

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLEH-OLEH MAKANAN CURAH  
DI YOGYAKARTA**

Shoffan Anbiya Khalifatudin<sup>1</sup>, Mochammad Maksum M<sup>2</sup>, Kuncoro Harto W<sup>2</sup>

**INTISARI**

Oleh-oleh makanan curah merupakan produk oleh-oleh makanan yang dijual kiloan, tanpa kemasan yang menarik, tanpa ada *brand* yang populer dan melekat dibenak konsumen. Produk oleh-oleh makanan yang dijual curah diantaranya ada bakpia, dodol, geplak dan wajik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen produk oleh-oleh makanan curah beserta karakteristik kunjungannya, mengidentifikasi proses keputusan pembelian produknya, dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk oleh-oleh makanan curah di Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan dengan cara survei terhadap 280 responden produk oleh-oleh makanan curah di Yogyakarta. Dalam pengambilan sampel digunakan teknik *purposive sampling*. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan kunjungannya serta proses keputusan pembelian konsumen. Sedangkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk oleh-oleh makanan curah digunakan metode analisis faktor.

Hasil dari penelitian menunjukkan demografi sebagian besar konsumen produk oleh-oleh makanan curah adalah perempuan berusia 21-30 tahun, berasal dari provinsi di Pulau Jawa dengan pendapatan rata-rata per bulan dibawah Rp 1.000.000,00. Karakteristik kunjungan menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen sudah pernah mengunjungi Yogyakarta sebanyak lebih dari 5 (lima) kali dengan tujuan utama adalah liburan bersama keluarga. Sebesar 73,2% alasan utama konsumen membeli oleh-oleh makanan curah adalah untuk hadiah/ buah tangan. Produk oleh-oleh makanan curah yang paling sering dijumpai konsumen adalah dodol (39,6%), bakpia (32,1%) dan geplak (14,3%). Sedangkan atribut yang menjadi prioritas pertimbangan dalam pembelian adalah rasa (48,6%), harga (21,8%) dan khas (19,6%); Sebanyak 33,6% konsumen mengeluarkan *budget* sebesar Rp100.000,00 - Rp199.000,00 untuk membeli 3 - 4 item produk. Keputusan pembelian produk oleh-oleh makanan curah dipengaruhi oleh enam faktor, yaitu faktor bukti kunjungan (simbolik), faktor harga, faktor kebiasaan, faktor khas, faktor aneh dan faktor diskon. Faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah faktor bukti kunjungan (simbolik), yang terdiri dari variabel kemasan, kenangan, bukti kunjungan, tampilan, dan rasa.

*oleh-oleh makanan curah, keputusan pembelian, analisis faktor*

Kata kunci :

<sup>1</sup> Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup> Staf Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

## **ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CONSUMERS IN PURCHASING DECISION OF BULK FOOD SOUVENIR PRODUCT IN YOGYAKARTA**

Shoffan Anbiya Khalifatudin<sup>1</sup>, Mochammad Maksum M<sup>2</sup>, Kuncoro Harto W<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

Bulk food souvenirs are food souvenirs that are sold in kilos, without attractive packaging, without any popular brands that popular in the minds of consumers. Food souvenirs that are sold in bulk include bakpia, dodol, geplak and wajik. This study aims to describe the characteristics of consumers of bulk food souvenir products with the characteristics of their visits, identify the product purchase decision process, and determine the factors that influence consumers in purchasing decisions of bulk food souvenirs in Yogyakarta.

This research was conducted by surveying 280 respondents of bulk food product in Yogyakarta. Purposive sampling was used as sampling technique. Descriptive analysis is used to determine the characteristics of consumers and their visits and the process of consumer purchasing decisions. Factor analysis method was used to know the factors that influence purchasing decision of bulk food souvenir product.

The results of the research show that the demographics of most consumers of bulk food souvenirs are women aged 21-30 years, coming from provinces in Java Island with an average monthly income of under Rp. 1,000,000. The characteristics of the visit show that most consumers have visited Yogyakarta more than 5 (five) times with the main purpose being a vacation with family. As much as 73.2% the main reason consumers buy bulk food souvenirs is for gifts / souvenirs. The bulk food souvenir products most frequently encountered by consumers were dodol (39.6%), bakpia (32.1%) and geplak (14.3%). While the attributes that become priority considerations in purchasing are taste (48.6%), price (21.8%) and distinctive (19.6%). A total of 33.6% of consumers spend a budget of Rp. 100,000 - Rp. 199.000,00 to buy 3-4 product items. The decision to purchase bulk food souvenirs is influenced by six factors : the visit proof factor (symbolic), the price factor, the habit factor (personal), the unique factor, the odd factor and the discount factor. The most influential factor on purchasing decisions is the visit proof factor (symbolic), which variable consists of packaging, memories, proof of visit, appearance, and taste.

Keywords : bulk food souvenir, purchasing decision, factor analysis.

---

<sup>1</sup> The Student of Agroindustrial Technology Department, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup> The Lecturer Staff of Agroindustrial Technology Department, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada