
APRESIASI MASYARAKAT TERHADAP MAKANAN DAN MINUMAN KAKI LIMA (STUDI KASUS MASYARAKAT DI SURAKARTA)

Nani Irma Susanti¹
naniirma@stie-aub.ac.id

Erna Tiningrum²
erna@stie-aub.ac.id

Dosen Program Studi : (S1 Manajemen)
STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Abstract

Food and beverages sold by PKL (street vendors) was one contributor to a regional economic turnaround. Although the business unit was small but would be collected when the street vendor had a high value for the development of the region. The data used in this study were primary data taken with a list of questions provided to the community as a sample of 100 respondents. Test instrument analysis used, Analysis Regression, t test, F test, test R², and classical assumption Instrument test results showed all the data were valid and reliable. Of Variable Regression analysis Social, Personal and Psychological showed a positive influence on the purchase decision variables. Variables that most strongly influenced the purchase decision Food and Beverage Street in Surakarta was private variable.

Cultural variables while negative affect. Of the test concluded that the variable Social, Personal and Psychological positive and significant impact on Food and Beverage Purchasing Decisions Street in Surakarta. Cultural variables had an influence while the negative and not significant to the Food and Beverage Purchasing Decisions Street in Surakarta.

Keywords: Cultural, Social, and Psychological Personal Purchase Decision

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan penduduk kota Surakarta mengalami peningkatan yang tajam, karena kota Surakarta selain berfungsi melayani masyarakat kota secara administratif juga berperan melayani masyarakat regional yaitu daerah-daerah sekitar kota Surakarta, seperti Kabupaten Sukoharjo, Boyolali, Karanganyar, Wonogiri, Sragen dan Klaten (Subosuko Wonosraten). Pertumbuhan penduduk kota Surakarta yang semakin pesat tersebut berimplikasi terhadap adap jumlah angkatan kerja dan pemenuhan kebutuhan, diantaranya makanan dan minuman. Salah satu aspek yang ditimbulkan oleh kondisi perekonomian nasional yang tidak

kuat adalah meningkatnya jumlah Pedagang Kaki Lima di kota Surakarta.

Salah satu faktor dari meningkatnya jumlah Pedagang Kaki Lima di kota Surakarta merupakan imbas dari meningkatnya jumlah tenaga kerja yang tidak seimbang dengan peluang lapangan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikan. Selain itu peluang kerja terbatas, terlebih lagi untuk pekerjaan disektor formal memerlukan persyaratan yang tidak mudah diikuti oleh para tenaga kerja yang berpendidikan minim. Dengan demikian banyak tenaga kerja yang beralih sektor informal seperti menjadi pedagang kaki lima sebagai salah satu peluang lapangan pekerjaan yang cukup potensial.

Bisnis Makanan dan minuman kaki lima Di Surakarta, begitu menjamur, terlebih dengan adanya budaya silaturahmi

yang menggantikan kegiatan ronda lingkungan pada waktu malam, ditunjang pula dengan Surakarta sebagai kota budaya yang tidak pernah tidur dari kegiatan. PKL (Pedagang Kaki Lima) merupakan salah satu penyumbang perputaran ekonomi daerah. Walaupun unit usahanya tergolong kecil tetapi ketika para PKL dikumpulkan akan mempunyai nilai yang tinggi bagi perkembangan suatu daerah.

Salah satu faktor dari meningkatnya jumlah Pedagang Kaki Lima di kota Surakarta merupakan imbas dari meningkatnya jumlah tenaga kerja yang tidak seimbang dengan peluang lapangan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikan. Peluang kerja terbatas, untuk pekerjaan disektor formal memerlukan persyaratan yang tidak mudah diikuti oleh para tenaga kerja yang berpendidikan minim, banyak tenaga kerja yang beralih sektor informal seperti menjadi pedagang kaki lima sebagai salah satu peluang lapangan pekerjaan yang cukup potensial

Khusus untuk pedagang makanan dan minuman kaki lima tidak pernah sepi dari pembeli. Bisnis ini sangat menggiurkan, ditambah dengan terkenalnya masyarakat Surakarta hobi akan makanan enak yang dijual oleh pedagang. Begitu nyamannya masyarakat Surakarta mengkonsumsi makanan dan minuman kaki lima tanpa khawatir apakah makanan dan minuman tersebut dari pengolahan, penyajian dan kebersihannya dapat terjamin. Ini fenomena yang sangat menarik.

