POTRET PREFERENSI DAN PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KAWASAN KULINER PANTAI TAK BEROMBAK (PTB) KOTA MAROS

SKRIPSI

OLEH:

NUR HIKMA
NIM 105721122116

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR

2020

POTRET PREFERENSI DAN PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KAWASAN KULINER PANTAI TAK BEROMBAK (PTB) KOTA MAROS

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Jurusan Manajemen

Disusun Dan Diajukan Oleh:

NUR HIKMA

NIM 105721122116

15/12/2020
1 eks
Smb. Alumni
R/0283/MAN/2020
HIK
p'

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2020

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO HIDUP

Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun. Dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, karib kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, *ibnu sabil* dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri.

(Qur'an surah An-nisa : 36)

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini ku persembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta karena berkat dukungan merekalah sehingga amanah ini terselesaikan.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بسم الله الرحمن الرحيم

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian	:	Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros
Nama Mahasiswa	:	Nur Hikma
No. Stambuk/NIM	:	105721122116
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi	:	Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 29 Oktober 2020 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 12 November 2020

Menyetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Ruliaty, MM	Andi Risfan Rizaldi., S.E, M.M
NIDN :0009095406	NIDN : 0918058602

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi
Ismail Rasulong, SE., MM	Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM : 903078	NBM : 1085576

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بسم الله الرحمن الرحيم

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Nur Hikma, NIM : 105721122116, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0010/SK-Y/61201/091004/2020 M, Tanggal 10 Rabiul Awal 1442 H / 29 Oktober 2020 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 27, Rabi'ul Awal 1442 H
12 November 2020 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag (.....)
   (Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....)
   (Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....)
   (WD 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....)
   2. Ismail Rasulong, SE., MM (.....)
   3. Muh. Nur Rasyid, SE., MM (.....)
   4. Sitti Marhumi, SE., MM (.....)

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM : 903078

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بسم الله الرحمن الرحيم

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Hikma
Stambuk : 105721122116
Program Studi : Manajemen
Dengan Judul : Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar dan telah di ujikan pada tanggal 29 Oktober 2020

Makassar, 12 November 2020

Yang Membuat Pernyataan,

METERAI TEMPEL 00692AHF572505976 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Nur Hikma

Diketahui Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ismail Rasulong SE, MM.
NBM : 903078

Ketua Program Studi

Muh. Nur Rasyid, SE.,MM.
NBM : 1085576

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Puji syukur Penulis panjatkan atas kehadirat Allah yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat meyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **"Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros"** Salam dan solawat semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Sallallahu alaihi wasallam yang kita nantikan syafaatnya didunia maupun diakhirat kelak dengan izin Allah Subhanahu wata'ala.

Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan berkat adanya kerjasama, bantuan, arahan, bimbingan dan petunjuk-petunjuk dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung karena itu melalui tulisan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terkhusus kepada kedua orang tuaku tersayang. Ayahanda Ibrahim dan Ibunda Irmawati, yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayangnya, waktu, materi dan segalanya serta senatiasa mendoakan untuk kesuksesan, keberhasilan penulis merupakan berkat doa orang tua sehingga bisa berada ditahap sekarang ini. Khusus yang selalu membantu dan meluangkan waktunya yang membimbing dalam penulisan skripsi ini yang masih kupertanyakan namanya engkaulah guruku yang terbaik, selalu memotivasi serta keluarga besar yang telah memberi semangat dukungan dan membantu penulis selama menempuh pendidikan, sampai selesainya skripsi ini, kepada beliau penulis memanjatkan doa semoga Allah Subhana Wataala mengasihi, memberikan rahmat, berkah dan hidayah. *Amin Ya Robbal Alamin Ya Allah.*

Penulis juga menyampaikan ucapan terimah kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Ruliaty, M.M selaku pembimbing I dan Bapak Andi Risfan Rizaldi, S.E, M.M selaku pembimbing II engkau adalah pembimbingku yang sangat luar biasa membantu bukan sekedar memberi saran dan mengoreksi semata namun memberikan referensi juga, engkau sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya partisipasi dan bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan seperti yang diharapkan penulis. Maka dari itu penulis patut menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Ambo Asse, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar beserta wakil Rektor I, II, III dan IV.
2. Bapak Ismail Rosulong S.E M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar beserta wakil dekan I, II dan III.
3. Bapak Muh Nur Rasyid, S.E, M.M selaku ketua jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak/Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
5. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
6. Teman-teman Program Studi Manajemen dan terutama kelas Man16F Angkatan 2016 yang selalu belajar bersama.

7. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat merampung penulisan Skripsi ini.

Penulis menyadari kekurangan begitu banyak dalam skripsi ini yang sangat jauh dari kata kesempurnaan, maka penulis harap saran dan kritik yang dapat membantu perbaikan dan kesempurnaan Skripsi ini.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada para dosen yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu namanya dan semua orang yang membantu atas selesainya skripsi ini semoga dapat bermanfaat.

Makassar, 3 November 2020

Penulis

Nur Hikma

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

ABSTRAK

Nur hikma, Tahun 2020 Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I **Hj Ruliaty** dan Pembimbing II **Andi Risfan Rizaldi.**

Penelitian ini berjudul Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros dengan rumusan masalah: Bagaimana Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara, dan dokumentasi di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros. Data yang diolah adalah simpulan dari hasil wawancara dilapangan yaitu wawancara dengan infoman yang ditemui dilapangan. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja yaitu Kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros dan mengambil pengunjung sebagai informan. Analisis data yang digunakan adalah dengan tahapan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini, Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner PTB Kota Maros yaitu Konsumen mengatakan bahwa preferensi mereka adalah jus yang menjadi kesukaan mereka, konsumen merasa puas karena banyaknya pilihan menu jadi kebutuhan mereka terpenuhi. Alasan konsumen membeli karena mereka suka dan harganya pun terjangkau dengan pelayanan yang baik dan ramah.

Kata kunci : Preferensi, Keputusan Pembeli

ABSTRACT

Nur hikma, *2020 Portrait of Preference and Consumer Purchase Decision Process in Maros City's Uncended Coastal Culinary Area (PTB), Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Advisor I Hj Ruliaty and Supervisor II Andi Risfan Rizaldi.*

This research is entitled Portrait of Preference and Consumer Purchase Decision Process in Maros City's Non-Corrugated Coastal Culinary Area (PTB). This study aims to determine the Portrait of Preference and Consumer Purchase Decision Process in the Non-Corrugated Coastal Culinary Area (PTB) of Maros City.

This research uses a qualitative approach with descriptive analysis method. Types of data used are primary data and secondary data with data collection techniques by observation, interviews, and documentation in the culinary area of Pantai Tak Berombak (PTB), Maros City. The processed data are the conclusions from the results of interviews in the field, namely interviews with information found in the field. The location of this research was chosen deliberately, namely the culinary area of Pantai Tak Berombak (PTB), Maros City and took visitors as informants. The data analysis used is the stage of data reduction, data presentation and conclusions.

The results of this study, Portrait of Preference and Consumer Purchase Decision Process in the Culinary Area of PTB, Maros City, consumers say that their preference is their favorote juice, consumers are satisfied because there are many menu choices so their needs are met. The reason consumers buy is because they like it and the price is affordable with good and friendly service.

Keywords: Preference, Buyer Decision

DAFTAR ISI

SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iii
HALAMAN PERSETUJUAN iv
HALAMAN PENGESAHSAN v
LEMBAR PERNYATAAN vi
KATA PENGANTAR vii
ABSTRAK x
ABSTRACT xi
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6
A. Pemasaran 6
B. Perilaku Konsumen 10
C. Karakteristik Konsumen 13
D. Preferensi Konsumen 15
E. Dimensi Preferensi 19
F. Proses Keputusan Pembelian 21
G. Tinjauan Empiris 21
H. Kerangka Konsep 24

BAB III METODE PENELITIAN 25
A. Jenis Penelitian 25
B. Fokus Penelitian 25

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Penulis juga menyampaikan ucapan terimah kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Ruliaty, M.M selaku pembimbing I dan Bapak Andi Risfan Rizaldi, S.E, M.M selaku pembimbing II engkau adalah pembimbingku yang sangat luar biasa membantu bukan sekedar memberi saran dan mengoreksi semata namun memberikan referensi juga, engkau sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya partisipasi dan bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan seperti yang diharapkan penulis. Maka dari itu penulis patut menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Ambo Asse, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar beserta wakil Rektor I, II, III dan IV.
2. Bapak Ismail Rosulong S.E M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar beserta wakil dekan I, II dan III.
3. Bapak Muh Nur Rasyid, S.E, M.M selaku ketua jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak/Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
5. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
6. Teman-teman Program Studi Manajemen dan terutama kelas Man16F Angkatan 2016 yang selalu belajar bersama.

DAFTAR TABEL

Nomor Judul Halaman

Table 2.1 Tinjauan Empiris 22
Tabel 4.1 Daftar Nama Pedagang Pantai Tak Berombak 32
Tabel 4.2 Karakteristik Informan 35

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

DAFTAR GAMBAR

Nomor Judul Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Preferensi Konsumen..... 24

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Judul Halaman

1. Panduan Wawancara 51
2. Hasil Wawancara 52
3. Karakteristik Informan 70
4. Foto Dokumentasi Wawancara dengan Responden 70

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar adalah tempat usaha menjual beli barang maupun jasa untuk orang-orang, dimana pembeli dan penjual itu bertemu untuk melakukan transaksi jual beli supaya memenuhi kebutuhannya maka mereka melakukan tukar menukar dengan menggunakan pembayaran yang sah atau menggunakan uang. Pembeli akan datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa sejumlah uang yang dimilikinya untuk digunakan sebagai alat pembayaran.

Dalam ilmu ekonomi arus utama, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang atau jasa dengan uang disebut dengan transaksi. Pasar terdiri dari semua pembeli dan penjual yang baik yang memengaruhi harganya. Pengaruh ini merupakan studi utama ekonomi dan telah melahirkan beberapa teori dan model tentang kekuatan pasar dasar penawaran dan permintaan. Ada dua perang dipasar, pembeli dan penjual. Pasar mengizinkan semua item yang diperdagangkan untuk dievaluasi dan harga. Sebuah pasar muncul lebih atau kurang spontan atau sengaja dibangun oleh interaksi manusia untuk memungkinkan pertukaran hak jasa dan barang.

Setiap konsumen pasti memiliki pilihan tersendiri ketika ingin membeli sesuatu barang atau jasa. Dalam proses pembelian ada yang mementingkan harga yaitu jika harganya murah itu lebih di utamakan

daripada kualitasnya tetapi ada juga konsumen yang sangat mementingkan kualitas suatu produk meski harganya sangat mahal. Terdapat juga konsumen yang mengutamakan brand jika dia menyukai suatu barang tetapi bukan barang yang biasa dibelinya maka dia tidak akan membelinya.

Pilihan-pilihan konsumen itu dalam membeli suatu produk disebut kecenderungan, selera atau preferensi. Selera setiap konsumen pasti berbeda-beda tergantung dari pilihannya atau kebiasaanya. Preferensi konsumen sangat penting bagi produsen untuk menganalisa konsumennya produk mana yang lebih diminati. Preferensi konsumen adalah pemilihan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap produk yang akan dikomsumsi. Preferensi menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai produk pilihan yang ada. Pemahaman Preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang secara berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual atau yang dipasarkan tetap diminati oleh konsumen.

Sikap konsumen merupakan faktor yang penting untuk dipahami oleh pedagang karena sikap dianggap mempunyai korelasi positif dan kuat dengan perilaku konsumen. Konsumen memperhatikan berbagai macam atribut pada produk dan tempat yang menjadi pertimbangan dalam memilih sebuah produk dalam pengambilan keputusan membeli.

Makanan atau minuman penghangat menjadi pilihan sebagai contoh sarebba, kopi dan lain sebagainya. Sedangkan pada daerah yang bercuaca panas, masakan atau minuman yang dingin seperti es buble, es teler yang sering digunakan oleh para peracik masakan. Tujuannya

adalah ketika makanan terasa dilidah menjadikan suasana hati lebih sejuk dan menyegarkan para penikmat kuliner tersebut.

Akhir-akhir ini bisnis kuliner di Indonesia semakin ramai karena didukung oleh pergeseran pola dan gaya hidup kaum milenial. Kawasan kuliner merupakan tempat pilihan untuk bertemu atau nongkrong. Bahkan digunakan sebagai tempat singgah misalkan dari perjalan jauh mereka akan singgah beristrahat karena kecapean.

Pedagang kaki lima (PKL) adalah produsen atau penjual yang memiliki ekonomi sedikit maupun menengah yang berjualan sehari-hari dengan modal yang biasa mereka menggunakan modal sendiri maupun menggunakan modal pinjaman dan konsumen pun bukan hanya masyarakat menengah ke bawah tapi juga yang menengah ke atas. Adanya berbagai macam produk pedagang kaki lima (PKL) yang ditawarkan membuat konsumen dihadapkan dengan berbagai alternatif yang ada sehingga konsumen mempunyai preferensi tertentu sebelum melakukan proses pembelian. Kegunaan preferensi konsumen terhadap barang adalah untuk mengetahui apakah produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen.

Faktor preferensi akan menunjukkan konsumen untuk pembelian di kawasan kuliner PTB Kota Maros. Apa yang di beli konsumen di pedagang berdasarkan preferensinya masing-masing. Preferensi merupakan suatu minat atau keinginan untuk memilih. Preferensi konsumen memilih suatu produk dapat berupa karena harganya yang murah, rasanya yang enak, lokasinya yang dekat dan pelayanannya yang bagus.

Tempat kuliner Maros ini terletak di jantung kota Maros yang letaknya juga berdekatan dengan kantor pemerintahan, taman kota, masjid Al Markas Al Islami dan juga dekat dengan terminal Marusu Maros. Tempat kuliner Maros ini juga sudah semakin berkembang terdapat bangunan yang berjejer seperti ruko yang berdiri di bagian timur kolam beserta dengan bangunan gedung yang merupakan pusat jajanan modern. Kemudian di bagian barat kolam tersebut terdapat taman kota yang biasa digunakan sebagai sarana untuk bermain anak-anak. Kemudian terdapat juga payung berwarna warni yang terjejer dengan rapi di bagian kiri jalan beserta dengan gerobak makanan yang berada di bagian sebelah kanan jalan di sekeliling kolam dengan membentuk pola persegi empat. Peneliti tertarik dengan tempat itu karena setiap lewat di jalan poros Maros-Makassar pasti selalu ramai dikunjungi bahkan setiap hari selalu ramai, yaitu ketika menjelang sore sampai malam hari. Pedagang juga cukup banyak dan produk yang ditawarkan pun bermacam-macam, ada yang menjual makanan yaitu bakso, mie pangsit, mie kuah, mie goreng, gorengan dan banyak lagi, minuman pun juga banyak macamnya ada minuman panas, dingin, dan aneka jus.

Dari uraian tersebut maka penulis memilih masalah tentang **"Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang berkaitan dengan pembahasan yaitu, Bagaimana Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros.

C. Tujuan Penelitian

Dengan merujuk dari rumusan masalah yang telah dibuat oleh penulis. Adapun tujuan utama dari penelitian ini, yaitu Untuk mengetahui Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh dan dikategorikan menjadi dua manfaat utama, yaitu manfaat praktis dan teoritis. Berikut ini adalah gambaran manfaat dari penelitian berdasarkan dia kategori tersebut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari adanya penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah wawasan terhadap diri peneliti guna mendalami masalah yang berkaitan dengan Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi atau literatur bacaan bagi berbagai kalangan serta sebagai bahan referensi tentang Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros serta memberikan wawasan tentang Kawasan Kuliner Maros

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran

Menurut Suwarman (Putri, 2017:18) Pemasaran merupakan proses menganalisis apa yang diinginkan oleh pembeli dan untuk meyakinkan pembeli tersebut kalau mereka menginginkan barang dan jasa itu. Kemudian terjadilah transaksi terhadap pembeli dan penjual untuk mendapatkan barang tersebut dan akan diperoleh faedah oleh mereka dan pembeli memberikan imbalan kepada penjual berupa uang dan lainnya.

Pemasaran adalah sebuah proses perencanaan yang telah ditetapkan, penentuan harga, terhadap suatu barang dan jasa untuk memperoleh perubahan dari yang diharapkan untuk memuaskan apa yang ingin dicapai individu dan organisasi. Pemasaran merupakan suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok untuk melakukan proses transaksi apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Berhasil atau tidaknya pemasaran yang dilakukan dapat diperhatikan dengan mengetahui pandangan dan penilaian yang diberikan kepada konsumen yang dilakukan pedagang saat ini, sehingga pedagang perlu melakukan penilaian untuk dapat meningkatkan minat konsumen.

Menurut Boone dan Kurt (Dewi, 2019:12) Pemasaran adalah proses menemukan keinginan dan apa sebenarnya yang dicari oleh

pelanggan dan akan memanfaatkan barang dan jasa tersebut sebagai sesuatu yang telah memenuhi atau melebihi harapan atau apa yang diinginkan pelanggan. Kotler dan keller pemasaran adalah sebuah perencanaan pendapatan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan membuat suatu produk untuk ditawarkan dan dipertukarkan dengan produk kepada orang lain (Dewi, 2019:12).

Kesimpulan, bahwa pada dasarnya pemasaran bukan hanya kegiatan menjual barang maupun jasa tetapi juga meliputi kegiatan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dengan berusaha mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli barang dan jasa, sehingga terjadi penawaran dan pertukaran produk yang bernilai. Hal ini sangat penting bagi manajer pemasaran untuk memahami tinngkah laku konsumen tersebut. Sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk secara lebih baik. Dengan mempelajari perilaku konsumen, manajer akan mengetahui kesempatan, mengidentifikasi serta menentukan segmentasi pasar secara tepat dan akurat.

Menurut Kotler dan Amstrong (Putri, 2017:19) konsep alternatif yang mendasari aktifitas pemasaran yaitu :

1. Konsep Produksi mengira bahwa konsumen itu lebih menyukai produk yang mudah diproduksi dengan harga yang terjangkau, manajemen itu harus fokus terhadap perbaikan efesiensi dalam menciptakan atau dalam memproduksi dan melakukan distribusi.
2. Konsep Produk mengira bahwa konsumen lebih suka terhadap produk yang ditawarkan yang mutu, dan yang bersifat sangat inovati,

jadi sebuah perusahaan harus memuaskan tenaga untuk melaksanakan suatu perbaikan terhadap produk yang secara berkelanjutan.

3. Konsep Penjualan mengira bahwa konsumen itu tidak akan malakukan pembelian produk yang cukup banyak terhadap produk perusahaan, melainkan kalau perusahaan itu akan melaksanakan usaha penjualan dan promosi yang berskala besar.
4. Konsep Pemasaran mengira bahwa, akan memperoleh tujuan perusahaan atau organisasi terkait pada penentuan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan pasar incaran dan memuaskan pelanggan sebagai yang lebih efektif dan efesien ketimbang yang dilakukan oleh pesaing.
5. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial memberitahukan bahwa perusahaan atau organisasi itu akan menuntaskan apa yang menjadi kebutuhan, harapan dan impian pasar target. Kemudian perusahaan atau organisasi harus mempersembahkan nilai superior terhadap pelanggan dengan suatu cara yang menjaga dan meningkatkan ketentraman konsumen dan masyarakat.

Konsep pemasaran menurut Soekartawi (Wijayanti, 2011:10-11) adalah produk yang dihasilkan harus berorientasi pada kebutuhan konsumen. Selera dan kebutuhan konsumen terus berubah, maka macam dan kualitas produk perlu ada pembaharuan sehingga muncul pengertian baru dalam konsep pemasaran, yaitu konsep pemasaran strategis dan konsep pemasaran kemasyarakatan. Pada konsep pemasaran strategis, konsumen individu bukan satu-satunya sasaran.

Sedangkan pada konsep pemasaran kemasyarakatan, bukan saja kebutuhan pasar yang dipenuhi tetapi juga upaya bagaimana mempertahankan dan meningkatkan kemakmuran konsumen dan masyarakat.

Ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain konsep pemasaran (Wijayanti, 2011:11) yaitu :

a. Identifikasi harapan pembeli
b. Identifikasi terhadap barang atau jasa yang dipasarkan
c. Identifikasi konsumen dan sekalian membuat dan mempunyai konsumen

Tujuan utama pemasaran adalah untuk meningkatkan hasil jual suatu produk agar dapat memuaskan konsumen bukan sekedar mencari laba. Dalam tujuan utama pemasaran oleh suatu produsen kepuasan konsumen adalah tujuan utama untuk menunjang kesuksesan penjualan. Persaingan dalam pemasaran yang semakin ketat menuntut para produsen untuk dapat memahami perilaku konsumen dari produk yang ditawarkan (Naibaho, 2016:18).

Swasta dan irawan (Wijayanti, 2011) mengatakan bahwa maksud dari kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli barang dan jasa yang mereka perlukan karena ini paling berharga bagi setiap manajer pemasaran akan mengetahui tingkah laku setiap konsumen supaya produsen bisa menentukan harga, mempromosikan, mengembangkan dan menyalurkan barang dengan aturan yang baik. Dalam menganalisis perilaku konsumen atau pembeli,

manajer akan memahami peluang baru yang bersumber dari belum tercapainya harapan dan akan menganalisis segmentasi pasar.

B. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk, tentu sebagai konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari harga,kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya. Kegiatan memikirkan, mempertimbangkan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli merupakan perilaku konsumen (Indrasari, 2019:14).

Sumarwan menyatakan perilaku konsumen pada dasarnya merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen dengan menggunakan sumber-sumber yang tersedia yaitu waktu, uang dan upaya, untuk ditukar dengan barang untuk dikonsumsi. Secara sederhana perilaku konsumen meliputi keputusan tentang apa yang dibeli oleh konsumen, mengapa, dimana, kapan, dan seberapa sering dia membeli. Perilaku konsumen juga dapat didefinisikan sebagai proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengavaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk (Wijayanti, 2011:11)

Simamora (Wijayanti, 2011:11-12) Perilaku konsumen menyoroti perilaku individu dan kelompok. Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk. Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah teori yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, oleh siapa, dan bagaimana

barang yang sudah dibeli dikonsumsi. Juga termasuk variabel-variabel yang tidak dapat diamati seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana mereka mengevaluasi alternatif, dan apa yang mereka rasakan tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.

Menurut kotler dan amstrong (indrasari, 2019:16-17) faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen antara lain sebagai berikut:

1. Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Selain itu pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, sub budaya, dan kelas sosial.
2. Faktor sosial perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran, dan status sosial dari konsumen.
3. Faktor pribadi keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.
4. Faktor psikologis pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain motivasi konsumen, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap sebagai evaluasi perasaan emosional.

