

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN REMAJA TERHADAP
PRODUK AYAM OLAHAN RESTORAN *FAST FOOD* DAN
RESTORAN TRADISIONAL DI KOTA SEMARANG**

**STUDIES ON THE PREFERENCES OF TEENAGERS
CONSUMERS ON CHICKEN PRODUCTS PROCESSED BY
FAST FOOD AND TRADITIONAL RESTAURANT IN
SEMARANG**

Oleh :

NAMA : KRISTIANA KUSUMA ASTUTI

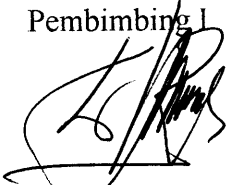
NIM : 00.70.0066

PROGRAM STUDI : TEKNOLOGI PANGAN STRATA (S – 1)

**Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan sidang penguji
pada tanggal 1 Juli 2004**

Semarang, Juli 2004
Jurusan Teknologi Pangan
Fakultas Teknologi Pertanian
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Pembimbing I



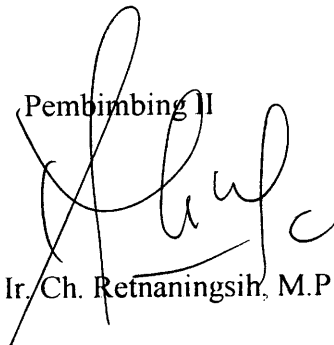
Ir. Sumardi, M.Sc

Dekan



Ir. Lucia Sri Lestari, M.Sc

Pembimbing II



Ir. Ch. Retnaningsih, M.P

RINGKASAN

Salah satu produk *fast food* yang paling digemari adalah ayam goreng (*crispy fried chicken*), daya belinya yang meningkat sehingga mendukung adanya perubahan pada konsumsi ayam olahan tradisional ke ayam olahan *fast food*. Perubahan pola konsumsi ini dapat disebabkan oleh preferensi, preferensi konsumen terhadap makanan merupakan ukuran tentang suka atau tidak suka-nya konsumen terhadap makanan yang dikonsumsinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi remaja terhadap produk ayam olahan restoran *fast food* dan tradisional, serta menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi kesukaan dan penilaian remaja terhadap produk ayam olahan. Responden penelitian ini sebanyak 150 konsumen remaja (13-20 tahun), yang diperoleh dari 75 konsumen remaja yang sedang mengonsumsi ayam di restoran *fast food* (KFC dan CFC) dan 75 konsumen remaja yang sedang mengonsumsi ayam di restoran tradisional (Rm Wong solo, Ny.Suharti dan Kampung Kali), dengan metode *purposive sampling* dan *convenience samples*. Data diperoleh dengan pengisian kuesioner. Dari hasil survei diketahui bahwa sebanyak 150 responden 66,7% remaja menyukai bahan baku dari ayam kampung, 61,3% remaja menyukai ayam olahan restoran tradisional, 42,7% remaja menyukai jenis produk ayam goreng tepung dan 63,3% remaja menyukai rasa gurih untuk produk ayam. Kesukaan responden akan ayam olahan restoran dan jenis produk ayam mempengaruhi dalam frekuensi konsumsi. Sebanyak 52% responden restoran *fast food* merupakan pengonsumsi kadang-kadang (3-4 kali/bulan) dan 66,7% responden restoran tradisional merupakan pengonsumsi jarang (<3 kali/bulan). Penilaian responden terhadap organoleptik produk ayam olahan antara restoran *fast food* dan tradisional adalah sama, tetapi tingkat kepraktisan penyajian produk antar kedua restoran berbeda, restoran *fast food* dinilai lebih praktis dalam penyajiannya. Atribut produk tren, rasa sesuai selera, cepat saji dan harga terjangkau antara restoran *fast food* dan restoran menunjukkan adanya perbedaan yang nyata, keempat atribut tersebut lebih diakui keberadaannya di restoran *fast food*. Sebanyak 21,33% konsumen remaja menilai atribut yang paling penting dimiliki oleh sebuah restoran adalah rasa produknya yang sesuai selera konsumen.