Pangan yang baik berkaitan dengan jaminan bahwa pangan yang diproduksi bergizi, rasanya enak, warnanya menarik, teksturnya baik, bersih, bebas dari hal-hal yang membahayakan tubuh seperti kandungan mikroorganisma patogen, komponen fisik, biologis, dan zat kimia berbahaya. Halal berkaitan dengan jaminan kehalalan yang ditunjukkan dengan adanya sertifikat halal dari LPPOM MUI.

Hukum halal pangan bagi umat islam sebetulnya tidak hanya merupakan doktrin agama saja tetapi terbukti secara

ilmiah adalah baik, sehat dan dapat di terima akal (*Scientifically sound*) (Twaigery dan Spillman 1989) dalam Santoso (2006). Jadi pangan baik dan halal, bermanfaat dan baik untuk semua umat manusia. Pangan yang baik berkaitan dengan jaminan bahwa pangan yang diproduksi bergizi, rasanya enak, warnanya menarik, teksturnya baik, bersih, bebas dari hal-hal yang membahayakan tubuh seperti kandungan mikroorganisma patogen, komponen fisik, biologis, dan zat kimia berbahaya. Baik (Thayyib) adalah lezat, baik, sehat dan menentramkan.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusannya membeli Makanan Dan Minuman kaki lima di Surakarta, namun dalam penelitian ini diukur melalui variabel Perilaku Eksternal yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologis. 1) Diduga faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. 2) Diduga faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. 3) Diduga faktor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. 4) Diduga faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kaki lima di Surakarta.

B. METODE PENELITIAN

Obyek penelitian adalah masyarakat Surakarta, Masyarakat yang diteliti adalah masyarakat yang menetap di Surakarta baik pendatang maupun penduduk asli dan yang sering makan di kaki lima sepanjang jalan Slamet Riyadi. Berusia dewasa (>17 tahun). Makanan dan Minuman Kaki Lima adalah makanan dan minuman yang dijual pada angkringan/gerobak dan warung yang tidak permanen, terletak di pinggir jalan yang menjual makanan siap makan, baik makanan berat, maupun makanan ringan dengan menyediakan tempat duduk atau tikar. Tempat penelitian adalah pedagang

kaki lima sepanjang jalan Slamet Riyadi Solo, di mulai dari Perempatan Purwosari sampai dengan depan PGS. Waktu penelitian adalah pada siang dan malam hari. Pada bulan Februari 2013.

Sumber data adalah :

1. Data Primer : Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner
2. Data Sekunder : Data yang diperoleh secara tidak langsung, dari buku, literature yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dijalankan.

Metode dan teknik Pengumpulan Data :

1. Metode Kuesioner
2. Metode Observasi
3. Metode Dokumentasi

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah Masyarakat Surakarta yang berusia di atas 17 tahun, yang berdomisili/menetap di Surakarta berjumlah 100 masyarakat sebagai responden (Djarwanto Ps dan Subagyo, 2005:154)

1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian yang digunakan dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel bebas (*independent*), yang terdiri dari :

1) Faktor Budaya (X_1)

Variabel budaya diukur melalui indikatornya (Sumarwan,2003:171) : Kepercayaan terhadap produk; Pandangan baik dan buruk terhadap produk; Kebiasaan mendengar tentang produk; Anjuran untuk memilih produk.

2) Faktor Sosial (X_2)

Variabel kelas sosial diukur melalui indikator (Anoraga,2000:227): Keberadaan teman untuk memilih makanan dan minuman kaki lima; Keberadaan anggota keluarga untuk memilih makanan dan minuman kaki lima; Keberadaan orang tua atau orang yang dituakan untuk memilih

makanan dan minuman kaki lima dan Suasana

3) Faktor Pribadi (X_3)

Faktor pribadi indikatornya (Anoraga,2000:227) : Pekerjaan orang tua; Keadaan ekonomi/penghasilan; Gaya hidup; Status pekerjaan dan Kebersihan

4) Faktor Psikologis (X_4)