Adapun yang menjadi karakteristik sikap adalah diantaranya :

a. Sikap memilih objek

Di dalam konteks pemasaran, sikap konsumen harus terkait dengan objek, objek tersebut bisa terkait dengan berbagai konsep konsumsi dan pemasaran seperti produk, merek, iklan, harga, kemasan dan sebagainya. Jika kita ingin mengetahui sikap konsumen maka kita harus mendefinisikan secara jelas sikap konsumen terhadap apa.

b. Konsistensi sikap

Sikap adalah gambaran perasaan dari seseorang konsumen, dan perasaan tersebut akan direflesikan oleh perilakunya. Sikap memiliki konsisten dengan perilaku. Perilaku seseorang konsumen merupakan gambaran dari sikapnya.

c. Sikap positif, negatif, dan netral

Seseorang mungkin menyukai makanan rending (sikap positif) atau tidak menyukai minuman alkohol (sikap negatif), atau bahkan ia tidak memiliki sikap (sikap netral). Sikap yang memiliki dimensi positif, negatif, dan netral disebut karakteristik *valance* dari sikap.

d. Intensitas sikap

Sikap seseorang konsumen terhadap suatu merek atau produk akan berv ariasi tingkatannya, ada yang sangat menyukainya atau bahkan ada yang begitu sangat tidak menyukainnya. Ketika konsumen menyatakan intensitas sikapnya. Intensitas sikap desebut sebagai karakteristik extremity dari sikap

e. Risestensi sikap (*resistance)*

Resistensi adalah seberapa besar sikap seseorang konsumen bisa berubah. Sikap seseorang konsumen dalam memeluk

agamanya mungkin memiliki resistensi yang tinggi untuk berubah. Sebaliknya, seseorang konsumen yang tidak menyukai tomat, kemudian disarankan oleh dokter untuk banyak mengomsumsi tomat karena alasan kesehatan, mungkin sikapnya mudah berubah. Pemasar penting memahami bagaimana resistensi konsumen agar bisa menerapkan strategi pemasar yang tepat.

f. Persistensi sikap (*persistence)*

Persistensi adalah sikap yang menggambarkan bahwa sikap itu akan berubah dengan berlalunya waktu. Konsumen tidak suka makan ditempat yang elit sikap tersebut merupakan sikap negatif, tapi bisa jadi suatu saat nanti atau seiring berjalannya waktu dia akan memilih atau menyukai untuk makan di tempat yang elit atau berkelas.

g. Keyakinan sikap (*confidence)*

Keyakinan konsumen dari informasi kepercayaan sikap yang di perolehnya, sikap konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang berbeda-beda ada yang tingkat kepercayaan yang tinggi dan ada yang memiliki tingkat kepercayaan yang dibawah atau yang kecil.

h. Sikap dan situasi

Sikap pembeli terhadap objek sering muncul tergantung situasi yang akan mempengaruni sikap jnsumen terhadap suatu produk seseorang terhadap suatu objek sering kali muncul dalam konteks situasi (Naibaho, 2016:25).

C. Karakteristik Konsumen

Perbedaan dan kesamaan relatif yang melekat pada konsumen disebabkan oleh beberapa hal yaitu demografi terkait dengan masalah kependudukan dengan unsur-unsur yang sangat luas dan beragam meliputi jender, usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Geografi terkait dengan penyebaran lokasi pemukiman penduduk dan psikografi terkait dengan masalah hobbi, kesenangan, selera dan kebiasaan lainnya (Naibaho, 2016:24).

Untuk mendapatkan informasi tentang karakteristik pembeli atau konsumen, kita terlebih dahulu mendapatkan identitas responden penelitian. Karena identitas pembeli itu adalah faktor yang berhubungan diri masing-maasing konsumen dan mempunyai peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan. Khususnya jika ada keterlibatan yany tinggi dan resiko akibat dari produk dan jasa yang memiliki. Dan akan diekspresikan melalui komunikasi lisan (Putri, 2017:24).

Menurut Simamora (Putri, 2017:24) karakteristik konsumen meliputi :

1. Umur

   Keinginan dan kebutuhan komsumen dapat berubah akibat dari perubahan umur. Keinginan konsumen kepada suatu barang dan jasa yang diperlukan berhubungan dengan usia. Umur konsumen adalah faktor yang mempengaruhi preferensinya terhadap penciptaan sebuah keputusan supaya bisa menerima produk, jasa dan ide sebagai hal yang baru.

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat disebabkan oleh perbedaan kerangka konsumsi masyarakat, hal ini karena adanya perbedaan keinginan dan kebutuhan antara pria dan wanita, seorang pria menyukai yang keras dan sportif sedangkan wanita sebaliknya, banyak energi yang diperlukan. Pada derajat kegiatan yang sama, semakin aktif orang tersebut maka semakin banyak pula energi yang dibutuhkan. Pada kegiatan fisik antara wanita yang ukuran tubuhnya kecil umumnya membutuhkan sedikit energi daripada pria.

3. Tingkat Pendidikan

   Dari tingkat pendidikan seseorang tersebut dapat kita lihat kinerja mereka. Pendidikan seseorang berhubungan dengan perilaku pembelian oleh produk. Dapat juga mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk karena perubahan perilaku terhadap perubahan pola pikir serta pengalaman dan yang memiliki pengetahuan dan pendidikan rendah.

4. Pekerjaan

   Pekerjaan seseorang berpengaruh terhadap produkyang dibeli.cara konsumsi orang tersebut dipengaruhi oleh pekerjaan. jika pekerjaan tersebut berat maka dibutuhkan pula energi yang besar karena pekerja banyak mengandalkan fisik dan memerlukan banyak energi dari pada pekerjaan yang hanya mengandalkan skillnya.

D. Preferensi Konsumen

Preferensi ialah minat atau kesukaan dan ketidak sukaan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Pelanggan lebih banyak menyukai kualitas suatu barang yang akan dipilih seperti,

mereka akan mempertimbangkan kualitas dan harga terjangkau, dan mereka akan lebih cenderung memilih suatu merk yang sudah lama dikenal oleh masyarakat umum. Preferensi konsumen merupakan nilai-nilai yang dianut konsumen dalam menghadapi berbagai bentuk perbedaan dalam lingkungannya perbedaan antara harapan dengan realisasi yang dirasakan dari permasalahan yang dihadapi (Kresna, 2017).

Menurut Assael (Naibaho, 2016:20) preferensi konsumen ialah minat atau kecenderungan konsumen terhadap pilihan mereka mana yang disukai. Menurut Mowen preferensi itu bisa berubah dan bisa juga didapatkan dari kecil dan akan menjadi tetap jika orang tersebut bergaya hidup yang agak kuat. Menurut kotler preferensi konsumen adalah sesuatu yang lebih disukai dan dipilih oleh konsumen sebagai pilihan utamanya bergantung pada barang dan layanan yang baik.

Terdapat beberapa pernyataan sifat dasar dalam suatu preferensi yaitu (Samuel, 2016):

1. Kelengkapan

   Kelengkapan ialah jika A dan B adalah dua kondisi maka setiap orang bisa memspesifikasikan yang mana lebih disukai antara A dan B atau semuanya sama disukai. Maka setiap orang diasumsikan untuk tidak bingung terhadap pilihannya. Pasti pembeli bisa membedakan mana yang menurut dia yang baik dan buruk dan dia akan memilih terhadap kedua tersebut.

2. Transitivitas

Transitivitas ialah seseorang menyampaikan bahwa ia lebih suka kepada A dibandingkan B dan lebih suka B dibandingkan C jadi orang tidak dapat mengetahui preferensi hal yang bertentangan.

3. Kontinuitas

Kontinuitas ialah orang tersebut mengatakan lebih kondisi yang disukai A dibandingkan B. Apakah makanan tersebut sudah memenuhi minat atau tidak dan akan dikembalikan lagi apa ada pengaruh sosial atauka budaya,dan juga bisa jadi dari fisik atau dari indra perasa orang tersebut berbeda-beda dalam menyikapi makanan, dalam memilih pangan ialah : kualitas, harga, rasa, tempat Suhardjo (Putri, 2017:18).

Diasumsikan preferensi tiap orang akan mengikuti dasar di atas. Setiap orang akan selalu dapat membuat atau menyusun rangking pada semua situasi ataupun kondisi mulai dari yang paling disukai hingga yang paling tidak disukai dari berbagai macam barang dan jasa yang tersedia. Seseorang akan memilih barang yang paling disenanganya. Dengan kata lain ada orang yang lebih cenderung memilih sesuatu yang dapat memaksimalkan kepuasannya. Hal ini sejalan dengan konsep barang yang lebih diminati menyuguhkan kepuasan yang lebih besar dari barang yang kurang diminati (Wijayanti, 2011:16).

Preferensi konsumen atau pembeli ialah pilihan yang dipilih konsumen terhadap beberapa pihak muncul ketika tahap evaluasi pada proses pengambilan keputusan, tahap itu pembeli dapat memilih berbagai atribut produk atau jasa. Tahapannya adalah sebagai berikut (Samuel, 2016).

a. Kesadaran pada tahap ini konsumen dalam posisi sadar kalau produk, barang atau jasa tersebut
b. Pengetahuan pada tahap ini pembeli telahmengetahui produk tersebut.
c. Menyukai pada tahap ini pembeli mulai menyukai produk tersebut daripada produk yang lainnya.
d. Memilih pada tahap ini pembeli mulai menyukai produk tersebut daripada produk yang lainnya.
e. Keinginan untuk membeli pada tahap ini pembeli mulai mempunyai keinginan untuk membeli pada produk tersebut.
f. Membeli pada tahap ini ialah tahap dimana pembeli dapat dikatakan pembeli yang loyal pada produk hingga pembeli itu tidak ragu lai dalam memilih produk dan tidak lagi menggunakan pertimbangan yang lama.

Dalam menganalisis preferensi pembeli, penjual dapat membuat rencana yang cocok untuk mendapatkan respon konsumen dengan pesaingnya. Menurut Kotler (Naibaho, 2016:20) terdapat langkah dalam membangun preferensi

1. Diasumsikan jika pembeli melihat beberapa atribut pada produk dan pembeli pasti memiliki atribut yang berbeda terhadap suatu produk.
2. Tingkat kepentingan atribut terhadap pembeli jelas berbeda dalam menilai produk terhadap kecenderungan masing-masing pembeli.
3. Konsumen mengembangkan berbagai keyakinan terhadap atribut yang adapadaproduk.
4. Tingkat kepuasan konsumen pada produk sangat beragam

5. Konsumen akan lebih pada ke merek melalui proses evaluasi.

Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk. Atribut fisik yang ditampilkan pada suatu produk dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian terhadap produk menggambarkan sikap konsumen dan dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam memilih suatu produk. Setiap orang pasti mempunyai preferensi dan tidak semua preferensi itu sama namun berbeda-beda (Naibaho, 2016:21).

Pendapat tersebut lebih melihat preferensi konsumen dari perspektif tuntutan atau kecenderungan tersendiri terhadap suatu produk pada situasi ini konsumen berhadapan dengan pilihannya untuk bisa memenuhi keinginannya.

E. Dimensi Preferensi Konsumen

1. Faktor Variasi Menu

   Minantyo (Khusna, 2017) menyatakan bahwa dalam menyusun suatu menu perlu diperhatikan variasi makanannya. Variasi makanan tersebut meliputi variasi bahan dasar, variasi rasa, variasi warna, variasi tekstur, serta variasi metode pengolahan.

2. Faktor Ketersediaan Lahan Parkir

   Tempat parkir adalah tempat dimana pemilik kendaraan menghentikan kendaraan dan meninggalkannya untuk beberapa saat PT. Centrepark Citra Corpora (2019).

3. Faktor Kualitas Makanan

   Menurut Potter dan Hotchkiss, p.1) *food quality* atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkankeberhasilan dalam bisnis restoran. Adinugraha (2015).

