

HUBUNGAN CITA RASA DAN MINAT MEMBELI KUE SUS ISI VLA DI DAPUR MEGMEG PADA KONSUMEN WILAYAH KECAMATAN SUKOMANUNGGAL

Oleh :

Mega Tri Yulita¹, Siti Dina Zakiroh²
Fakultas Psikologi Universitas 45 Surabaya
Email : sitidina1@gmail.com

ABSTRAK

Wahidah (2010) mengungkapkan bahwa cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Menurut Kinnear dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Husein, 2005).

Dalam penelitian ini obyek yang menjadi penelitian yaitu hubungan cita rasa dan minat membeli. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan cita dan minat membeli kue sus isi vla di Dapur MegMeg pada konsumen wilayah Kecamatan Sukomanunggal. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh/sensus yaitu mengambil subyek dari satu populasi yang berjumlah 6 instansi pemerintahan di Wilayah Kecamatan Sukomanunggal serta menggunakan skala Likert yang di modifikasi.

Kata kunci : *Cita Rasa, Minat membeli.*

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu berkembangnya zaman membuat aktivitas masyarakat di perkotaan semakin padat. Padatnya aktivitas masyarakat ini, membuat masyarakat membutuhkan *refreshing* untuk melepas kepenatan dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan. Adapun salah satu hal yang dapat dilakukan dalam melepas kepenatan tersebut seperti berkumpul bersama teman-teman ataupun bersama keluarga. Saat berkumpul itulah diperlukan adanya makanan ringan yang dapat bersanding dengan secangkir teh hangat ataupun dengan segelas es teh manis. Makanan ringan ini bisa berupa kue tradisional ataupun kue dari luar negeri yang cocok di lidah. Salah satu kue yang berasal dari luar negeri yang sangat digemari dan cocok dengan lidah nusantara salah satunya yaitu Kue Sus Isi Vla yang memiliki rasa manis pada isiannya dan rasa gurih pada kulitnya.

Kue Sus Isi Vla atau dalam istilahnya disebut *Choux Pastry* merupakan adonan pastry yang diproses dengan perebusan adonan. Adonan yang dihasilkan berupa adonan lembut dan mengembang. Pastry ini menghasilkan rongga pada adonan saat dipanggang (Ismayani, 2008). Adonan kue sus isi vla ini berasal dari campuran air, lemak, tepung terigu, dan telur yang harus dimasak terlebih dahulu. Kandungan air yang cukup banyak menghasilkan uap panas pada saat pemanggangan sehingga menggelembungkan adonan. Olahan dari adonan ini ada yang memiliki rasa manis, dan ada pula yang memiliki rasa gurih. Teksturnya bisa lembut atau renyah, tergantung cara mengolahnya (Kusumo dan Reggie, 2011). Bahan baku sus kering yang biasa digunakan yaitu tepung terigu.

Semakin dikenalnya kue sus isi vla di kalangan anak muda dan orang dewasa membuat para produsen kue sus isi vla berlomba-lomba untuk memberikan perbedaan antara kue sus isi vla yang dijual satu produsen dengan produsen lainnya. Variasi rasa adalah salah satu cara produsen untuk menarik minat para konsumennya. Namun hal ini tentu berkonsekuensi terhadap peningkatan permintaan terhadap kue sus isi vla tersebut.

Kue sus isi vla yang paling di kenal dikalangan instansi pemerintahan Kecamatan Sukomanunggal yaitu *catering* Dapur MegMeg. Hal tersebut dikarenakan cita rasa yang memukau dan menggoda di lidah para penikmat kue sus isi vla, Sehingga hal ini menjadikan para pelanggan atau penggemar kue sus isi vla enggan untuk berpindah membeli ketempat yang lain. Kue sus isi vla ini selalu ada di setiap pemesanan snack box yang dipesan oleh pelanggan setia Dapur MegMeg. Awal berdirinya Dapur MegMeg ini semula bernama *Catering* Kemuning yang hanya melayani pemesanan kue kering dan dikelola oleh ibu dari pemilik Dapur MegMeg sekarang. *Catering* Kemuning berdiri sejak tahun 1990 dan berubah nama menjadi Dapur MegMeg pada tahun 2012. Sejak melebarkan sayapnya di awal tahun 2012, Dapur Megmeg tidak hanya melayani pesanan kue kering saja akan tetapi mulai melayani pesanan kue basah dan nasi kotak untuk segala acara. Seiring berjalannya waktu, Dapur MegMeg mulai dikenal dan dipercaya oleh beberapa instansi di wilayah Kecamatan Sukomanunggal sebagai penyedia makan dan minum di setiap acara-acara rapat yang diselenggarakan oleh instansi tersebut.

Berdasarkan cerita dari pemilik Dapur MegMeg, bukan hal mudah untuk mempertahankan eksistensi dari Dapur MegMeg ini. Mulai dari persaingan produk yang dijual sampai harga yang ditawarkan ke pelanggan pun menjadi hal yang sering membuat pelanggan mengurungkan niat membeli di Dapur MegMeg. Akan tetapi hal tersebut justru menjadi cambuk bagi pemilik Dapur MegMeg untuk memutar otak bagaimana caranya agar pelanggan tidak dapat berpaling dari Dapur MegMeg ini. Menurut pelanggan Dapur MegMeg, ibu Nur Handayani selaku Ketua TP PKK Kelurahan Simomulyo Baru rasa yang diciptakan oleh Dapur MegMeg sangat konsisten dan tidak berubah rasanya. Selain ibu Nur Handayani ada juga ibu Agustin Selaku Kasi Pemerintahan di Kecamatan

Sukomanunggal juga berpendapat yang sama soal rasa, adapun untuk varian menu Dapur MegMeg selalu bisa mengikuti kemauan dari pelanggannya sehingga segala macam urusan permakanan di Kecamatan Sukomanunggal diserahkan kepada Dapur MegMeg. Karena keahlian dari pemilik Dapur MegMeg ini selain membuat kue, pemilik ini memiliki sifat yang supel dan mudah bergaul dengan kalangan manapun termasuk mengenal dan bergaul dengan para pegawai yang ada di instansi pemerintahan di wilayah Kecamatan Sukomanunggal. Hal ini lah yang menjadi celah bagi pemilik Dapur MegMeg untuk bisa masuk menawarkan kerjasama dalam pengolahan makan dan minum untuk ketersediaan rapat yang ada di instansi tersebut.

Berawal dari satu instansi terlebih dahulu yang memulai kerjasama dengan Dapur MegMeg hingga beberapa instansi mulai ikut menggunakan dan mempercayakan pengolahan makan dan minum dikelola oleh Dapur megMeg. Atas dasar tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti dan menjadikan alasan tersebut ke dalam sebuah karya tulis berupa Proposal Skripsi dengan judul “Hubungan Cita Rasa dan Minat Membeli Kue Sus Isi Vla di Dapur MegMeg Pada Konsumen Kecamatan Sukomanunggal”.

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas. Adapun perumusan masalah pada penelitian ini, yaitu : Apakah Hubungan Cita Rasa dan Minat Membeli Kue Sus Isi Vla di Dapur MegMeg Pada Konsumen Kecamatan Sukomanunggal? Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dikemukakan maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini, yaitu : Untuk mengetahui hubungan cita rasa dan minat membeli di Dapur MegMeg pada konsumen Kecamatan Sukomanunggal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang berkaitan dengan kajian dalam ruang lingkup yang lebih luas untuk mendapatkan hasil yang sempurna.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Dapur MegMeg yang beralamatkan di Jalan Simo Pomahan Gg.VII No.64 Kelurahan Simomulyo Baru Kecamatan Sukomanunggal Kota Surabaya. alat ukur yang akan digunakan yaitu skala penelitian Likert yang dimodifikasi. Sebelumnya peneliti membuat *Blue Print* yang meliputi indikator masing-masing variabel dan jumlah aitem pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Peneliti mengkonsultasikan aitem tersebut kepada dosen pembimbing, selanjutnya adalah peninjauan ulang dan revisi aitem. Hasil akhir dari proses ini, diperoleh aitem untuk skala masing-masing variabel hingga didapat 10 aitem untuk skala cita rasa dan 3 aitem untuk skala minat membeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas skala cita rasa dengan Product Moment

Hasil perhitungan analisis validitas pada skala Cita Rasa yang terdiri dari 10 butir diperoleh 9 butir item valid dan 1 butir item dinyatakan gugur.

Tabel 1 : Sebaran item Valid dan Gugur Skala Cita Rasa

No	Indikator	Banyak Item		
		Valid	Gugur	Total
1	Rasa	1,2,3		3
2	Bau (Aroma)	4,5,6		3
3	Tekstur	7,8		2
4	Suhu	9	10	2
Total		9	1	10

2. Uji Reliabilitas Skala Variabel Cita Rasa

Hasil uji reliabilitas untuk variabel X diperoleh $\alpha = 0,811$ ini menunjukkan bahwa alat ukur variabel layak digunakan untuk mengukur cita rasa.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Membeli

1. Uji Validitas Variabel Minat Membeli dengan Product Moment

Hasil perhitungan analisis validitas skala Minat Membeli yang terdiri dari 3 butir item dinyatakan valid semua.