Faktor psikologis diukur melalui indikatornya (Anoraga,2000:227) : Motivasi untuk memilih makanan dan minuman kaki lima; Persepsi untuk memilih makanan dan minuman kaki lima; Pembelajaran dari pengalaman, sehingga memilih makanan dan minuman kaki lima; Keyakinan terhadap makanan dan minuman kaki lima; Sikap konsumen untuk memilih makanan dan minuman kaki lima

b. Variabel terikat (*dependen*), yaitu : Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y), indikatornya (Lamb,2001:189) : Kebutuhan terhadap makanan dan minuman kaki lima; Pencarian informasi terhadap makanan dan minuman kaki lima; Evaluasi terhadap makanan dan minuman kaki lima; Keputusan memilih makanan dan minuman kaki lima; Merekomendasikan kepada pihak lain untuk memilih makanan dan minuman kaki lima

Teknik pengambilan sample

Dengan *accident non random sampling*, sebanyak 100 responden. Peneliti menentukan sampel di siang hari 50 responden dan pada malam hari 50 responden.

C. ANALISIS DATA

1. Uji Instrumen

Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah pertanyaan yang menggunakan rentang skal likert 5 point. Uji yang digunakan adalah :

a) Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur

apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar mampu mewakili semua aspek yang dianggap sebagai kerangka konsep. Untuk menguji validitas akan digunakan uji korelasi *product moment* Pearson

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = korelasi antara x dan y

x = skor nilai x

y = skor nilai total y

n = jumlah sample (Umar, 2003;78)

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa instrumen penelitian bebas dari kesalahan

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

R_{11} = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = varian total

c) Analisis Statistik Deskriptif

dengan distribusi frekuensi. Ini digunakan untuk mengetahui karakteristik responden yang telah member jawaban pada daftar pertanyaan, misalkan data responden berdasar jenis kelamin.

d) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Data

$$D = \text{maksimum} [S_{n_1}(X) - S_{n_2}(X)]$$

Keterangan :

dengan bantuan Program SPSS. Apabila nilai r hitung instrumen lebih besar dari r tabel maka dinyatakan valid. Secara manual rumus uji tersebut adalah:

persepsi sehingga menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat digunakan pada kondisi yang berbeda-beda. Untuk menguji reliabilitas akan digunakan *Cronbach alpha* dengan program SPSS. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6. Rumus koefisien alpha : (Umar, 2003;90)

Uji normalitas data dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat normal atau tidak. Apabila data yang dipakai normal maka dipakai uji statistika parametrik sebaliknya kalau data tidak normal maka alat uji yang dipakai statistika non parametrik.

Pengujian normalitas data akan digunakan alat uji *Smirnov kolmogorof* dengan program SPSS. Data mempunyai distribusi normal apabila nilai signifikansinya diatas 0,05 (Ghozali,2005) Rumus yang digunakan secara manual adalah:

D = nilai kritis

S_{n1} = standar deviasi fungsi distribusi empiris
 S_{n2} = standar deviasi fungsi distribusi kumulatif

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel – variabel indenpenden yang digunakan dalam

$$VIF = \frac{1}{(1 - R_j^2)}; j = 1, 2, \dots, k$$

Keterangan:

VIF = angka VIF
 J = jumlah sampel 1, 2...k
 R_j^2 = koefisien determinansi variabel bebas ke-j dengan variabel lain (Nachrowi, 2006:101)

3) Uji Heteroskedastisitas

Gejala heterokedastisitas terjadi sebagai akibat dari variasi residual yang tidak sama untuk semua pengamatan. Pada bagian ini, cara mendeteksi ada tidaknya gejala heterokedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (Z_{pred}) dengan residualnya (S_{dresid}). Deteksi ada tidaknya gejala tersebut dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Dasar pengambilan keputusan dalam analisis heterokedastisitas adalah sebagai berikut: (Ghozali, 2005: 105).

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk

penelitian. Pengujian multikolinearitas akan digunakan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Sebuah model regresi akan bebas dari Multikolinearitas apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 (Ghozali, 2005). Secara manual perhitungan VIF dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka sudah menunjukkan telah terjadinya gejala heterokedastisitas.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.
 c)

4) Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan yang terjadi diantara variabel – variabel yang diteliti. Untuk mengetahui hal tersebut akan digunakan angka *Durbin Watson* dalam tabel derajat kebebasan dan tingkat signifikansi tertentu. Model regresi akan terbebas dari masalah autokorelasi apabila mempunyai angka DW antara -2 dan 2 (Ghozali, 2005). Secara manual rumus untuk menghitung DW adalah sebagai berikut:

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^n (\hat{u}_t - \hat{u}_{t-1})^2}{\sum \hat{u}_t^2}$$

Keterangan :

DW= angka *Durbin Watson*

\hat{u}_i = *error* pada waktu t

\hat{u}_{t-1} = *error* pada waktu t – 1

n =jumlah sampel

(Nachrowi,2006:190)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Membeli

β_0 = Konstanta

X_1 = Budaya

X_2 = Sosial

X_3 = Pribadi

X_4 = Psikologis

$\beta_1... \beta_3$ = Koefisien variabel independen $X_1... X_3$

e = Error (Nachrowi,2006)

1) Uji t

Uji t ini digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (Faktor Budaya, Faktor, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

a) Menentukan komposisi hipotesis

Ho : $\beta_i = 0$, Tidak ada pengaruh yang signifikan antara

e) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah analisa regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut :

faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis terhadap keputusan pembelian secara individual.

Ha : $\beta_i \neq 0$, Ada pengaruh yang signifikan antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis terhadap keputusan pembelian secara individual.

b) Menentukan level signifikan $\alpha = 5\%$

c) Kriteria pengujian

Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka Hipotesis diterima artinya hipotesis terbukti, apabila nilai signifikansi > 0,05 maka Hipotesis ditolak artinya hipotesis tidak terbukti.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

1. Penghasilan Bersih/bulan

NO	Keterangan	JUMLAH	%
1	< Rp. 2.000.000,-	27	27
2	Antara Rp. 2.001.000,-s/d Rp. 3.000.000,-	30	30
3	Antara Rp. 3.001.000,- s/d Rp. 4.000.000,-	29	29
4	Antara Rp. 4.001.000,- s/d Rp. 5.001.000,-	9	9
5	> Rp. 5.001.000	5	5
		100	100%

Dilihat dari penghasilan responden yang terbesar berpenghasilan antara 2 juta sampai dengan 3 juta per bulan sebanyak 30%. Hal ini dapat dilihat jika

makanan dan minuman kaki lima sudah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi harian masyarakat.

2. Rata-Rata Frekuensi Konsumsi Makan Dan Minum Di Kaki Lima Dalam Seminggu

NO	Keterangan	JUMLAH	%
1	Sangat Jarang (<3x dalam seminggu)	5	5
2	Jarang (7x dalam seminggu)	14	14
3	Cukup sering (14 dalam seminggu)	25	25
4	Sering (21 x dalam seminggu)	29	29
5	Sangat Sering (>21 dalam seminggu)	27	27
		100	100%

Frekuensi membeli makanan dan minuman kaki lima terbesar adalah dalam kategori sering yaitu 21 x dalam seminggu sebanyak 29%, hal ini

menunjukkan bahwa makanan kaki lima sudah dapat menjadi pemenuhan kebutuhan konsumsi harian masyarakat.

3. Pendidikan

NO	Keterangan	JUMLAH	%
1	Setingkat SD	13	13
2	Setingkat SMP	15	15
3	Setingkat SMA	20	23
4	Setingkat D3	25	22
5	Setingkat S1	18	18
6	Setingkat S2	9	9
		100	100%

Dari pendidikan diperoleh yang memiliki pendidikan setingkat Diploma sebanyak 25 %, hal ini menunjukkan bahwa yang dibutuhkan masyarakat adalah pemenuhan makanan dan minuman yang memenuhi standar kelayakan halal. Karena bagi masya-

rakat yang terpenting bagaimana caranya agar kebutuhan konsumsi mereka dapat terpenuhi. Keamanan kota Surakarta kondusif, hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat dengan nyaman menikmati pada siang maupun malam hari.

4. Pekerjaan

NO	Keterangan	JUMLAH	%
1	Ibu Rumah Tangga	9	9
2	Pegawai Negeri	17	17
3	Pegawai Swasta	27	27
4	Wiraswasta	24	24
5	Mahasiswa/Pelajar	23	23
		100	100

Dari kelompok pekerjaan sebanyak 27 % adalah pegawai swasta. Hal ini dapat dimaklumi bagaimana dengan penghasilan

yang terbatas kebutuhan dan kesenangan dapat terpenuhi bersama-sama.

5. Jenis Kelamin

NO	Keterangan	JUMLAH	%
1	Laki-laki	54	54

2	Perempuan	46	46
		100	100%

Sebanyak 54 % responden yang sering makan dan minum di kaki lima adalah laki-laki, ini dikarenakan ada kecenderungan

makan dan minum di kaki lima untuk bersosialisasi.

6. Status Pernikahan

NO	Keterangan	JUMLAH	%
1	Menikah	61	61
2	Tidak Menikah	39	39
		100	100%

Status pernikahan sebanyak 61 % menikah, hal ini dikarenakan banyak responden yang menetap di Solo untuk sementara, rata-rata merekabekerja dan berasal dari luar Solo.

K. Hasil Uji Kualitas Data

1. Pengujian validitas

a. Uji Validitas

1) Validitas item pertanyaan variabel Budaya (X1) terdiri dari 7 pertanyaan

Tabel 1. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Budaya

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	23,2900	8,329	,465	,468	,683
X1_2	23,4500	7,381	,612	,571	,642
X1_3	23,3000	8,596	,430	,380	,692
X1_4	23,2200	8,335	,348	,477	,713
X1_5	23,2500	8,270	,411	,467	,696
X1_6	23,0300	8,757	,351	,277	,709
X1_7	23,4200	8,024	,432	,368	,691

Sumber: Data yang diolah, 2013

Dengan r tabel pada N = 100 ditemukan nilai 0,1956. Jika dibandingkan dengan kolom *Corrected Item-Total Correlation* maka > r tabel, semua daftar pertanyaan valid.

2) Validitas item pertanyaan variabel Sosial (X2), terdiri dari 6item pertanyaan.

Tabel 2. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Sosial

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	18,8900	8,644	,705	,528	,840
X2_2	19,1400	8,041	,740	,554	,833
X2_3	19,0500	8,715	,709	,564	,840
X2_4	18,9800	8,404	,682	,525	,844
X2_5	18,8100	8,863	,599	,403	,858
X2_6	18,9800	8,808	,578	,353	,862

Sumber: Data yang diolah, 2013

Dengan r tabel pada N = 100 ditemukan nilai 0,1956. Jika dibandingkan dengan kolom *Corrected Item-Total Correlation* maka > r tabel, semua daftar pertanyaan valid.

3) Validitas item pertanyaan Pribadi (X3), terdiri dari 6 item pertanyaan.

Tabel 3. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Pribadi

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	19,2700	7,997	,770	,646	,858
X3_2	19,2700	7,795	,748	,622	,861
X3_3	19,3400	8,772	,558	,416	,889
X3_4	19,2100	7,885	,763	,654	,858
X3_5	19,2800	7,759	,699	,586	,870
X3_6	19,0800	8,256	,688	,582	,870

Sumber: Data yang diolah, 2013

Dengan r tabel pada N = 100 ditemukan nilai 0,1956. Jika dibandingkan dengan kolom *Corrected Item-Total Correlation* maka > r tabel, semua daftar pertanyaan valid.

4) Validitas item pertanyaan variabel Psikologi (X4), terdiri dari 6 item pertanyaan.

Tabel 4. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Psikologi

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4_1	19,7000	5,242	,635	,426	,757
X4_2	19,4400	6,309	,409	,174	,806
X4_3	19,4700	5,201	,711	,661	,738
X4_4	19,5400	6,029	,476	,559	,793
X4_5	19,6800	5,553	,589	,429	,768
X4_6	19,5700	5,904	,558	,476	,776

Sumber: Data yang diolah, 2013

Dengan r tabel pada N = 100 ditemukan nilai 0,1956. Jika dibandingkan dengan kolom *Corrected Item-Total Correlation* maka > r tabel, semua daftar pertanyaan valid.

5) Validitas item pertanyaan variabel Keputusan Pembelian(Y), Variabel Keputusan Pembelian terdiri dari 7 item pertanyaan.