4. Faktor Harga

   Menurut Kotler dan Amstrong (Riadi:2016) harga adalah sejumlah uang yang dibebsnkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

5. Faktor Kualitas Pelayanan

   Menurut Ratminto dan Atik kualitas (2018) pelayanan merupakan tolak ukur keberhasilan pelayanan yang ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seseorang penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan.

F. Proses Keputusan Pembelian Konsumen

Konsumen melakukan pembelian produk, barang atau jasa bukan hanya untuk memenuhi keinginannya semata, tetapi juga faktor lain yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Tindakan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk merupakan pilihan konsumen terhadap produk, jumlah produk, merk dan preferensi. Dalam pengambilan keputusan terhadap produk, mungkin lebih dipengaruhi oleh oleh faktor budaya, keluarga, pendapatan, kelas sosial, gaya hidup, dan lainnya (Putri, 2017:26).

Peter dan Olson (Indrasari, 2019:22) proses keputusan pembelian terdapat lima (5) tahap yaitu:

a. Pengenalan masalah

   Pada masalah ini ialah proses dimana seseorang atau pembeli menyadari bahwa dia mempunyai masalah atau kebutuhan.

b. Pencarian informasi

   Pencarian informasi untuk kemudian masalah tersebut dapat terpecahkan dari banyaknya informasi yang didapatkan maka konsumen lebih mengenal tentang produk tersebut karena adanya informasi yang telah didapatkannya.

c. Evaluasi alternatif

   Evaluasi atau menilai suatu produk dari informasi yang telah didapat untuk bisa pembeli tersebut menentukan pilihannya pada suatu merk.

d. Keputusan pembelian

   Dalam melakukan pengambilan keputusan maka konsumen harus mengambil keputusan jadi membeli atau tidak.

e. Perilaku setelah pembelian

Konsumen mengambil keputusan setelah pembelian dari hasil yang telah dipilihnya melalui tingkat kepuasan yang telah di perolehnya apakah memuaskan atau tidak.

G. Tinjauan Empiris

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

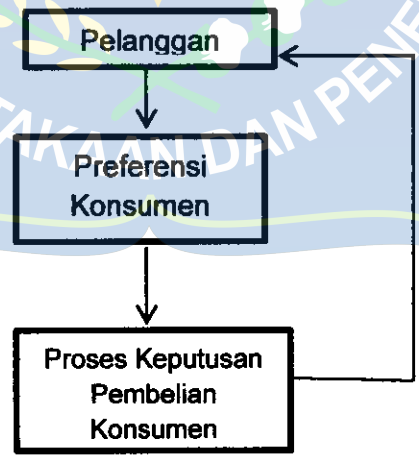
No	Nama Penelitian (Tahun)	Jurnal / Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pradiatiningtyas Diah (2020)	Preferensi dan Keputusan Pembelian konsumen pada Apliksi Belanja Online saat Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Go Mart dan Aplikasi Sayur Online)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat mengertahui dan tertarik dengan adanya Go Mart maupun aplikasi sayur online, namun sebagian besar masih memutuskan melakukan pembelian kombinasi online dan offline di masa pandemic covid 19 ini.
2	Kristhian Kevin (2018)	Persepsi kaum Milenial dalam mengambil Keputusan tentang Preferensi Pemilihan Tempat Kuliner melalui Food Blogger di Instragram	Hasil penelitian menunjukkan adanya karakteristik informasi tertentu yang membentuk persepsi kaum milenial didalam sebuah konten kuliner yang disajikan oleh para food blogger dalam menentukan preferensi kunjungan tempat kuliner tersebut. Karakteristik informasi kunci tersebut datang dalam berbagai bentuk, dimana informasi-informasi tersebut secara

			efektif mempengaruhi persepsi kaum milenial tentang tempat kuliner tersebut.
3	Rahardjo Christopher Richie (2016)	Faktor yang menjadi Preferemsi Konsumen dalam membeli Produk *Frozen Food*	Hasil penelitian menunjukkan faktor rasa menjadi faktor yang paling penting bagi konsumen dalam membeli produk *Frozen Food*.
4	Tota Totor Naibaho (2016)	Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Lokal Sumatera Di Kota Medan	Berdasarkan hasil responden kombinasi yang paling disukai konsumen dalam membeli kopi tersebut adalah kopi dengan cita rasa nikmat dan manis, harga terjangkau, aroma tajam, dan khas, penyajian kopi panas, ampas yang tersisa sedang, efek keasaman yang rendah dan penyeduhan secara manual.
5	Monika Risang Wijayanti (2011)	Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi Di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar	Berdasarkan hasil penelitian kombinasi yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional Kabupaten Karanganyar adalah daging sapi yang berwarna merah cerah, mempunyai kandungan air sedikit, daging tanpa kandungan lemak dan serat pada daging halus.

H. Kerangka Konsep

Preferensi ialah minat atau kesukaan dan ketidak sukaan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Pelanggan lebih banyak menyukai kualitas suatu barang yang akan dipilih seperti, mereka akan mempertimbangkan kualitas dan harga terjangkau, dan mereka akan lebih cenderung memilih suatu merk yang sudah lama dikenal oleh masyarakat umum. Preferensi konsumen merupakan nilai-nilai yang dianut konsumen dalam menghadapi berbagai bentuk perbedaan dalam lingkungannya perbedaan antara harapan dengan realisasi yang dirasakan dari permasalahan yang dihadapi (Kresna, 2017)

Konsumen melakukan pembelian produk, barang atau jasa bukan hanya untuk memenuhi keiginannya semata, tetapi juga faktor lain yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Tindakan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk merupakan pilihan konsumen terhadap produk, jumlah produk, merk dan preferensi (Putri A. N. 2017:26).



Gambar 2.1 Kerangka konsep Preferensi konsumen

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang memandang fakta atau kebenaran tergantung pada cara peneliti menginterpretasikan data. Hal ini dikarenakan ada hal-hal kompleks yang tidak bisa sekedar dijelaskan oleh angka, namun menggunakan kata-kata tertulis maupun lisan untuk menjelaskan.

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini peneliti lebih fokus pada variasi menu, tempat parkir, kualitas makanan, harga, kualitas pelayanan dan proses pengambilan keputusan Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros.

Variasi menu merupakan ketersediaan menu yang bermacam-macam sehingga konsumen dapat memilih makanan sesuai dengan apa yang mereka suka atau apa yang mereka ingin makan. Tempat parkir adalah tempat dimana pemilik kendaraan menghentikan kendaraan dan meninggalkannya untuk beberapa.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat untuk melakukan penelitian ini tempatnya yaitu di Kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros.

2. Waktu penelitian

Waktu Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu dari bulan Agustus 2020 sampai bulan Oktober 2020 dan disesuaikan dengan keperluan data dan informasi yang dibutuhkan.

D. Sumber Data

1. Sumber data Primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui sumbernya dengan melakukan penelitian ke objek yang diteliti dengan teknik observasi yaitu melakukan wawancara.
2. Sumber data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber-sumber lain misal dari buku-buku dan internet.

E. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data:

1. Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.
2. Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan lewat pengamatan langsung
3. Dokumentasi adalah pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, dokumen dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.
4. Kepustakaan adalah pengumpulan data dari berbagai macam informasi yang bersangkutan terhadap penelitian, misalnya berbagai blog dan informasi-informasi lainnya.

F. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian:

1. Panduan wawancara biasanya peneliti yang melibatkan wawancara pada umumnya membutuhkan panduan wawancara pada awal turun ke lapangan. Wawancara biasanya disusun sebelum peneliti turun ke lapangan dan bertemu langsung narasumber.
2. Peneliti menurut Weber peneliti harus melakukan interpretasi terhadap tindakan sosial yang dilakukan oleh subjek penelitian yang diteliti dengan cara terjun langsung ke lapangan.
3. Alat rekam bisa terdiri dari kamera, video atau perekam suara. Alat rekam mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data etika dalam menggunakan alat rekam dengan cara harus meminta izin terlebih dahulu sebelum merekam.
4. Buku digunakan sebagai instrumem penelitian untuk menuliskan apa yang menarik dan berhubungan dengan fokus penelitian.

G. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini pengunjung yang datang di kawasan kuliner PTB Maros. Alasan dalam memilih informan ialah karena mereka sering datang di kawasan kuliner PTB Maros. Jumlah informan yang diambil yaitu, 8 informan karena jawaban yang didapatkan itu sudah jenuh atau karena tidak ditemukannya lagi informasi yang baru.

H. Teknik Analisis

Teknik analisis data menggunakan data deskriptif kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dihasilkan oleh sebuah penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif menempatkan data sebagai titik sentral di dalam penelitian. Penempatan ini membuat proses penelitian kualitatif sepenuhnya mengandalkan pada dinamika dan variasi data. Peneliti harus menyediakan banyak kesempatan untuk melakukan revisi dalam setiap tahapan yang dilalui. Proses ini menjadikan penelitian kualitatif memiliki pola yang *Cyclical* (berulang). Dengan mengandalkan pada pola yang induktif, maka dapat digambarkan bahwa penelitian kualitatif memfokuskan pada data yang terkumpul dan mengandalkan pada data yang diolah dan dianalisis untuk kemudian terfokus pada terbentuknya sebuah kesimpulan atau teori (Aslichati, 2010:8.21).

Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dari Kawasan Kuliner Kota Maros mengenai potret preferensi dan proses keputusan pembelian konsumen, akan diolah menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian, analisis yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan cara berfikir induktif, sehingga peneliti mengetahui mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi potret preferensi dan proses konsumen

Analisis data langsung dilaksanakan dilapangan. Proses analisis data adalah untuk mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam

pola, kategori, dan satuan uraian, sehingga dihasilkan suatu temuan atau simpulan seperti yang disarankan oleh data dan sejalan dengan tujuan penelitian. Analisis data kualitatif mencakup tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan maupun berurutan, yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data. (3) menarik kesimpulan.

1. Reduksi data. Alur pertama ini diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama pengumpulan data berlangsung.
2. Pengajian data. Alur penting yang kedua merupakan sebagai sekumpulan data informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan dengan menyajikan data akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan dan apa yang harus dilakukan. Pada tahap ini peneliti melakukan penyajian data dalam bentuk teks naratif.
3. Menarik kesimpulan/*verifikasi.* Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga *diverifikasi* selama penelitian berlangsung.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Maros adalah salah satu Kabupaten berkembang yang ada di Sulawesi Selatan baik infrastruktur maupun tempat wisata. Luas wilayah kabupaten Maros 1619,11 KM2 yang terdiri dari empat belas kecematan yang membawahi 103 Desa/Kelurahan, Kabupaten Maros merupakan wilayah yang berbatasan langsung ibukota provinsi Sulawesi Selatan, dalam hal ini adalah Kota Makassar dengan jarak kedua kota tersebut berkisar 30 km dan sekaligus terintegrasi dala perkembangan Kawasan Metropolitan Mamminasata. Wisata kuliner Maros atau Pantai tak berombak atau biasa disingkat dengan PTB adalah salah satu pusat kuliner di Maros ini bertempat di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros dipusat Kota Maros dekat dengan Kantor Bupati dan juga Masjid Al-Markaz Al Islami Maros. Wisata kuliner Maros biasanya beroperasi mulai dari 17:00 Wita sampai jam 12:00 Wita. Pada malam hari banyak pedagang makanan, banyak orang berkumpul bersama, berbagai macam aktivitas dan juga kita disuguhkan pemandangan yang layaknya sedang duduk di pinggir pantai. Wisata kuliner Maros terkonsentrasi di kota Maros, wisata kuliner ini menjajakan makanan-makanan khas Maros dan juga makanan-makanan seperti Pisang nugget, tela-tela, aneka jus dan makanan berat seperti ayam bakar, goreng, krispi, bakso, pangsit. Semua bisa di dapatkan di Wisata kuliner Maros. Wisata kuliner Maros lebih dikenal sebagai Pantai tak berombak atau biasa disebut dengan PTB

karena dikawasan kuliner ini dibuat waduk juga dibuatkan lampu jalan sehingga waduk ini sangat mirip dengan suasana pantai maka dari itu disebutlah waduk ini sebagai Pantai tak berombak.

