

ABSTRAK

**Analisis Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Konsumen
Dalam Memilih Restoran *Fast Food***
Studi kasus pada konsumen restoran *fast food*
di Kelurahan Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman
Daerah Istimewa Yogyakarta

ANASTASIA SARASWATI
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui atribut mana yang yang paling mempengaruhi konsumen dalam memilih restoran *fast food* serta untuk mengetahui apakah produk, harga, pelayanan, lokasi dan promosi berpengaruh positif terhadap pemilihan restoran *fast food*. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat di Kelurahan Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah membeli makanan di restoran *fast food*.

Teknik yang digunakan untuk mengetahui atribut yang paling mempengaruhi konsumen dalam memilih restoran *fast food* adalah Teknik Analisis Prioritas Kepentingan. Sedangkan untuk mengetahui apakah produk, harga, pelayanan, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap pemilihan restoran *fast food*, menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dan Korelasi Linear Berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian teknik yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa 1) atribut yang paling mempengaruhi konsumen dalam memilih restoran *fast food* adalah variabel produk. Hal ini dikarenakan konsumen sangat memperhatikan mutu, kemasan dan bahan baku produk yang ditawarkan suatu restoran *fast food*. 2) atribut produk, harga, pelayanan, lokasi dan promosi secara bersama – sama maupun sendiri – sendiri memiliki pengaruh yang positif terhadap pemilihan restoran *fast food*. Artinya, semakin lengkap menu makanan dan minuman serta dikemas dalam bentuk yang menarik; semakin murah harga makanan yang ditawarkan; semakin baik pelayanan yang diberikan; semakin dekat lokasi restoran dengan pusat perbelanjaan, pusat kota, kantor – kantor; dan semakin baik promosi suatu restoran memiliki pengaruh yang positif terhadap jumlah frekuensi kunjungan konsumen ke suatu restoran *fast food*.

ABSTRACT

Analysis Of Factors Influencing Consumers In Choosing a Certain *Fast Food* Restaurant

Case Study In Fast Food Restaurant Consumers In Kelurahan Condong Catur
Kecamatan Depok Kabupaten Sleman
Special Province of Yogyakarta

Anastasia Saraswati
Sanata Dharma University
Jogyakarta
2004

The purpose of this research is to find out which attributes are the most influencing for consumers in choosing a certain fast food restaurant and also to know if product, price, service, location and promotion have positive impact in choosing a certain fast food restaurant. This research has a sample of 100 respondents. The data collecting technique is questionnaire. The respondents are the people living in Kelurahan Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Special Province of Yogyakarta which have bought food in fast food restaurants.

The technique which is used to find out what attributes are most influencing for consumer in choosing a certain fast food restaurant is *Interest Priority Analysis Technique*. Meanwhile to know if the product, price, services, location and promotion influences the choice of fast food restaurant are used *Multiple Linear Regression Analysis and Multiple Linear Correlation Analysis*.

The result of the research shows 1) the most influencing attribute in choosing a certain fast food restaurant is product variable. This is because consumers are concerned with quality, package and product materials offered by a certain fast food restaurant. 2) the product, price, services, location and promotion both together and individually have positive impact in choosing a certain fast food restaurant. It means that the more complete the menu and the more interesting the package, the cheaper is the price of the food, the better is the service. The nearer the location of a restaurant to shopping center, downtown, offices and the better is the promotion have a positive effect on the frequency of consumers visit and their number.