Tabel 6. Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	22,8000	8,545	,714	,568	,776
Y_2	22,7600	8,932	,606	,474	,794
Y_3	22,7900	8,551	,628	,533	,790
Y_4	22,9300	8,248	,718	,579	,773
Y_5	22,7600	8,386	,703	,549	,777
Y_6	22,6800	10,442	,270	,199	,842
Y_7	22,5200	9,929	,341	,203	,836

Sumber: Data yang diolah, 2013

Dengan r tabel pada N = 100 ditemukan nilai 0,1956. Jika dibandingkan dengan kolom

Corrected Item-Total Correlation maka > r tabel, semua daftar pertanyaan valid

2. Pengujian reliabilitas

Tabel 7. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Budaya	0,724	Alpha Cronbach > 0,60	Reliabel
Sosial	0,870	maka reliable	Reliabel
Pribadi	0,888		Reliabel
Psikologi	0,802		Reliabel
Keputusan Pembelian	0,819		Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2013

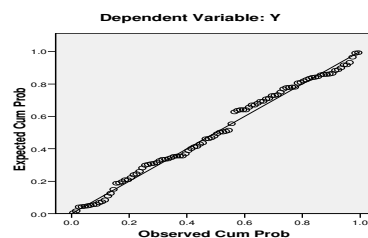
Hasil uji reliabilitas data pada tabel IV.9 diatas menunjukkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan

koefisien alpha yang melebihi 0,6 sehingga masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

A. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari grafik normal probability plots diatas terlihat titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal

dan hal ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal

2. Hasil Uji Multikolinieritas

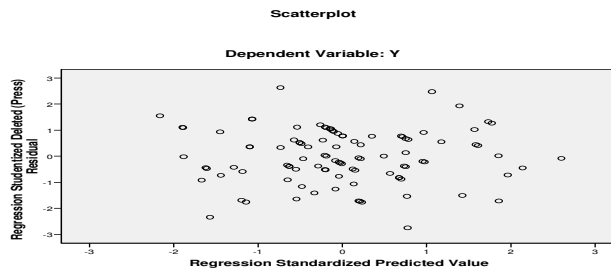
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,569	1,834		,855	,395		
	X1	-,024	,079	-,023	-,307	,760	,522	1,917
	X2	,414	,076	,416	5,450	,000	,507	1,974
	X3	,513	,064	,501	7,995	,000	,753	1,328
	X4	,186	,092	,152	2,032	,045	,532	1,881

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji multikolinieritas diatas diketahui besarnya VIF masing-masing variabel lebih kecil dari 10

sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari grafik scatterplots di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak (random) baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,848 ^a	,719	,707	1,86697	2,081

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai Durbin-Watson sebesar 2,081 akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan derajat kepercayaan 5%, jumlah sampel 100 dan

jumlah variabel bebas 4, maka di tabel Durbin-Watson akan didapat nilai d_L 1.579 dan d_U 1.755. Nilai DW terletak antara $d_L < dw < 4 - d_U$ maka tidak ada korelasi positif maupun negatif

B. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Analisis regresi linier berganda

$$Y = 1.569 - 0,24 X1 + 0,414 X2 + 0,513 X3 + 0,186 X4$$

(0,395) (0,760)** (0,000)** (0,000)** (0,045)**

Keterangan : ** adalah signifikan pada alfa 0,05 atau 5%.

$\alpha=1.569$ artinya apabila variabel Psikologis konstan maka Ke-Budaya, Sosial, Pribadi dan

Psikologis konstan maka Ke-

putusan Membeli akan tetap ada atau positif.

$\beta_1 = -0,24$ artinya terdapat pengaruh negatif antara variabel Budaya (X_1) terhadap Keputusan Membeli. jika ada penurunan nilai Budaya maka akan terjadi Kenaikan Keputusan Mebeli (Y) dengan asumsi variabel Sosial (X_2), Pribadi (X_3) dan Psikologis (X_4) tetap

$\beta_2 = 0,414$ artinya terdapat pengaruh Positif antara variabel Sosial (X_2) terhadap Keputusan Membeli, jika ada peningkatan nilai Sosial maka akan terjadi Kenaikan Keputusan Membeli (Y) dengan asumsi variabel Budaya (X_1), Pribadi (X_3) dan Psikologis (X_4) tetap.

$\beta_3 = 0,513$ artinya terdapat pengaruh positif antara Pribadi (X_3) terhadap Keputusan Membeli. jika ada

peningkatan nilai Pribadi maka akan terjadi kenaikan Keputusan Membeli (Y) dengan asumsi variabel Budaya (X_1), Sosial (X_2) dan Psikologis (X_4) tetap

$\beta_4 = 0,186$ artinya terdapat pengaruh positif antara variabel Psikologis (X_4) terhadap Keputusan Membeli, jika ada peningkatan nilai Psikologis maka akan terjadi kenaikan Keputusan Membeli (Y) dengan asumsi variabel Budaya (X_1), Sosial (X_2) dan Pribadi (X_3) tetap.

Keputusan membeli makanan dan minuman di kaki lima Surakarta variabel yang paling kuat pengaruhnya terhadap Keputusan membeli adalah koefisien variabel *Pribadi* yang ditunjukkan dengan koefisien regresi 0,513.

b. Hasil Uji t (pengujian hipotesa secara parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,569	1,834		,855	,395		
	X1	-,024	,079	-,023	-,307	,760	,522	1,917
	X2	,414	,076	,416	5,450	,000	,507	1,974
	X3	,513	,064	,501	7,995	,000	,753	1,328
	X4	,186	,092	,152	2,032	,045	,532	1,881

a. Dependent Variable: Y

X1 (Budaya)

Hasil perhitungan pada tabel diperoleh t hitung sebesar $-0,307 < t$ tabel 1,984 dengan signifikansi sebesar $0,760 > 0,05$, yang berarti bahwa hipotesa 1 yang menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima tidak terbukti kebenarannya. Dapat disimpulkan variabel Budaya berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Membeli dalam penelitian ini.

X2 (Sosial)

Hasil perhitungan pada tabel diperoleh t hitung sebesar $5,450 > t$ tabel 1,984 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa hipotesa 2 yang menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima terbukti kebenarannya. Dapat disimpulkan variabel Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Membeli dalam penelitian ini.

X3 (Pribadi)

Hasil perhitungan pada tabel diperoleh t hitung sebesar $7,995 > t$ tabel 1,984

dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa hipotesa 3 yang menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima terbukti kebenarannya. Dapat disimpulkan variabel Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Membeli dalam penelitian ini.

X4 (Psikologis)

Hasil perhitungan pada tabel diperoleh t hitung sebesar $2,032 > t$ tabel $1,984$ dengan signifikansi sebesar $0,045 < 0,05$, yang berarti bahwa hipotesa 4 yang menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima terbukti kebenarannya. Dapat disimpulkan variabel Psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Membeli dalam penelitian ini.

c. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	847,709	4	211,927	60,801	,000 ^a
	Residual	331,131	95	3,486		
	Total	1178,840	99			

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Hasil uji secara serempak (Uji F) diketahui besarnya nilai $F = 60,801$ signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat

disimpulkan secara bersama-sama variabel bebas mempengaruhi Keputusan Pembelian.

d. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,848 ^a	,719	,707	1,86697	2,081

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Uji R^2 didapatkan hasil sebesar 0.707 atau $70,7\%$ yang berarti variabel-variabel dependen Keputusan Membeli dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis sebesar $70,7\%$ sedangkan sisanya ($29,3\%$) dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi

nan dan minuman kaki lima adalah bagian dari hidup masyarakat yang sudah menjadi identitas diri. Sehingga tanpa Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis, maka keputusan membeli makanan kaki lima akan tetap ada. Pemerintah daerah sebaiknya mendukung dengan sarana dan prasarana yang dapat meningkatkan harkat dan martabat masyarakat Surakarta. Selain itu juga perlu diadakan sosialisasi dan penyuluhan makanan dan minuman yang halal terutama kepada pedagang kaki lima.

L. Pembahasan dan Hasil Penelitian

1. Konstanta positif, artinya tidak adanya stimulus pada Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis, Keputusan membeli makanan dan minuman kaki lima positif atau tetap ada. Ini dikarenakan masyarakat beranggapan bahwa maka-

2. Variabel X3 (Pribadi), Halal Mempunyai nilai tinggi pada

validitas daftar pertanyaan, artinya masyarakat percaya dengan hidangan yang dijual pedagang kaki lima. Sesuai dengan teori dari (Girindra, 2006) yang menyatakan bahwa makanan halal adalah makanan dan minuman yang lepas atau tidak terikat. Makanan yang halal adalah yang diijinkan untuk dikonsumsi atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Baik (Thayyib) adalah lezat, baik, sehat dan menentramkan Pangan yang baik di sini dapat diartikan sama dengan pangan yang memiliki cita rasa baik, sanitasi higine baik dankandungan gizinya yang baik. Para pakar kesehatan berpendapat bahwa penyakit sumbernya selain dari pikiran, eksternal (tabrakan/virus), juga dari makanan/minuman. Jika kita biasa memakan makanan/minuman yang tidak bagus, hal ini akan merusak berbagai bagian tubuh. Merusak kesehatan. Selain itu juga melanggar perintah Allah.

3. Variabel X2 (Sosial), Mempunyai nilai positif 0,414 dan signifikan $0,000 < 0,05$, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Membeli makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. Bagi masyarakat Surakarta makanan dan minuman kaki lima dinikmati dengan teman dan keluarga merupakan ajang silaturahmi baik untuk keperluan bisnis atau hanya sekedar kegiatan social sehingga sudah bukan hal yang tabu. Keluarga memberikan pengaruh yang besar dalam keputusan pembelian.
4. Variabel X4 (Psikologis) Mempunyai nilai positif 0,186 dan signifikan $0,045 < 0,05$, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan

Membeli makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. Kenyamanan tempat menjadi pilihan bagi masyarakat dalam membeli makanan dan minuman kaki lima.

5. Variabel X1 (Budaya)

Mempunyai nilai negative 0,24 dan signifikan $0,760 > 0,05$, berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Membeli makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. Karena makan dan minum di kaki lima saat ini sudah bukan hal yang tabu lagi bagi masyarakat, selain itu ada perasaan bangga dan menjadikan bagian dari kebudayaan. Sudah menjadi identitas daerah. Pengaruh negatif ternyata karena makan dan minum di kaki lima bagi masyarakat surakarta sudah dapat memenuhi kebutuhan konsumsi harian dan masyarakat yang melakukannya adalah masyarakat pendatang dan menetap di Surakarta serta memiliki penghasilan menengah ke bawah.

M. Kesimpulan

Berdasar hasil penelitian dan pembahasan diperoleh hasil : 1) Budaya berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan membeli makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. 2) Sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. 3) Pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. Dan 4) Psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli makanan dan minuman kaki lima di Surakarta.

N. DAFTAR PUSTAKA

Almatsier S, 2001, Almatsier, 2001, *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

-
- Anoraga, Pandji. 2000. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Kotler, Philip, Jakarta, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 3, Penerbit indeks:
- Lamb, Charles. W. et.al. 2001. *Pemasaran*. Buku I Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001, *Pemasaran*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta
- Sanjur, D 1982, *Social and Cultural Perspectives in Nutrition*, Prentice - Hall, Inc. Enlewood Cliffs, N.Y.
- Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo, 2005, *Statistik Induktif*, Yogyakarta, BPFE.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian*, Edisi Revisi VI, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Departemen Kesehatan RI, 1991, *Menu Keluarga Sehari-hari Berdasarkan 4 Sehat 5 Sempurna*, Direktorat Bina Gizi Masyarakat Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Semarang, Badan Penerbit : Undip Semarang. Edisi I
- Hariyadi, P., 2006, *Mutu dan Ingridien Pangan*. Editorial Food Review Indonesia Vol.1 No 5. Bogor
- http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Surakarta
diakses pada 23 Maret 2013
- Kotler, Philip dan AB Susanto, 2000, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Erlangga Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Prehallindo, Jakarta.
- Nachrowi, D, 2006, *Pendekatan Populer dan Praktis: Ekonometrika untuk analisis ekonomi dan keuangan*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta
- Oliver, Richard, 1997, *Satisfaction : A Behavioral Perspective on The Consumer*, The Mc-Grow Hill Companies Inc, New York.
- John C.Mowen & Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*, alih bahasa Lina, Salim. Jakarta:Erlangga
- Purbayu Budi Santosa, 2005, *Analisis Statistik dengan MS Excel dan SPSS*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesembilan, Penerbit CV Alpha Betha, Bandung
- Swasta, Basu dan Irawan, 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Keempat, BPFE. Yogyakarta.
- Swasta, Basu dan Irawan, 2000, *Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua, BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi, 2000, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Andi, Yogyakarta.
- Santoso, Umar. (2006). *Industri Pangan Halal : Bagaimana Prospeknya?*. Editorial Food Review Indonesia Vol.1 No 5. Bogor.
- Umar, Husein, 2003, *Metode Riset akuntansi Terapan*, Ghalia Indonesia
- Twaigery, S. and Spillman, D., 1989. An Introductory to Moslem Dietary Laws. *Food Tech.* 43 (2): 88-90.
- Uma Sekaran. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
-