Kawasan kuliner Maros ini dimulai pada tahun 2012 pemerintah berpikiran untuk mengatur atau mentata dengan baik pedagang kaki lima yang ada di Maros. Daripada mereka berdagang dengan liar lebih baik diatur dan ditata dengan baik agar terlihat rapi dengan syarat mulai sore sampai malam dan paginya itu harus bersih kembali itu persyaratannya. PTB Kawasan kuliner Maros menjadi salah satu sentra kuliner kaki lima di Maros yang menjajakan beragam makanan dan minuman. PLN juga berkontribusi atau memberikan berbagai fasilitas, seperti tujuh stasiun pengisian listrik umum (SPLU) yang bisa dimanfaatkan oleh pengunjung untuk mengisi ulang daya baterai telepon seluler dan lainnya dan juga telah disediakan Wi-fi gratis yang bisa diakses oleh pengunjung. Kawasan kuliner Maros ini menjadi salah satu destinasi pariwisata. Tempat kawasan kuliner PTB Maros ini sangat bagus dan setiap malam itu selalu ramai terlebih lagi ketika malam minggu sangat ramai. "*Pengunjung di hari biasa itu biasanya 500-900 tapi kalau di hari libur atau hari sabtu dan ahad itu lebih 1000 pengunjung*", Dishub.

Tabel 4.1 Daftar Nama Pedagang Pantai Tak Berombak

NO	NAMA	NAMA USAHA	JENIS USAHA	NO. GEROBAK
1	Minang	Putu cangkir manis	Putu cangkir	001
2	Jumaing	Toko inra	Kelontong	002
3	Indah permata sari	Berkah jaya	Gorengan	003
4	H.rosidi	Sari rasa	Martabak & terang bulan	004
5	Winartin	-	Jual makanan	005
6	Yunus kristanto	Sejahtera	Makanan	006
7	Ardiansah abhel	Abhel café	Minuman	007
8	Mujamil	Barokah	Makanan	008
9	Subandi	Mas bandi	Gorengan	009
10	Karno	Pangsi reski	Pangsit dan bakso	010
11	Saepul imron	Raja gorengan berkah	Gorengan	011
12	Ratna herawati.se.mm	Café dewi shinta	Café	012
13	Imam goffar	Sate Madura	Makanan	013
14	Asril	Café merdeka	Café	014
15	Saribanong	Sate maros	Makanan	015
16	Walidi	Mekar sari solo	Makanan	016
17	H . Isyani	Raja martabak maros	Makanan	017
18	Muh. Ali muhdlor	Warung lamongan	Makanan	018
19	Muh. Ruly fiqih	Warung sedap malam	Makanan	019
20	Husain	Café nur hidayat.	Café	020
21	Ahmad			021
22	Yulianti	Café yulhy	Café	022
23	Salmuddin	Café pondok bamboo	Café	023
24	Muh. Safuwan	Rm. Arek suroboyo	Makanan	024
25	Sarno	Begadang	Bakso pangsit	025
26	Sulkifli	Green café	Café	026
27	A. Alfianto	Warung mas mandra	Makanan	027
28	Nurdin tuppu			028

29	Machmuddin	Maros home made	Pallu basa, paru goreng rica	029
30	Abdul wahid	Pesona 27	Ayam crispy/ayam bakar	030
31	Muhammad zainuri	Pesona 27	Nasi goreng	031
32	Muh. Rusli	Café haerul	Minuman/jus	032
33	Hayati	Putu cangkir	Putu	033
34	Herawati	Warung makan sejahtera	Makanan	034
35	Santi nila sari	Bugis café	Minuman	035
36	Luki kurniawan	Bonto kamase	Nasi goreng/makanan	036
37	Hasbi nur	Sate ptb maros	Makanan	037
38	Dewi indrawati			038
39	Hadi prayitno	Pangsit mas bimo	Makanan	039
40	Hj. Boyo			040
42	Rahmaniar			042
43	Hj. Hasniwati	Warung bontotallasa	Makanan	
44	Hasnah	Café tanta	Café	043
45	Sumardi	Pangsit & bakso	Makanan	044
46	Ramli	Café rehan	Minuman	045
47	Hj. Nurhayati	Warung campuran	Warung	046
48	A. Ahmad. M	Warung campurang	Warung	047
49	Riswanti	Café Nabila	Minuman	048
50	Sugiati	Putu cangkir	Kue	049
51	Raodah	Warung songkolo/ surabeng	Makanan	050
52	Sunaryo	Warung makan sunaryo	Ayam crispy/ayam bakar	051
53	Muh. Mujahidin	Cita rasa tegal	Martabak	052
54	Ujang muhidin	Roti bakar bandung	Roti bakar	053
55	Rani apriliani	Warung hijrah	Mie ayam ptb	054
57	Irfan	Alam jaya	Makanan	056
58	Devi damayanti	Lapak a2	Kafe	057
59	Azah navida	Ayam bakar jatiroso	Makanan	058
60	Sartina			059
62	Iwan fely	Bakso bakar	Makanan	061
63	Nurhayati	Rhati café	Aneka jus	062

64	A. Massolerang	Bakso mandiri	Makanan	063
65	Sumarni	Café lontara	Café	064
66	Suham budi	Lamongan sehati	Makanan	065
68	Mansyur	Alam jaya	Makanan	067
69	Ernawati			068
70	H. Sukur	Cahaya Jakarta	Makanan	069
73	Dedi	Dedi café	Café	072
75	Rosni	Café rhosa	Minuman	074
77	Wiwi	Café nurul	Pisang epe	076
78	Hadijah	Café 88	Minuman jus	077
79	Jado	Jado "café"	Minuman	078
80	Santoso	Bakso rica	Makanan	079
81	Rusdi	Café tujuh	Café	080
82	Diana	Sarabba ptb	Minuman	081
83	Syarifuddin	Café idola	Jus/minuman	082
85	Sanati	Café remake	Minuman	084
86	Hj. Sitti. R	Café jawa	Minuman/makanan	085
88	Makmur ht	Café dilca	Minuman	087
89	Juhriah	Café sejodoh	Sarabba	088
90	Sri wahyuni	Al barokah	Makanan	089
91	Abd haris	Arie kafe	Minuman	090
92	Samsuddin	Pangsit samsuddin	Makanan	091
93	Abdul salam	Café lascar	Minuman jus	92
94	Irwansyah salam	Sarabba	Gorengan/sarabba	93
95	Indrawati	Café bintang	Minuman	94
97	Ruslan Samuel	Gadde-gadde café	Aneka jus	96
99	Hisbullah	Bakso bakar abid	Makanan	98
100	Saidal	Anchu café	Minuman	99
101	Ina rawati	Café nina	Minuman jus	100
102	Suheriah	Café nurul	Minuman jus	101
103	Umar. S	Gorengan	Gorengan/sarabba	102
104	Karianawati	Café elsa	Minuman	103
105	Edi sutrisno mbh	Lamongan 89	Makanan	104
106	Fahra dg. Baji	Café monas	Café	105

107	Zainal abiding	Café alya	Minuman	106
109	A. Muh. Jayadi	Bhalank café	Minuman	108
110	Fatimah	Nur café	Café	109
111	Ratnawati	Sari laut	Makanan	110
112	Muhlis	Warung jadu'el	Makanan	

B. Karakteristik Informan

Informan dalam penelitian ini yaitu pengunjung yang sering datang di kawasan kuliner PTB Kota Maros. Kemudian ada beberapa karakteristik informan yaitu umur, jenis kelamin, alamat, pendidikan terakhir dan jenis pekerjaan. Adapun jumlah informan yang diteliti pada penelitian ini yaitu sebanyak 8 orang.

Tabel 4.1 Karakteristik Informan di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros

No	Karakteristik Informan	Informan (orang)	Presentase (%)
1.	**Jenis kelamin**		
	– Laki-laki	5	62.5
	– Perempuan	3	37.5
	Jumlah	8	100
2.	**Umur**		
	– 20-29	5	62.5
	– 30-45	3	37.5
	Jumlah	8	100
3.	**Alamat**		
	– Maros	7	87.5
	– Makassar	1	12.5
	Jumlah	8	100
4.	**Pendidikan Terakhir**		
	– SMA/SMK	8	100
	Jumlah	8	100
5.	**Pekerjaan**		
	– Karyawan Swasta	3	37.5
	– Wiraswasta	3	37.5
	– Tidak bekerja	2	25.00
	Jumlah	8	100
	Jumlah	8	100

Sumber: Hasil Penelitian 2020

1. Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan karakteristik yang perlu diketahui untuk melihat potret preferensi dan proses keputusan pembelian konsumen, yang berjenis kelamin Laki-laki ada 5 orang dan perempuan ada 3 orang.

2. Umur

Informan berdasarkan karakteristik umur bertujuan untuk mengetahui umur informan yaitu, 20-29 tahun sebesar 5 orang dan yang berumur 30- 45 tahun sebesar 3 orang.

3. Alamat

Informan berdasarkan alamat bertujuan untuk mengetahui alamat informan yang datang di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros. Alamat untuk mengetahui alamat informan yaitu dari 8 informan yang beralamat di Maros sebesar 7 orang dan yang beralamat di Sudiang atau Makassar sebesar 1 orang..

4. Pendidikan terakhir

Informan berdasarkan kelompok pendidikan terakhir yaitu dari 8 informan yang diwawancarai mereka berpendidikan SMA/SMK Sederajat.

5. Informan berdasarkan jenis pekerjaan

Pekerjaan merupakan suatu kemampuan informan untuk mengetahui jenis pekerjaan informan dan dapat mempengaruhi nantinya dalam potret preferensi dan proses keputusan pembelian dari 8 informan yang diwawancarai yang bekerja sebaga wiraswasta sebanyak 3 orang, 3 lagi bekerja sebagai karyawan swasta dan 2 orang yang tidak bekerja.

C. Deskripsi Data

1. Ibu Rosni

Data yang diperoleh dari lapangan saat wawancara dengan Ibu Rosni di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) *"Menunya itu sangat banyak dan enak, bisa pilih makanan karena menunya itu bermacam-macam, tapi kadang makanannya tidak masak dan kadang kepedasan, tempat parkirannya juga sempit perlu diperluas karena kadang tidak dapat lokasi parkir, kadang juga parkirnya jauh, kualitas makanannya cukup baik dengan harga yang stabil atau terjangkau, serta pelayanannya juga bagus cepat tergantung dari antrian"*. Adapun proses keputusan pembelian Ibu Rosni yaitu, *"Makanan yang saya butuhkan saat ke kawasan kuliner PTB saya cuman memilih jus alpukat karena lagi diet, karena saya juga suka jus alpukat, saya mengenal kawasan kuliner ini sejak adanya kawasan ini, infonya itu dari teman-teman, sesuai dengan apa yang diinformasikan teman, selain suka dengan jus alpukat itu juga menyehatkan apalagi saya sedang diet, rasanya enak dan pengen nambah lagi"*.

