

**ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN YANG  
DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN PRODUK  
SABANA *FRIED CHICKEN* DI KOTA BEKASI**

**M. Adil Falah., Agustono., Mei Tri Sundari,**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta  
Jl. Ir. Sutami No. 36 A Ketingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271) 637457

Email : [adilfalah98@gmail.com](mailto:adilfalah98@gmail.com)

**ABSTRACT:** Chicken is a potential food ingredient that can be made into several preparations to be a daily consumed as a side dish. This condition can be utilized by Sabana Fried Chicken as a chicken entrepreneurs to develop their business in making processed chicken products. This research aims to identify marketing mix factors consumers consider in purchasing sabana fried chicken products and identify the dominant variables that consumers consider in purchasing sabana fried chicken products in Bekasi City. The method used in this research is descriptive and analytical. The location taking method was carried out purposively and sampling using the purposive sampling method with 100 consumers as respondents. Data collection techniques by observation using a questionnaire. The data analysis method used in this research is using multivariate analysis by conducting a factor analysis of twenty one indicators. The result of this research showed there were five new factors considered by consumers in purchase of sabana fried chicken products in Bekasi City, which are place and process factors, price and service factors, promotion factors, product factors, and physical evidence factors. While the dominant indicators is considered by consumers by looking at the highest loading factor value in each factor, including indicators of outlet cleanliness, the price competitiveness, the interesting ads, the product quality, and the product arrangement.

**Keywords:** consumer behavior, factor analysis, purchasing decisions, marketing mix, Sabana fried chicken products.

**ABSTRAK :** Ayam merupakan bahan pangan potensial yang dapat dijadikan beberapa olahan yang bisa dikonsumsi sehari-hari sebagai laukpauk. Kondisi ini dapat dimanfaatkan oleh pengusaha Sabana *Fried Chicken* untuk mengembangkan usahanya dalam pembuatan produk olahan ayam. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor bauran pemasaran apa yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk Sabana *Fried Chicken* dan mengidentifikasi variabel-variabel yang dominan yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif dan analitis. Metode pengambilan lokasi dilakukan secara *purposive* dan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan 100 responden sebagai responden. Teknik pengambilan data dengan observasi menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis multivariat dengan melakukan analisis faktor terhadap dua puluh satu indikator yang terkandung dalam tujuh variabel bauran pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat lima faktor baru yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi yaitu faktor Tempat dan Proses, Harga dan Pelayanan, Promosi, Produk, Lingkungan

Fisik. Variabel. Indikator yang dominan dipertimbangkan konsumen dengan melihat nilai faktor loading tertinggi pada tiap faktornya. Indikator-indikator tersebut ialah Kebersihan Outlet, Daya Saing Harga, Iklan yang menarik, Kualitas produk, Penataan Produk yang Ditawarkan.

**Keywords:** analisis faktor , keputusan pembelian, *marketing mix*, perilaku konsumen, produk *sabana fried chicken*.

## PENDAHULUAN

Agroindustri merupakan industri yang bergerak pada bidang pengolahan hasil pertanian menjadi produk olahan yang mempunyai nilai lebih. Macam-macam subsektor yang potensial melalui agroindustri antara lain ialah peternakan unggas salah satunya peternakan ayam. Peternakan adalah kegiatan memelihara hewan ternak untuk dibudidayakan dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut (Rasyaf, 2008).

Data Badan Pusat Statistik (2018) menunjukkan bahwa konsumsi ayam broiler masyarakat Indonesia cenderung terus meningkat. Konsumsi ayam broiler pada tahun 2013 sebanyak 3,65kg/kapita/thn dan terus meningkat setiap tahunnya sehingga tercatat oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2018 konsumsi ayam broiler sebanyak 5,68kg/kapita/thn, dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumsi ayam broiler dari tahun 2013 hingga 2017 meningkat sebesar 55,1%. Produk utama yang berupa daging merupakan produk yang digemari oleh masyarakat sehingga permintaan kebutuhan daging ayam semakin meningkat dari tahun ke tahun

Sabana Fried Chicken merupakan salah satu bisnis produk olahan ayam yang harus menghadapi persaingan dagang dengan para pelaku bisnis yang memasarkan produk yang sama, yaitu fried Chicken. Bisnis Sabana Fried Chicken sudah memiliki cabang yang tersebar pada 12 provinsi di Indonesia. Bisnis fried

chicken ini dapat terancam oleh banyaknya pilihan bisnis fried chicken dengan brand yang beragam. Semakin banyaknya pelaku bisnis fried chicken yang menyediakan rasa dan harga yang berbeda dapat menjadi suatu ancaman bagi Sabana Fried Chicken.