Tabel 2 : Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Minat Membeli

No	Indikator	Banyak Item		
		Valid	Gugur	Total
1	Keputusan Pembelian	1,2,3		3
Total		3		3

2. Uji Reliabilitas Variabel Minat Membeli

Hasil uji reliabilitas untuk variabel Y diperoleh nilai $\alpha = 0,654$ ini menunjukkan bahwa alat ukur variabel layak digunakan untuk mengukur minat membeli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan cita rasa dan minat membeli kue sus isi vla di Dapur MegMeg pada konsumen wilayah Kecamatan Sukomanunggal. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa hipotesis dengan menggunakan korelasi *product moment* diperoleh hasil sebesar 0,575 dengan

signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), dengan demikian hasil data menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara cita rasa dan minat membeli. Hal tersebut berarti semakin tinggi cita rasa maka akan semakin tinggi pula minat membeli dan sebaliknya semakin rendah cita rasa maka akan semakin rendah pula minat membeli. Minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinneer dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Husein, 2005).

Berdasarkan hasil pengamatan di Dapur MegMeg banyak pelanggan yang menyukai kue sus isi vla ini dari rasanya yang enak dan dapat dikonsumsi serta disukai oleh siapapun di setiap waktu. Kue sus isi vla ini merupakan kue yang hampir selalu ada di setiap *snack box* dalam setiap pemesanan pelanggan karena kue sus isi vla ini menjadi primadona dikalangan kue-kue yang ada di Dapur MegMeg. Jadi dapat dikatakan bahwa cita rasa dan minat membeli di Dapur MegMeg memiliki hubungan yang sangat signifikan

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis data diperoleh signifikansi sebesar $p = 0,000$ ($p < 0,01$) dan nilai r empirik sebesar 0,575 adalah lebih besar daripada r teoritik pada taraf signifikansi 5% (0,254). Berdasarkan kenyataan ini, maka peneliti dapat menginterpretasikan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara variabel cita rasa (X) dengan variabel minat membeli (Y). Hal tersebut berarti semakin tinggi cita rasa maka akan semakin tinggi pula minat membeli dan sebaliknya semakin rendah cita rasa maka akan semakin rendah pula minat membeli.

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh maka peneliti dapat memberikan saran kepada pihak terkait sebagai berikut :

1. Dapur MegMeg agar terus mempertahankan dan mengembangkan kue sus isi vla serta mempromosikan sampai ke luar dari wilayah Kecamatan Sukomanunggal.
2. Peneliti selanjutnya yang akan meneliti di Dapur MegMeg, agar menambah variabel penelitian yang lainnya seperti gaji karyawan, strategi pemasaran dan lain-lain.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Aritonang, Lebrin R. (2007). Riset Pemasaran Teori Dan Praktek. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- A.M, Morissan. (2010). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Penerbit Kencana
- Darmadi, Hamid. (2013). Dimensi-Dimensi Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial Konsep Dasar dan Implementasinya. Bandung: Alfabeta.
- Firdaus, Muhammad. (2008). Manajemen Agribisnis. Jakarta: Bumi Aksara.
- Garrow dan James. (2010). Komponen-Komponen Cita Rasa. [Http://www.landasanteori.xyz/2017/05/pengertian-cita-rasa-menurut-para-ahli.html?m=1](http://www.landasanteori.xyz/2017/05/pengertian-cita-rasa-menurut-para-ahli.html?m=1). Diakses tanggal 30 Juli 2020.
- Jahja, Yudrik. (2011). Psikologi Perkembangan. Jakarta: Media Group.
- Ismayani. (2008). Variasi Olahan Cokelat. Jakarta: Kawan Pustaka.
- Kusumo, Wahyu dan Rafeila Reggie. (2011). 25 Sajian Terlezat: Yuk Otak-Atik Adonan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Muhamad. (2008). Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. Pandeglang: Studi PD. Laksana Jaya 88 Jiput.

- Umarna, Ujang S. (2008). *Perilaku Konsumen Cet Pertama, Edisi Kedua*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Umarna, Ujang S. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen Cet Pertama*. Bogor: Penerbit IPB Perss.
- Umar, Husein. (2005). *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pusaka.
- Wahidah. (2010). *Rasa dan Cita Rasa dalam Masakan*. Bandung: Angkasa Raya.
- Wibisaputra, Adiztya. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mmempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3KG (Di PT. Candi Agung Pratama Semarang)*, Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Widya Putri, Anindi. (2018). *Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo*, Skripsi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Yoga, Nazmudin. (2019). *Pengaruh Cita Rasa dan Lokasi Terhadap Minat Konsumen Kue Balok Babakan*, Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin, Banten.