2. Ibu Neni

Data yang diperoleh dari lapangan saat wawancara dengan Ibu Neni di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) yaitu, *"Variasi menunya itu bermacam-macam, sesuai apa yang kita pesan, tapi lokasi parkirannya itu sempit kalau malam minggu padat sekali, untuk kualitas makanannya itu sudah bagus dan harganya yang terjangkau, dengan pelayanan yang lumayan bagus, kadang juga cepat dan*

kadang juga lambat". Adapun proses keputusan pembelian yaitu, *"Saya memilih jus jeruk hangat karena saya sangat suka, senang aja minum jus jeruknya sebagai makanan ringan, minumannya bagus karena bervitamin C, saya mengenal lokasi ini sejak adanya kawasan kuliner PTB ini, infonya itu dari teman ke teman dan juga dari facebook, apa yang diinformasikan teman-teman itu sesuai, makananya itu enak dan segar, pedagang itu langsung menghampiri ketika sudah memilih tempat duduk".*

3. **Pak khaerul hasan**

Data yang diperoleh dari lapangan saat wawancara dengan Pak Khaerul hasan di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) yaitu, *"Variasi menunya itu beragam, dan sesuai kebutuhan, tapi lokasi parkirannya itu sempit karena dibahu jalan, untuk kualitas makanannya itu bagus dengan harga yang terjangkau dan pelayanan yang biasa saja".* Adapun proses keputusan pembelian yaitu, *"Saya memilih kentang goreng karena enak sebagai cemilan juga untuk bersantai aja dan rasanya juga enak, saya mengenal sendiri kawasan kuliner ini 2 tahun yang lalu, saya mengomsumsi makanan itu karena mau saja tanpa ada pertimbangan tertentu ya biasa saja".*

4. **Pak Shalahuddin**

Data yang diperoleh dari lapangan saat wawancara dengan Pak Shalahuddin di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) yaitu, *"Variasi menunya itu sangat lengkap untuk sebuah tempat kawasan kuliner, sudah sangat sesuai apa yang dibutuhkan, untuk tempat parkir cukup rapi di hari biasa tetapi apabila hari sabtu malam,*

parkiran itu susah didapatkan, untuk makanan ya enak dan bersih akan tetapi kurang dalam tampilan makanan dan harga yang cukup terjangkau untuk masyarakat golongan menengah dengan pelayanan yang cukup ramah". Adapun proses keputusan pembeliannya yaitu, *"Saya lebih memilih makanan berat seperti lalapan selaian makanannya yang enak kita juga dapat menikmati taman disekitar, dengan manfaat dapat menyatukan tali silaturahmi kepada teman-teman, tempat duduk yang nyaman dan pemandangan yang didapatkan, saya mengenal kawasan kuliner PTB ini sejak setahun yang lalu, infonya itu dari teman dan sesuai apa yang diinformasikan oleh teman, pelayanannya yang ramah dan sopan dengan makanan yang cukup bagus".*

5. Ibu Naya

Data yang diperoleh dari lapangan saat wawancara dengan Ibu Naya di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) yaitu, *"Variasi menunya itu sangat bermacam-macam dan sesuai apa yang dibutuhkan, rasa makanannya itu enak dengan harga yang sangat terjangkau dan juga pelayanan yang bagus, tapi untuk lokasi parkirannya itu padat sekali dan tidak beraturan".* Adapun proses keputusan pembeliannya yaitu, *"Saya lebih memilih jus alpukat, gorengan dan pisang nugget karena saya suka dengan rasanya yang enak, harganya juga yang murah dan terjangkau, saya mengenal kawasan kuliner ini sejak 3 tahun yang lalu infonya itu dari teman dan juga dari sosial media, penjualnya juga ramah dan murah senyum dan*

saya merasa senanga dan juga kenyang serta isi dompet tidak terkuras".

6. Pak Riswandi

Data yang diperoleh dari lapangan saat wawancara dengan Pak Riswandi di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) yaitu, *"Variasi menunya itu banyak pilihan, sesuai apa yang kita butuhkan, rasanya juga enak dengan harga yang lumayan terjangkau, pelayanannya juga lumayan tapi lokasi parkirannya itu kurang teratur". Adapun proses keputusan pembeliannya yaitu, "Saya lebih memilih makanan berat seperti ayam crispi karena rasanya yang enak dan saya juga lapar supaya saya kenyang, saya mengenal kawasan kuliner PTB itu dari teman saya 5 tahun yang lalu, penjualnya juga sangat ramah dengan hasil makanan yang memuaskan".*

7. Pak Acha

Data yang diperoleh dari lapangan saat wawancara dengan pak Acha di kawasan kuliner PTB yaitu, *"Variasi menunya itu banyak pilihan sesuai apa yang kita butuhkan dengan kualitas makanan yang bagus dan harga yang cukup terjangkau atau pas serta pelayanannya yang lumayan bagus".* Adapun proses keputusan pembeliannya yaitu, *"Saya memilih jus alpukat karena tergiur sekaligus penasaran, harganya juga terjangkau, saya mengenal kawasan kuliner ini 7 tahun yang lalu sesuai apa yang diinformasikan oleh saudara dan teman".*

8. Pak Ancha

Data yang diperoleh dari lapangan saat wawancara dengan Pak Anca di kawasan kuliner PTB yaitu, *"Variasi menunya itu lumayan bagus dan juga beragam sesuai selera karena semuanya ada, kualitas makanannya juga lumayan bagus dan enak, harganya cukup murah dan pelayanannya yang baik tetapi tempat parkirannya iru yang susah karena sempit apalagi kalau pakai mobil".* Adapun keputusan pembeliannya yaitu, *"Saya lebih memilih pisang efe karena enak dan bagus untuk bersantai, saya mendapatkan informasi tentang kawasan kuliner ini sejak 3 tahun yang lalu di sosial media, makanan ini makanan tradisioanal, rasanya itu lumayan enak, sesuai selera saya dan tempatnya itu cukup strategis untuk parkir kendaraan".*

D. Potret Preferensi Konsumen di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) kota Maros

Peneliti mengambil dimensi preferensi konsumen berdasarkan hasil penelitian Erinda dkk. (2016) Analisis faktor-faktor preferensi pelanggan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian studi terhadap pelanggan McDonald's di Indonesia dan Malaysia. Hasil penelitian tersebut bahwa faktor-faktor preferensi pelanggan terhadap restoran McDonals terbentuk menjadi 5 faktor yaitu variasi menu, ketersediaan lahan parkir, kualitas makanan, harga dan kualitas pelayanan.

Adapun yang menjadi fator-faktor preferensi konsumen di kawasan kuliner PTB Maros terbentuk menjadi 5 faktor yang diambil

dari studi terhadap pelanggan restoran McDonalds karena penelitian tersebut masalahnya sama yaitu untuk mengetahui faktor-faktor preferensi pelanggan (Erinda, 2016:93)

1. Variasi menu

   Dari 8 informan yang diwawancarai mereka rata-rata menjawab bahwa variasi menu yang ada di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros itu variasi menunya sangat beragam atau bermacam-macam sehingga bisa memilih menu yang diinginkan dan sangat lengkap sebagai kawasan kuliner.

   Dari 8 informan yang diwawancarai tentang variasi menu itu sesuai yang dibutuhkan yaitu 7 diantara mereka yang menjawab bahwa variasi menunya itu sudah sangat sesuai dan 1 informan yang mengatakan bahwa variasi menu yang dibutuhkan kadang makanannya itu tidak masak atau kadang kelebihan rasa pedas.

2. Tempat parkir

   Dari 8 informan yang diwawancar ai tentang tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros 5 informan mengatakan kalau tempat parkirnya itu agak sempit perlu diperluas karena kadang tidak mendapatkan lokasi parkir dan kadang juga parkirnya itu jauh, 2 informan menjawab kalau tempat parkirnya itu padat sekali dan tidak beraturan, dan 1 informan menjawab kalau tempat parkirannya itu cukup rapi dihari biasa tetapi apabila hari sabtu malam itu cukup sulit untuk mendapatkan tempat parkiran.

3. Kualitas makanan

Dari 8 informan yang diwawancarai tentang kualitas makanan di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros, semua informan menjawab enak dan sangat enak namun 1 informan menjawab kalau tampilan makanannya itu masih kurang.

4. Harga

Dari 8 informan yang diwawancarai tentang harga makanan yang ada di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros, semua informan menjawab kalau harga makanannya sangat terjangkau, ekonomis dan cukup untuk masyarakat menengah.

5. Kualitas pelayanan

Dari 8 informan yang diwawancarai 7 informan yang menjawab kalau pelayanannya itu baik dan cukup ramah dan 1 informan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

E. Proses Pengambilan keputusan pembelian di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros dengan potret referensi dan proses keputusan pembelian di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros. Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

1. Pengenalan masalah

Pada masalah ini ialah proses dimana seseorang atau pembeli menyadari bahwa dia mempunyai masalah atau kebutuhan. Informan mendeteksi apa yang mereka butuhkan untuk membeli di kawasan kuliner PTB.

a. Makanan yang dibutuhkan informan saat ke kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros yaitu sebagian besar informan memilih jus, sebagai alasan mereka datang di kawasan kuliner PTB. Selain itu juga makanan berat menjadi kebutuhan mereka saat ke kawasan kuliner PTB.
b. Ternyata sebagian besar informan memilih alasan ingin membeli jus di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros, selain kebutuhan mereka terhadap makanan yang ada di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros mereka juga suka karena rasanya yang enak dan harga yang terjangkau.
c. Selain kebutuhan dan sukanya informan terhadap makanan yang ada di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros, mereka pun mencari manfaatnya yaitu untuk bersantai sambil makan makanan yang sehat

2. Pencarian Informasi

Pencarian informasi untuk kemudian masalah tersebut dapat terpecahkan dari banyaknya informasi yang didapatkan maka konsumen lebih mengenal tentang produk tersebut karena adanya informasi yang telah didapatkannya.

a. Informan tertarik dengan makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros karena mereka suka dan sebagai makanan untuk bersantai.

b. Informan mengenal kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros sebagai tempat untuk bersantai, sebagian besar informan mengenal sejak adanya kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros itu sendiri dan sebagian lagi ada yang mengenalnya sejak 5 tahun yang lalu ada pula yang 3 tahun, 2 tahun dan 1 tahun.

c. Informasi tentang kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros sebagian didapatkan dari teman atau dari mulut ke mulut dan juga didapatkan dari sosial media serta ada informan yang mengenal dengan sendirinya.

3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi atau menilai suatu produk dari informasi yang telah didapat untuk bisa pembeli tersebut menentukan pilihannya pada suatu merek.

a. informasi yang didapatkan oleh informan itu sebagian besar dari mulut ke mulut bahwa informasi tentang makanan di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros, itu sesuai dengan informasi yang mereka dapatkan dari teman mereka dan informasi yang tersebar melalui sosial media.

b. Adapun pertimbangan informan dalam mengonsumsi makanan di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros, setelah

informan mendapatkan informasi dari teman atau dari mulut ke mulut mereka yaitu karena mereka suka terhadap makanan tersebut yaitu sebagian besar dan sesuai selera dengan harga yang terjangkau

4. **Keputusan Pembelian**

   Dalam melakukan pengambilan keputusan maka konsumen harus mengambil keputusan jadi membeli atau tidak.

   a. Adapun pertimbangan informan dalam memilih pedagang di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros, yaitu karena pedagangnya ramah dan strategis untuk tempat parkir
   b. Adapun hal-hal yang mempengaruhi informan dalam mengambil keputusan pembelian di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros, yaitu karena mereka suka dan lapar, hal-hal lain yang mempengaruhi informan dalam pengambilan keputusan yaitu karena sesuai selera.