Sabana *Fried Chicken* harus memperhatikan faktor-faktor bauran pemasaran yang akan menentukan konsumen dalam pengambilan keputusan pada pembelian produk mereka. Bauran pemasaran merupakan perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, proses, tempat, orang, lingkungan fisik, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari konsumen sasaran (Fandy Tjiptono, 2010).

Berdasarkan penjelasan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor bauran pemasaran yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi dan mengidentifikasi indikator-indikator yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi.

## METODE PENELITIAN

### Metode Dasar Penelitian dan Penentuan Lokasi

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan metode analitis. Menurut Wirartha (2006), metode deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik populasi atau bidang-bidang tertentu. Sedangkan metode analitis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul (Sugiyono, 2009). Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive*. Metode *purposive* adalah suatu teknik penentuan lokasi penelitian secara sengaja berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Kota Bekasi yang merupakan tempat kantor pusat dari Sabana *Fried Chicken*

### Metode Penentuan Sampel dan Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan 100 sampel. Penentuan jumlah sampel dengan metode *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengisian kuisisioner langsung dengan responden secara *online*. Data Sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistika dan Instansi Pemerintah Kota Bekasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisisioner menggunakan google form melalui media social.

### Metode Pengujian Instrumen

Metode pengujian instrumen yang digunakan adalah:

- a. Uji Validitas, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Jika pada tingkat signifikan 5%  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.
- b. Uji Reliabilitas, uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Menurut Ghozali (2006) reliabilitas diukur dengan menggunakan Cronbach Alpha. Variabel dikatakan reliabel jika setiap pertanyaan memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ .

### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah menggunakan analisis faktor yang terdapat pada analisis multivariat. Menurut Hair (2010) analisis multivariat mengacu pada semua teknik statistik yang secara bersamaan menganalisis beberapa pengukuran terhadap individual atau objek dalam suatu riset. Secara matematis, model analisis faktornya sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + b_{11}X_{11} + b_{12}X_{12} + b_{13}X_{13} + b_{14}X_{14} + b_{15}X_{15} + b_{16}X_{16} + b_{17}X_{17} + b_{18}X_{18} + b_{19}X_{19} + b_{20}X_{20} + b_{21}X_{21} + e$$

Dimana, Y adalah skor variabel bauran pemasaran produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi,  $b_1 - b_{21}$  adalah koefisien skor faktor bauran pemasaran produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi.  $X_1 - X_{21}$  adalah indikator-indikator yang dipertimbangkan konsumen pada pembelian produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi.

Tahapan-tahapan dalam analisis faktor yang dikemukakan oleh Simamora (2005) dapat diringkas sebagai berikut: (1) Membuat matrik korelasi, (2) Meringkas variabel menjadi faktor faktor inti, (3) Melakukan rotasi untuk penyelesaian akhir, (4) Menguji tingkat signifikansi dari *factor loading* dan menamai faktor. Mengetahui indikator yang dominan dipertimbangkan dilihat dari variabel yang memiliki *factor loading* tertinggi di setiap faktornya. *Factor loading* adalah korelasi sederhana antara variabel-variabel dan faktor-faktor. Semakin besar *factor loading* suatu indikator terhadap suatu faktor, maka semakin besar hubungan suatu indikator terhadap suatu faktor.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan responden laki-laki berjumlah 37 orang dan responden perempuan berjumlah 63 orang. Rentang umur responden

yaitu 17 – 55 tahun. Jenis pekerjaan responden didominasi oleh pegawai swasta sebesar 32%. Tingkat pendapatan rata-rata perbulan responden ialah lebih dari Rp3.500.000 yaitu sebesar 46%.

### Informasi Pengenalan Produk

Jenis produk olahan ayam yang menjadi pilihan responden ialah ayam kentucky dengan persentase sebanyak 71%. Jenis produk ayam kentucky yang sering dikonsumsi ialah produk Sabana *Fried Chicken*. Sebagian besar konsumen mengkonsumsi Sabana *Fried Chicken* dengan persentase sebanyak 88%. Frekuensi mengkonsumsi produk Sabana *Fried Chicken* yang telah dikonsumsi mayoritas responden yaitu sebanyak lebih dari tiga kali.