SUMMARY

Crispy fried chicken is one of the fast food products people like to consume. The purchasing for the product, is increasing and in turn is reducing market share of similar products those produced by traditional ones. The consumer preferences to the food plays vital role in the business prospect of the products for both produced by fast food and traditional. This research identify the preference of teenagers to the chicken products processed in the two ways of cooking. The study is addressed to identify the preferences of teenagers consumers and analising the related factors influence to both of fast food and traditional restaurants. The studies conducted to 150 consumers, at the ages between 13-20 years composed of 75 respondents for each restaurant category. The fast food restaurants were “Kentucky Fried Chicken” (KFC) and “California Fried Chicken” (CFC), where as traditional restaurants were “Wong Solo”, “Ny.Suharti” and “Kampung Kali”. Sampling technique employed was a combination of *purposive* sampling and *convenience* sampling, the exploration was made using questioner. The studies resulted that 66,7% of respondents prefers to domestic chicken compared to 33,3% who prefers broiler chicken, 61,3% respondents prefers chicken products produced traditional restaurant compared to 38,7% prefer to fast food chicken product. However 42,7% consumers prefer floured fried chicken and 63,3% prefers to umami. The consumer preference on both processing techniques and the type chicken products significantly influence to frequently of consumption. Some 52% respondents of fast food restaurant consuming 3-4 times per month and 66,7% consuming less than 3 times per month. While the evaluation on the sensory aspect of traditional and fast food restaurant was not significantly different, however the consumers prefer the practical aspects of the service provided by fast food restaurant particularly on the fast of the service. The responden claim the preference factors in fast food restaurants the trend of the product, and the taste of the meat with costumers satisfaction, fast in service and the achievable prices. Some 21,33% claimed that products taste is the most important factor in consuming the chicken products

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan, sehingga dapat tersusun skripsi ini dengan judul *"Analisis Preferensi Konsumen Remaja Terhadap Produk Ayam Olahan Restoran Fast Food dan Restoran Tradisional di Kota Semarang"*

Maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas sebagai salah satu kewajiban guna mencapai gelar Sarjana Teknologi Pertanian Jurusan Teknologi Pangan pada Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Ir.Lucia Sri Lestari, M.Sc selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
2. Bapak Ir.Sumardi, M.Sc selaku dosen pembimbing I yang telah rela meluangkan waktunya disela-sela kesibukannya untuk membimbing dan memberikan saran-saran sampai selesainya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Ir.Christiana Retnaningsih, M.P selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan saran-saran sampai selesainya penulisan skripsi ini.
4. Semua staf pengajar dan karyawan-karyawati Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Katolik Soegijapranata.
5. Seluruh Manager dan karyawan "Kentucky Fried Chicken" cabang Semarang, yang telah memberikan izin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.
6. Bapak Bagus selaku pimpinan di "California Fried Chicken" Citralland Semarang beserta karyawan, yang telah memberikan izin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.
7. Bapak Azis selaku pimpinan di Rumah Makan "Ayam Bakar Wong Solo" Semarang beserta karyawan, yang telah memberikan izin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.

8. Bapak Ardi selaku pimpinan di Rumah Makan “Ayam Goreng Ny.Suharti” Semarang beserta karyawan, yang telah memberikan izin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.
9. Bapak Budi selaku pimpinan di Rumah Makan “Ayam Goreng Kampung Kali” Semarang beserta karyawan, yang telah memberikan izin dan banyak membantu penulis dalam penelitian ini.
10. Keluargaku tercinta, thank’s for support baik secara moral dan material.
11. Special untuk temanku Astiti yang selalu menemaniku, mendukung dan mau bekerjasama selama skripsi.
12. Sobatku Mendi, Sari, Ida, Fivit, Dona dan adikku Sani, Astri, thank’s for support dan keceriaannya yang telah memberi warna dalam semangatku.
13. Teman-teman Teknologi Pangan Universitas Katolik Soegijapranata
14. Seluruh pihak yang telah membantu hingga selesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan tangan terbuka menerima kritik maupun saran yang bersifat membangun.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi civitas akademika dan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juli 2004