5. **Perilaku Setelah Pembelian**

   Informan mengambil keputusan setelah pembelian dari hasil yang telah dipilihnya melalui tingkat kepuasan yang telah diperolehnya apakah memuaskan atau tidak. Tanggapan informan setelah membeli makanan di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros yaitu mereka mengatakan bahwa makanan yang ada di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros lumayan enak dan memuaskan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros yaitu:

1. Konsumen mengatakan bahwa preferensi mereka adalah jus yang menjadi kesukaan mereka, konsumen merasa puas karena banyaknya pilihan menu jadi kebutuhan mereka terpenuhi.
2. Alasan konsumen membeli karena mereka suka dan harganya pun terjangkau dengan pelayanan yang baik dan ramah.
3. Kualitas makanan yang disediakan di kawasan kuliner PTB sangat bagus

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian Potret Preferensi dan Keputusan Pembelian Konsumen di kawasan kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros yaitu:.

1. Pertahankan untuk jus dan lebih bagus jika tampilannya dibuat lebih menarik lagi
2. Pertahankan harga dan pelayanannya lebih ditingkatkan lagi, lebih ramah lagi terhadap konsumen.
3. Pertahankan kualitas makanannya dan ditingkatkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Adinugraha dkk. (2015) Analisa pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'cost Surabaya. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa.

Aslichati, *et al.* (2010) Metode Penelitian Sosial, Cet. 5, Ed. i, (Jakarta: Universitas Terbuka).

Dewi, N. A. (2019). Analisis strategi pemasaran pedagang kaki lima jembatan tabayang k ota Tanjung balai, Skripsi S1 Fakultas ekonomi dan bisnis, universitas islam negeri Sumatera utara.

Erinda, dkk. (2016). Analisis faktor-faktor preferensi pelanggan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Skripsi. Universitas Brawijaya Malang

Fatnawati, Nur. (2013). Dampak relokasi pedagang kaki lima berdasarkan peraturan daerah kota Surakarta nomor 3 tahun 2008 tentang pengelolaan pedagang kaki lima terhadap usaha pedagang kaki limadisurakarta. Skripsi.

Khusna, Lailatul. (2017). Gambaran Rasa, Warna, Tekstur, Variasi Makanan dan Kepuasan Menu Mahasantri dp Pesantren Mahasiswa KhH. Mas Mansur UMS. Iniversitas Muhammadiyah Surakarta.

Kotler, *et al.* Manajemen Pemasaran.edisi: 13 jilid 2

Kresna, (2017). Pengertian Preferensi konsumen (skripsi dan tesis) – konsultasi skripsi.

Manap, H. A. (2016) Revolusi Manajemen Pemasaran, Jakarta: Mitra wacana media.

Naibaho, T. T. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Kopi Lokal Sumatera Di Kota Medan

Negara, M. A. B. (2018). Analisis preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan modern di kota Bandar lampung. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

Paul M. Muchinsky. (2012). Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul

PT. Centrepark Citra Corpora. (2019). Jenis Tempat Parkir Kendaraan Menurut Tempat dan Aturannya. Centrepark.co.id

Putra, Andicka. (2016). Pedagang kaki lima. Andickaputra.blogspot.com

Putri, A. N. (2017). Preferensi konsumen terhadap daging sapi di pasar tradisional kota padang, Skripsi S1 Fakultas peternakan, Universitas andalas Padang

Ratminto dan Atik. (2018). *Manajemen Pelayanan.* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hal 51.

Riadi, Muchlisin. (2016). Pengertian, Peranan dan Tujuan Penetapan Harga. Kajianpustaka.com

Samuel. (2016). http://ciputrauceo.net/blog/2016/4/25/Preferensi-Konsumen-dan-tahapannya diakses tgl 25 april

Sumarwan, U. 2011. Perilaku Konsumen, Teori, dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Wijayanti, M. R. (2011). Analisis preferensi konsumen dalam membeli daging sapi di pasar tradisional kabupaten karanganyar. Skripsi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

L A M P I R A N

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

PEMERINTAH KABUPATEN MAROS
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
Jl. Jenderal Sudirman Kompleks Kantor Bupati Kabupaten Maros
Provinsi Sulawesi Selatan, Telp./Fax. (0411) 371102 Kode Pos 90516
Email :pariwisata@maroskab.go.id, ***website :*** www.maroskab.go.id

Maros, 19 Agustus 2020

Nomor : 050.7/609/Disbudpar/VIII/2020
Lampiran : -
Hal : Persetujuan Penelitian

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UNISMUH Makassar

di-
Makassar

Berdasarkan Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpatu Satu Pintu Nomor :207/VIII/IP/DPMPTSP/2020 Tanggal 12 Agustus 2020 dan Perihal tersebut diatas, maka yang tersebut namanya di bawah :

Nama	: **NURHIKMA**
Tempat/Tanggal lahir	: Tinco, 01 Juni 1998
Jenis Kelamin	: Perempuan
Pekerjaan	: Mahasiswa
NomorPokok	: 105721122116
Alamat	: Tinco Jangan Jangan Barru

Pada prinsipnya kami dapat menyetujui untuk mengadakan pengambilan data / penelitian pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Maros dalam rangka penyusunan Tugas Akhir / Skripsi dengan judul "**REFERENSI KONSUMEN TERHADAP PERODUK PEDAGANG KAKI LIMA DI KAWASAN KULINER KOTA MAROS**" dari Tanggal 12 Agustus 2020 s.d 12 Oktober 2020.

Demikian surat persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KEPALA DINAS,

M. FERDIANSYAH, S.IP
Pangkat : Pembina Utama Muda
Nip : 19730921 199412 1 001

PEMERINTAH KABUPATEN MAROS
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Asoka No. 1 Telp. (0411)373884 Kabupaten Maros
email :admin@dpmptsp.maroskab.go.id Website : www.dpmptsp.maroskab.go.id

IZIN PENELITIAN

Nomor: 207/VIII/IP/DPMPTSP/2020

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Teknologi;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
3. Rekomendasi Tim Teknis Izin Penelitian Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Maros Nomor : 207/VIII/REK-IP/DPMPTSP/2020

Dengan ini memberikan Izin Penelitian Kepada :

N a m a	: NUR HIKMA
Nomor Pokok	: 105721122116
Tempat/Tgl.Lahir	: TINCO / 01 Juni 1998
Jenis Kelamin	: Perempuan
Pekerjaan	: MAHASISWA
Alamat	: TINCO JANGAN JANGAN BARRU
Tempat Meneliti	: KAWASAN KULINER KABUPATEN MAROS

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka Penulisan Skripsi dengan Judul :

"REFERENSI KONSUMEN TERHADAP PERODUK PEDAGANG KAKI LIMA DI KAWASAN KULINER KOTA MAROS"

Lamanya Penelitian : 12 Agustus 2020 s/d 12 Oktober 2020

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
3. Menyerahkan 1 (satu) examplar Foto Copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Maros.
4. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Maros, 12 Agustus 2020
KEPALA DINAS,

ANDI ROSMAN, S. Sos, MM
Pangkat: Pembina Utama Muda

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara

Pedoman Wawancara 3 Oktober 2020

Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner PTB Kota Maros

Responden yang terhormat,

Dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i), untuk menjawab pertanyaan dibawah ini:

Nama :
Umur :
Alamat :
Jenis Kelamin : a). Laki-laki b). Perempuan
Pendidikan terakhir :
Pekerjaan :

Preferensi Konsumen

1. Bagaimana variasi menu yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?
2. Apakah variasi menu sesuai yang dibutuhkan?
3. Bagaimana keadaan tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros?
4. Bagaimana kualitas makanan yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?
5. Bagaimana menurut anda harga makanan di kawasan kuliner PTB Maros?
6. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Proses Keputusan Pembelian

1. Makanan apa yang anda butuhkan saat pergi ke kawasan kuliner PTB Maros?
2. Apa alasan anda memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

3. Manfaat apa yang anda cari dari pembelian makanan di kawasan kuliner PTB Maros?
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?
5. Sudah berapa lama anda mengenal makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?
6. Darimana informasi yang anda peroleh tentang kawasan kuliner PTB Maros?
7. Apakah anda membeli makanan berdasarkan informasi yang diperoleh di kawasan kuliner PTB Maros?
8. Hal-hal apa yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?
9. Apa yang menjadi pertimbangan anda untuk mengomsumsi makanan di kawasan kuliner PTB Maros?
10. Apa yang menjadi pertimbangan untuk membeli dipedagang yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?
11. Apa tanggapan anda setelah membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Lampiran 2. Hasil wawancara

1. Ibu Rosni (43th):

   Preferensi Konsumen

   a. Bagaimana variasi menu yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Banyak dan enak juga bisa pilih makanan karena menunya itu bermacam-macam

b. Apakah variasi menu sesuai yang dibutuhkan?

Jawab : Kadang makanannya tidak masak dan kadang pedasan

c. Bagaimana keadaan tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Agak sempit perlu diperluas karena kadang tidak dapat lokasi parkir, kadang jauh parkirnya.

d. Bagaimana kualitas makanan yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Cukup baik

e. Bagaimana menurut anda harga makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Stabil

f. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Bagus dan cepat tergantung dari antrian

Proses Keputusan Pembelian

a. Makanan apa yang anda butuhkan saat pergi ke kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Cuman jus karena lagi diet

b. Apa alasan anda memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena saya memang suka jus

c. Manfaat apa yang anda cari dari pembelian makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Cuman suka aja

d. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena suka

e. Sudah berapa lama anda mengenal makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Sejak adanya PTB

f. Darimana informasi yang anda peroleh tentang kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Dari teman-teman

g. Apakah anda membeli makanan berdasarkan informasi yang diperoleh di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Iya sesuai yang diceritakan sam teman-teman

h. Hal-hal apa yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena pengen aja

i. Apa yang menjadi pertimbangan anda untuk mengomsumsi makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Selain suka itu juga menyehatkan

j. Apa yang menjadi pertimbangan untuk membeli dipedagang yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Kebetulan dekat dari tempat duduk

k. Apa tanggapan anda setelah membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Enak dan rasa ingin tambah

2. Ibu Neni (44th):

Preferensi Konsumen

a. Bagaimana variasi menu yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Bermacam macam

b. Apakah variasi menu sesuai yang dibutuhkan?

Jawab : Sesuai

c. Bagaimana keadaan tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Sempit kalau malam minggu padat sekali

d. Bagaimana kualitas makanan yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Bagus

e. Bagaimana menurut anda harga makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Terjangkau

f. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Lumayan, kadang cepat dan kadang juga lambat

Proses Keputusan Pembelian

a. Makanan apa yang anda butuhkan saat pergi ke kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Jus, karena saya paling suka jus

b. Apa alasan anda memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Senang minum jus karena makanan ringan soft drink

c. Manfaat apa yang anda cari dari pembelian makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Minumannya bagus karena bervitamin C kan saya pesan jus jeruk hangat

d. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Memang karena saya suka

e. Sudah berapa lama anda mengenal makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Sejak ada PTB

f. Darimana informasi yang anda peroleh tentang kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Dari mulut ke mulut,dari teman-teman dan dari facebook

g. Apakah anda membeli makanan berdasarkan informasi yang diperoleh di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Sesuai

h. Hal-hal apa yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Memang karena suka dan haus

i. Apa yang menjadi pertimbangan anda untuk mengomsumsi makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Kesehatan, mengandung vitamin C perasaan ringan setelah minum jus

j. Apa yang menjadi pertimbangan untuk membeli dipedagang yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Penjualnya langsung datang

k. Apa tanggapan anda setelah membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Bagus dan segar

3. Pak Khaerul Hasan (23th):

Preferensi Konsumen

a. Bagaimana variasi menu yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Beragam

b. Apakah variasi menu sesuai yang dibutuhkan?

Jawab : Sesuai

c. Bagaimana keadaan tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Sempit karena dibahu jalan

d. Bagaimana kualitas makanan yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Bagus

e. Bagaimana menurut anda harga makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Terjangkau

f. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Biasa aja

Proses Keputusan Pembelian

a. Makanan apa yang anda butuhkan saat pergi ke kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Kentang goreng

b. Apa alasan anda memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Enak dan sabagai cemilan juga

c. Manfaat apa yang anda cari dari pembelian makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Untuk bersantai aja

d. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Karena rasanya enak

e. Sudah berapa lama anda mengenal makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : 2 tahun

f. Darimana informasi yang anda peroleh tentang kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Tau sendiri

g. Apakah anda membeli makanan berdasarkan informasi yang diperoleh di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Tidak

h. Hal-hal apa yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Kemauan

i. Apa yang menjadi pertimbangan anda untuk mengomsumsi makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Tidak ada cuman mau saja

j. Apa yang menjadi pertimbangan untuk membeli dipedagang yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Random

k. Apa tanggapan anda setelah membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Biasa aja

4. Pak Shalahuddin (24th):

Preferensi Konsumen

a. Bagaimana variasi menu yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Sangat lengkap untuk sebuah tempat kawasan kuliner

b. Apakah variasi menu sesuai yang dibutuhkan?

Jawab : Sudah sangat sesuai

c. Bagaimana keadaan tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Cukup rapi dihari biasa, tetapi apabila hari sabtu malam parkiran cukup sulit didapatkan

d. Bagaimana kualitas makanan yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Enak dan bersih akan tetapi kurang dalam tampilan makanan

e. Bagaimana menurut anda harga makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Cukup untuk masyarakat golongan menengah

f. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Cukup ramah

Proses Keputusan Pembelian

a. Makanan apa yang anda butuhkan saat pergi ke kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Makanan berat seperti lalapan.

b. Apa alasan anda memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Selain makanannya yang enak, kita juga dapat menikmati taman yang ada disekitar.

c. Manfaat apa yang anda cari dari pembelian makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Dapat menyatukan tali silaturahmi ke teman-teman.

d. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Tempat dan pemandangan yang didapatkan

e. Sudah berapa lama anda mengenal makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Kurang dari 1 tahun

f. Darimana informasi yang anda peroleh tentang kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Dari teman

g. Apakah anda membeli makanan berdasarkan informasi yang diperoleh di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Iya sesuai yang diinformasaikan teman

h. Hal-hal apa yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Pelayanannya yang ramah dan sopan

i. Apa yang menjadi pertimbangan anda untuk mengomsumsi makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Tidak ada

j. Apa yang menjadi pertimbangan untuk membeli dipedagang yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Tidak ada

k. Apa tanggapan anda setelah membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Cukup nyaman

5. Ibu Naya (20th):

Preferensi Konsumen

a. Bagaimana variasi menu yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Bermacam-macam

b. Apakah variasi menu sesuai yang dibutuhkan?

Jawab : Sesuai

c. Bagaimana keadaan tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Padat sekali tidak beraturan

d. Bagaimana kualitas makanan yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Enak

e. Bagaimana menurut anda harga makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Harganya itu terjangkau

f. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Bagus

Proses Keputusan Pembelian

a. Makanan apa yang anda butuhkan saat pergi ke kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Jus alpukat, gorengan, pisang nugget

b. Apa alasan anda memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena harganya yang murah dan terjangkau

c. Manfaat apa yang anda cari dari pembelian makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Sehat

d. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena suka dan enak

e. Sudah berapa lama anda mengenal makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : 3 tahun

f. Darimana informasi yang anda peroleh tentang kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Dari teman dan juga dari sosial media

g. Apakah anda membeli makanan berdasarkan informasi yang diperoleh di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Kemauan sendiri

h. Hal-hal apa yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena suka

i. Apa yang menjadi pertimbangan anda untuk mengomsumsi makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena itu yang lebih saya sukai daripada yang lain

j. Apa yang menjadi pertimbangan untuk membeli dipedagang yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Penjualnya yang ramah dan juga murah senyum

k. Apa tanggapan anda setelah membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Senang, kenyang dan tidak terkuras isi dompet

6. Pak Riswandi (20th):

Preferensi Konsumen

a. Bagaimana variasi menu yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Banyak pilihan

b. Apakah variasi menu sesuai yang dibutuhkan?

Jawab :Sesuai

c. Bagaimana keadaan tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Kurang teratur

d. Bagaimana kualitas makanan yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Enak

e. Bagaimana menurut anda harga makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Lumayan terjangkau

f. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Lumayan

Proses Keputusan Pembelian

a. Makanan apa yang anda butuhkan saat pergi ke kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Makanan berat seperti ayam krispi

b. Apa alasan anda memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena lapar dan juga enak

c. Manfaat apa yang anda cari dari pembelian makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Supaya kemyang

d. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena enak

e. Sudah berapa lama anda mengenal makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : 5 tahun

f. Darimana informasi yang anda peroleh tentang kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Dari teman

g. Apakah anda membeli makanan berdasarkan informasi yang diperoleh di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Tidak

h. Hal-hal apa yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena lapar

i. Apa yang menjadi pertimbangan anda untuk mengomsumsi makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena suka

j. Apa yang menjadi pertimbangan untuk membeli dipedagang yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Karena penjualnya ramah

k. Apa tanggapan anda setelah membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Memuaskan

7. Pak Acha (23th)

Preferensi Konsumen

a. Bagaimana variasi menu yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Banyak pilihan

b. Apakah variasi menu sesuai yang dibutuhkan?

   Jawab : Iya sesuai

c. Bagaimana keadaan tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Cukup bagus

d. Bagaimana kualitas makanan yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Bagus

e. Bagaimana menurut anda harga makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Cukup terjangkau atau pas

f. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Bagus

Proses Keputusan Pembelian

a. Makanan apa yang anda butuhkan saat pergi ke kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Jus alpukat

b. Apa alasan anda memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Karena harganya yang terjangkau

c. Manfaat apa yang anda cari dari pembelian makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Kenyang

d. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Tergiur sekaligus penasaran

e. Sudah berapa lama anda mengenal makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : 7 tahun

f. Darimana informasi yang anda peroleh tentang kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Dari saudara dan teman

g. Apakah anda membeli makanan berdasarkan informasi yang diperoleh di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Iya sesuai

h. Hal-hal apa yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Karena tertarik atau penasaran

i. Apa yang menjadi pertimbangan anda untuk mengomsumsi makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Karena harganya yan g cukup terjangkau

j. Apa yang menjadi pertimbangan untuk membeli dipedagang yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Karena harganya yan g cukup terjangkau

k. Apa tanggapan anda setelah membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Cukup puas

8. Pak Anca (30th):

Preferensi Konsumen

a. Bagaimana variasi menu yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Lumayan bagus dan variasi beragam

b. Apakah variasi menu sesuai yang dibutuhkan?

   Jawab : Sesuai karena semuanya ada

c. Bagaimana keadaan tempat parkir di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Parkirannya susah karena sempit apalagi kalau pake mobil

d. Bagaimana kualitas makanan yang disajikan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Lumayan bagus dan enak

e. Bagaimana menurut anda harga makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Cukup murah

f. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Pelayanan yang baik

Proses Keputusan Pembelian

a. Makanan apa yang anda butuhkan saat pergi ke kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Pisang epe

b. Apa alasan anda memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Karena suka makan pisang epe dan juga banyak penggemarnya

c. Manfaat apa yang anda cari dari pembelian makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Bagus untuk bersantai

d. Apa yang membuat anda tertarik untuk memilih makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Karena enak

e. Sudah berapa lama anda mengenal makanan yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Sejak 3 tahun

f. Darimana informasi yang anda peroleh tentang kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Sosial media

g. Apakah anda membeli makanan berdasarkan informasi yang diperoleh di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Berdasarkan dengan selera

h. Hal-hal apa yang mempengaruhi keputusan anda untuk membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Makanan tradisional

i. Apa yang menjadi pertimbangan anda untuk mengomsumsi makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Enak dan sesuai dengan selera

j. Apa yang menjadi pertimbangan untuk membeli dipedagang yang ada di kawasan kuliner PTB Maros?

   Jawab : Tempatnya cukup strategis untuk parkir kendaraan

k. Apa tanggapan anda setelah membeli makanan di kawasan kuliner PTB Maros?

Jawab : Lumayan enak

Lampiran 3. Karakteristik Informan

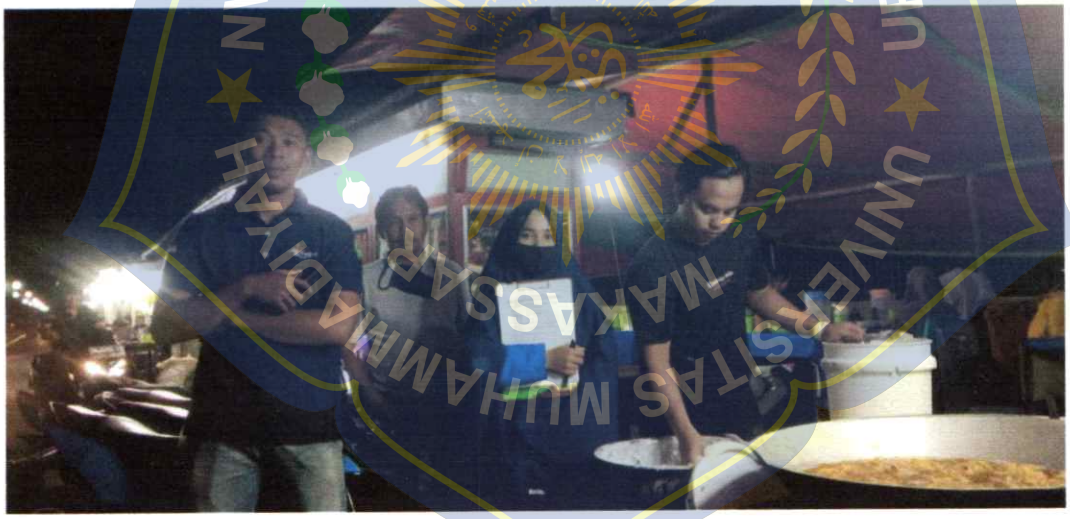
No	Nama	Umur	Jenis kelamin	Alamat	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1	Rosni	43	Wanita	Maros	SMA	Wiraswasta
2	Neni	44	Wanita	Maros	SMA	Wiraswasta
3	Khaerul Hasan	23	Pria	Maros	SMA	Karyawan swasta
4	Shalahuddin	24	Pria	Maros	SMA	tidak bekerja
5	Naya	20	Wanita	Maros	SMA	tidak bekerja
6	Riswandi	20	Pria	Maros	SMA	Karyawan swasta
7	Acha Septriasa	23	Pria	Maros	SMA	Wiraswasta
8	Anca	30	Pria	Makassar	SMA	Karyawan swasta

Lampiran 4. Foto Dokumentasi Wawancara dengan Informan

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Pendamping Penelitian



UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

RIWAYAT HIDUP

NUR HIKMA, Lahir di dusun Tinco, Desa jangan-jangan, Kec.Pujananting, Kab. Barru. Pada tanggal 01 Juni 1998 merupakan anak pertama dari Ibunda tercinta Irmawati dan Ayahanda Ibrahim. Jenjang pendidikan penulis ditempuh mulai pada tahun 2003 tepatnya di SDN Bette, SMP pada tahun 2010 di SMPN 1 Pujananting, kemudian dilanjutkan di SMKN 4 Barru pada tahun 2013. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan registrasi menjadi Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar, tepatnya pada jurusan Progrsm Studi di Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Alhamdulillah selesai pada tahun 2020.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, Usaha dan disertai doa kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Makassar. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul "Potret Preferensi dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Kota Maros".