukai pelayanan yang disajikan oleh pramusaji *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta, karena konsumen merasa pelayanan yang diberikan cepat dan tidak menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan produk yang dipesan.

Aspek *branding* dalam penelitian ini mengacu pada keaslian produk dengan gambar yang disajikan, seperti deskripsi menu, nama dan gambar menarik dan pengalaman sebelumnya telah mencoba suatu produk tersebut. Aspek *branding* memiliki kategori tinggi, dimana konsumen setuju dengan apa yang disajikan oleh *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta. Mereka berpendapat bahwa deskripsi menu yang

ditampilkan sangat jelas dan membuat konsumen tertarik. Tidak hanya itu, terkait dengan nama, gambar dan penampilan produk yang ditawarkan membuat para konsumen yang datang merasa tertarik untuk mencobanya. Konsumen menyukai produk *fruit soup* yang ada di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta karena mereka sebelumnya sudah pernah mencoba produk tersebut dan beranggapan bahwa produk tersebut familiar bagi konsumen yang memesannya.

Aspek *tangibles* yang dijelaskan adalah bentuk nyata dari *fruit soup* tersebut. *Tangibles* memiliki kategori tinggi, yang artinya bahwa konsumen setuju dan menyukai karakteristik kuah yang ditawarkan serta isian berupa buah asli dan kuah yang memiliki tekstur kental. Selain itu, isian yang bervariasi dan kombinasi warna yang menarik merupakan salah satu alasan konsumen menyukai produk tersebut. Porsi yang disajikan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan juga konsumen bisa meminta tambahan gula dan buah/topping sesuai selera.

Aspek *quality of food* mendapatkan kategori tinggi, dimana para konsumen menyukai produk yang ditawarkan oleh *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta. Mereka berpendapat bahwa rasa yang menyegarkan dan manis serta isian *fruit soup* yang sehat dan mengandung vitamin tersebut menjadi salah satu alasan konsumen menyukai produk tersebut. *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta juga menyajikan produk *Healthy Soup (Bowl)*, dimana produk tersebut berbeda dari yang lainnya. Konsumen memilih dan menyukai produk tersebut karena memiliki kuah yang berbeda dengan lainnya, serta merupakan *fruit soup* yang direkomendasi dan terfavorit.

Preferensi konsumen berdasarkan karakteristik demografis dalam membeli produk *fruit soup* di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik demografis mempengaruhi preferensi konsumen membeli suatu produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik demografis mempengaruhi preferensi konsumen membeli suatu produk. Hal ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyuni (2014:12) yang menyatakan bahwa, preferensi pangan diasumsikan sebagai sikap seseorang terhadap makanan, suka atau tidak suka yang akan berpengaruh terhadap konsumsi pangan. Preferensi konsumen dalam membeli produk *fruit soup* di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta didominasi oleh oleh Special Ling, Summer Ling, dan Green Ling. Namun demikian, setiap *fruit soup* dipesan oleh konsumen dengan karakteristik demografis yang berbeda. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, para konsumen memilih *fruit soup* tersebut karena dari segi bahan dasar kuah yang memiliki rasa segar, manis dan mudah diingat. Special Ling merupakan salah satu menu *fruit soup* yang diberi tanda bintang didalam buku menu (★), hal itu berarti bahwa produk tersebut sebagai produk paling terfavorit menurut para konsumen yang datang. Selanjutnya untuk summer ling banyak diminati oleh konsumen, karena bahan dasar kuah tersebut merupakan buah yang segar dan manis yaitu mangga, hal itu berarti bahwa summer ling memiliki rasa yang sesuai dengan lidah para konsumen yang datang.

Berbeda dengan green ling, karena kuah yang disajikan tidak berasal dari buah asli melainkan

Karakteristik produk dan.... (Qonita Fitriani Sarie) 7 dari teh hijau sehingga produk ini termasuk salah satu produk yang banyak diminati oleh konsumen yang datang. Saat ini green tea sedang memiliki tren yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa. Konsumen yang memilih ketiga produk tersebut lebih didominasi oleh kalangan perempuan dengan rentang usia 19 - 24 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa. Intensitas mengunjungi bagi kalangan mahasiswa, rata-rata berdurasi 1,5 jam – 3 jam.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendapat konsumen terhadap karakteristik produk *fruit soup* di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta menyatakan bahwa pada aspek *price, quality of service, branding, tangibles dan quality of food* memiliki kategori tinggi. Dimana para responden setuju, yang artinya bahwa produk *fruit soup* di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta harga terjangkau, pelayanan dan penyajian cepat, nama produk menarik, deskripsi menu jelas dan sesuai dengan kenyataan, isian *fruit soup* yang menyehatkan, dan kualitas produknya baik dengan aspek-aspek tersebut, sehingga para konsumen menyukai dan memilih produk *fruit soup* tersebut.
2. Preferensi konsumen dalam membeli produk *fruit soup* di *Bowlling Fruit Bar* Yogyakarta, didominasi pada Special Ling, Summer Ling, dan Green Ling. Konsumen yang datang mayoritas adalah perempuan dengan rentang usia 19 – 24 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa.

Saran

Adapun beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan oleh Bowling Fruitbar Yogyakarta:

A. SARAN

1. Bagi pemilik *Bowling Fruitbar* Yogyakarta lebih meningkatkan kualitas produk yang disajikan, dengan memperhatikan isian isian *fruit soup* agar sebanding dengan harga yang ditawarkan.
2. Pihak *Bowling Fruitbar* Yogyakarta sebaiknya menjelaskan kepada konsumen mengenai buku menu yang terdapat catatan pilihan untuk menambah gula atau buah/topping pada saat proses pemesanan diawal, sehingga para konsumen yang datang bisa mengetahui informasi tersebut.
3. Pihak *Bowling Fruitbar* Yogyakarta sebaiknya lebih melebarkan sasaran konsumen, sehingga konsumen yang datang tidak hanya dari kalangan mahasiswa namun bisa dari kalangan pelajar ataupun umum.
4. Pihak *Bowling Fruitbar* Yogyakarta lebih meningkatkan dari segi kualitas pelayanan agar konsumen yang datang semakin meningkat.
5. Dari segi aspek *price, quality of service, branding, tangibles, dan quality of food* secara keseluruhan baik, tetapi sebaiknya ke lima aspek tersebut lebih ditingkatkan kembali agar konsumen yang datang semakin ramai.

DAFTAR PUSTAKA

Erinda, A., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Analisis Faktor-Faktor Preferensi

Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan Mcdonald's Di Indonesia Dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 30, 87-95.

Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 2, Edisi 12 ed.). Jakarta: PT. Indeks.

Junaedi, M.F.S. (2003). Analisis Faktor Demografi, Akses Media Dan Sumber Informasi Terhadap Kepedulian Dan Kesadaran Lingkungan Konsumen: Kajian Pemasaran Yang Berwawasan Sosial. Analisis Faktor Demografi, Akses Media Dan Sumber Informasi, 7, 96-111.

Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Wahyuni, Tri. (2014). Tingkat Preferensi Konsumen pada Subha *Food Court* Galeria Mall Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta