



INTISARI

Persaingan di dalam industri makanan terutama roti kian ketat di antara merek lokal, regional maupun nasional. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan perlu untuk mengetahui perilaku konsumen serta apa yang mereka harapkan. Informasi mengenai perilaku konsumen dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat menghadapi persaingan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola konsumsi roti pada masyarakat Yogyakarta, menganalisa perilaku masyarakat dalam membeli roti serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli roti. Yogyakarta dipilih sebagai daerah penelitian karena masyarakatnya yang multikultur, banyak pendatang dari berbagai daerah di Indonesia.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif, dengan respondennya adalah rumah tangga. Pengambilan sample menggunakan metode *non probability sampling* berupa *convenience sampling*, dengan jumlah sampel 110 rumah tangga. Data yang diperoleh kemudian dipersentasekan, kemudian uji *Chi Square* dipergunakan untuk mengetahui hubungan antara pola konsumsi roti dengan karakteristik keluarga.

Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut, (1) Sebagian besar responden lebih memilih merek Sari Roti, mengkonsumsi roti di waktu pagi hari dan roti sebagai makanan selingan. Adapun cara menikmati roti, sebagian besar responden menyatakan lebih suka mengkonsumsi roti dengan cara menambahkan mentega, selai, margarine dan meises. (2) Faktor rasa dan aroma merupakan motivasi utama sebagian besar responden dalam melakukan pembelian roti. (3) Jumlah anggota keluarga yang bekerja tidak dapat menjelaskan adanya perbedaan dalam hal pola konsumsi roti. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji *chi square* yang dilakukan pada data jumlah anggota keluarga yang bekerja dengan pola konsumsi roti meliputi intensitas konsumsi roti serta pemilihan merek roti. (4) Jumlah anggota keluarga tidak dapat menjelaskan adanya perbedaan dalam hal pola konsumsi roti. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji *chi kuadrat* yang dilakukan pada data jumlah anggota keluarga dengan pola konsumsi roti, meliputi pemilihan jenis roti yang dikonsumsi, alasan mengkonsumsi roti, waktu mengkonsumsi roti serta cara menikmati atau mengkonsumsi roti.

Kata kunci: *perilaku konsumen, pola konsumsi, makanan, roti, rumah tangga*



ABSTRACT

Competition in food industry particularly bread, is getting stronger among local, regional and national brands. In order to win competition, company should understand about consumer behaviour and what the consumer expects. Information about consumer behaviour can help companies in formulating right marketing strategy so they can face competition. Objectives of this study are to examine consumption patterns of consumers in Yogyakarta, to analyze consumer bread buying behaviour and to identify factors that influence consumer's bread buying behaviour.

This study is descriptive, and the respondents are family household. The method of sampling is non probability sampling: convenience sampling; and the sample of 110 household were collected. Percentage and average are used, and Chi Square test was done to find out the relationship between bread consumption pattern with family characteristic.

The results of the study are: (1) Most of the respondents choose the brand of Sari Roti, most respondents consume bread in the morning time and bread is just for a change. Most of respondents preferred to put butter, jam, margarine, or chocolate rice on bread when they consume it. (2) Taste and aroma factors are the main motivations most of respondents when buying bread. Based on chi square test it was found that : (3) The number of working person in the family could not explain the difference in bread consumption pattern. (4) The number of family members could not explain the difference in bread consumption pattern.

Keywords: *consumer behaviour, consumption pattern, food, bread, household.*