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Preferensi Konsumen	2
1.3. Remaja Sebagai Konsumen	5
1.4. Ayam Sebagai Bahan Baku Olahan	7
2. METODA	9
2.1. Tempat dan Waktu Penelitian	9
2.2. Sampel	9
2.3. Jenis Data	11
2.4. Cara Pengambilan Data	11
2.5. Analisa Data	12
3. HASIL	16
3.1. Sampel	16
3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	16
3.3. Karakteristik Individu Responden	17
3.4. Preferensi Konsumen Remaja Terhadap Produk Ayam Olahan	19
3.5. Faktor-Faktor Pendukung Preferensi Konsumen Remaja Terhadap Produk Ayam Olahan	27
3.6. Penilaian Konsumen Remaja Terhadap Produk Ayam Olahan dan Restoran	32
4. PEMBAHASAN	37
5. KESIMPULAN	49
6. DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Hasil Perhitungan Jumlah Sampel	16
Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas	17
Tabel 3. Alasan Responden Lebih Sering Mengonsumsi Bahan Baku Ayam Broiler dan Ayam Kampung	20
Tabel 4. Alasan Responden Lebih Sering Mengonsumsi Ayam Olah Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional	22
Tabel 5. Hasil Uji Korelasi <i>Contingency Coefficient</i> Hubungan Faktor Individu Dengan Kesukaan Bahan Baku dan Ayam Olah	25
Tabel 6. Hasil Uji Korelasi <i>Contingency Coefficient</i> Hubungan Faktor Individu Dengan Kesukaan Jenis Produk dan Rasa Produk Ayam	26
Tabel 7. Hasil Uji Korelasi <i>Contingency Coefficient</i> Hubungan Antara Preferensi Responden Dengan Frekuensi Konsumsi	26
Tabel 8. Alasan Pendukung Kedatangan Responden Ke Restoran	28
Tabel 9. Alasan Responden Yang Tidak Merencanakan Produk Ayam Olahan di Restoran	29
Tabel 10. Hasil Uji Korelasi <i>Contingency Coefficient</i> Hubungan Faktor Individu Dengan Sumber Informasi dan Sumber Informasi Dengan Frekuensi Konsumsi	32
Tabel 11. Hasil Uji Korelasi <i>Spearman</i> Hubungan Faktor Individu Dengan Frekuensi Konsumsi Ayam Olah Restoran	32
Tabel 12. Sebaran Responden Terhadap Penilaian Organoleptik	33
Tabel 13. Sebaran Responden Terhadap Penilaian Cara Penyajian	34
Tabel 14. Hasil Uji <i>2 Independent Samples Mann-Whitney</i> Perbedaan Organoleptik dan Cara Penyajian Antar Restoran	34
Tabel 15. Penilaian Responden Terhadap Atribut Produk dan Atribut Layanan di Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional	35
Tabel 16. Hasil Uji Korelasi <i>Contingency Coefficient</i> Hubungan Faktor Individu Dengan Atribut Yang Dinilai Paling Penting	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Persentase Jenis Kelamin Responden Di Restoran <i>Fast Food</i> dan Restoran Tradisional	17
Gambar 2. Persentase Usia Responden di Restoran <i>Fast Food</i> dan Restoran Tradisional	18
Gambar 3. Persentase Pendidikan Responden di Restoran <i>Fast Food</i> dan Restoran Tradisional	18
Gambar 4. Persentase Uang Saku per Bulan Responden di Restoran <i>Fast Food</i> dan Restoran Tradisional	19
Gambar 5. Sebaran Responden Antara Kesukaan dan Tingkat Konsumsi Bahan Baku Ayam Olahan	20
Gambar 6. Sebaran Responden Antara Kesukaan dan Tingkat Konsumsi Ayam Olahan Restoran	21
Gambar 7A. Gambar Macam-Macam Jenis Produk Ayam	23
Gambar 7B. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Produk Ayam Yang Disukai	24
Gambar 8. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Rasa Produk Ayam Yang Disukai	24
Gambar 9. Persentase Alasan Kedatangan Responden Mengonsumsi Ayam di Restoran <i>Fast Food</i> dan Restoran Tradisional	27
Gambar 10. Persentase Perencanaan Responden Dalam Mengonsumsi Ayam di Restoran <i>Fast Food</i> dan Restoran Tradisional	28
Gambar 11. Persentase Responden Menurut Sumber Informasi Yang Diperoleh Antara Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional	30
Gambar 12. Persentase Responden Menurut Frekuensi Konsumsi Ayam Olahan di Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional	31
Gambar 13. Sebaran Responden Restoran <i>Fast Food</i> dan Tradisional Dalam Penilaian Atribut Yang Dianggap Paling Penting	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Tabulasi Survei Preferensi Konsumen Remaja Terhadap Produk Ayam Olahan
- Lampiran 3. Perhitungan Jumlah Sampel dan Tabel Nilai Z
- Lampiran 4. Hasil Olah Data Validitas dan Reliabilitas dan Tabel Nilai *r Product Moment*
- Lampiran 5. Hasil Olah Data *Chi-square* Kesukaan dan Sering Konsumsi Bahan Baku Ayam
- Lampiran 6. Hasil Olah Data *Chi-square* Kesukaan dan Sering Konsumsi Ayam Olahan Restoran
- Lampiran 7. Hasil Olah Data Korelasi *Contingency Coefficient* Hubungan Antara Faktor Individu Dengan Kesukaan Bahan Baku Ayam dan Ayam Olahan Restoran
- Lampiran 8. Hasil Olah Data Korelasi *Contingency Coefficient* Hubungan Antar Faktor Individu Dengan Kesukaan Jenis Produk Ayam dan Rasa Produk Ayam
- Lampiran 9. Hasil Olah Data Korelasi *Contingency Coefficient* Hubungan Antara Preferensi Responden Dengan Frekuensi Konsumsi
- Lampiran 10. Hasil Olah Data *Chi-square* Alasan Kedatangan Responden Mengonsumsi Produk Ayam Olahan di Restoran
- Lampiran 11. Hasil Olah Data *Chi-square* Perencanaan Mengonsumsi Produk Ayam Olahan di Restoran
- Lampiran 12. Hasil Olah Data *Chi-square* Perolehan Informasi Responden
- Lampiran 13. Hasil Olah Data *Chi-square* Frekuensi Konsumsi Responden
- Lampiran 14. Hasil Olah Data Korelasi *Contingency Coefficient* Hubungan Faktor Individu Dengan Sumber Informasi dan Hubungan Sumber Informasi Dengan Frekuensi Konsumsi
- Lampiran 15. Hasil Olah Data Korelasi *Spearman* Hubungan Usia, Pendidikan dan Uang Saku Responden Dengan Frekuensi Konsumsi Produk Ayam Olahan
- Lampiran 16. Hasil Olah Data 2 *Independent Sampels Mann-Whitney* Tentang Perbedaan Penilaian Organoleptik dan Cara Penyajian Ayam Olahan Antar Restoran
- Lampiran 17. Hasil Olah Data *Chi-square* Mengenai Penilaian Atribut Produk dan Atribut Layanan di Restoran Fast Food dan Tradisional
- Lampiran 18. Hasil Olah Data Korelasi *Contingency Coefficient* Tentang Hubungan Faktor Individu Dengan Atribut Yang Dinilai Paling Penting
- Lampiran 19. Kecepatan Waktu penyajian di Restoran *Fast Food* dan Tradisional