### Hasil Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas, berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa hasil uji validitas dengan menggunakan 30 sampel berdasar 21 pernyataan dalam kuesioner, kemudian dari 21 pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa setiap butir kuesioner valid. Nilai dari masing-masing butir pernyataan yang valid ialah diatas 0,361 sesuai dengan nilai  $r_{tabel}$  untuk sampel sebanyak 30 responden.

b. Uji Reliabilitas, berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,925. Nilai tersebut lebih besar dari 0,361 yang menandakan bahwa kuesioner pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel

### Hasil Analisis Faktor

Tabel 1. Hasil Analisis Faktor Bauran Pemasaran yang Dipertimbangkan Konsumen pada Pembelian Produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi

Faktor	Nama Faktor	% of Fac	Cumulative Total fac %	Indikator	Faktor Loading	Eigen Values
1	Tempat dan Proses	25,550	25,550	Lokasi Penjualan Produk (X4)	,841	5,277
				Keberadaan Penjual (X5)	,880	
				Kemudahan Memperoleh Produk (X6)	,845	
				Fasilitas Parkir (X7)	,866	
				Kebersihan Outlet (X8)	,885	
				Proses Pembayaran (X20)	,809	
				Kepuasan yang didapat konsumen (X21)	,848	
2	Harga dan Pelayanan	19,328	44,879	Harga Terjangkau (X9)	,801	4,071
				Daya Saing Harga (X10)	,812	
				Harga Sesuai Kualitas (X11)	,788	
				Keramahan Pedagang (X15)	,788	
				Pengetahuan pedagang tentang produk (X16)	,774	
				Kecepatan Pelayanan (X17)	,806	
3	Promosi	11,360	56,238	Promo Penjualan Melalui Discount (X12)	,887	2,368
				Iklan yang menarik (X13)	,907	
				Informasi dari mulut ke mulut (X14)	,880	
4	Produk	9,452	65,690	Kualitas Produk (X1)	,840	2,011
				Kehigienisan Produk (X2)	,770	
				Rasa (X3)	,775	
5	Lingkungan Fisik	7,934	73,624	Kenyamanan Berbelanja (X18)	,907	1,631
				Penataan produk yang ditawarkan (X19)	,922	

Hasil analisis faktor yang menggunakan 21 indikator, terbentuk 5 faktor inti yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Persentase total varian yang dihasilkan sebesar 73,130% yang berarti ke 5 faktor tersebut dapat menjelaskan bahwa 73,130% keputusan pembelian dipertimbangkan oleh konsumen, sedangkan sisanya 26,870% dijelaskan oleh faktor lain.

Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen terhadap keputusan pembelian penelitian ini adalah:

#### *Faktor tempat dan proses*

Faktor tempat dan proses memiliki total varian yang tinggi yaitu dengan total varian sebesar 25,127%. Setelah melakukan rotasi faktor, maka faktor tempat dan faktor proses bergabung jadi satu menjadi faktor baru bernama faktor tempat dan proses. Indikator-indikator yang tercakup dalam faktor tempat dan proses ini adalah variable

lokasi penjualan prodek (X<sub>4</sub>) dengan factor loading sebesar 0,841 ; keberadaan penjualan (X<sub>5</sub>) dengan factor loading sebesar 0,880 ; kemudahan memperoleh produk (X<sub>6</sub>) dengan factor loading sebesar 0,845 ; fasilitas parkir (X<sub>7</sub>) dengan factor loading sebesar 0,866 ; kebersihan outlet (X<sub>8</sub>) dengan factor loading 0,885 ; proses pembayaran (X<sub>20</sub>) dengan factor loading sebesar 0,809 ; dan kepuasan yang didapat konsumen (X<sub>21</sub>) dengan factor loading sebesar 0,848. Faktor tempat dan proses merupakan faktor yang dipertimbangkan, hal ini didukung oleh keadaan di lapangan terkait dengan faktor ini menunjukkan bahwa sabana *fried chicken* memiliki outlet ditempat yang strategis sehingga mudah dalam memperoleh produk mereka, sabana *fried chicken* juga sangat memerhatikan kebersihan *oiutlet*-nya sehingga konsumen nyaman dalam berbelanja, factor-faktor tersebut sangat cocok

menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi.

*Faktor harga dan pelayanan*

Faktor harga dan pelayanan merupakan penggabungan dari faktor harga dan faktor orang. Faktor harga dan pelayanan memiliki total varian sebesar 19,386%. Indikator-indikator yang tercakup dalam faktor harga dan pelayanan adalah indikator harga terjangkau ( $X_9$ ) dengan factor loading sebesar 0,801; daya saing harga ( $X_{10}$ ) dengan factor loading sebesar 0,812 ; harga sesuai kualitas ( $X_{11}$ ) dengan factor loading sebesar 0,788 ; keramahan pedagang ( $X_{15}$ ) dengan factor loading sebesar 0,788 ; pengetahuan pedagang tentang produk ( $X_{16}$ ) dengan factor loading sebesar 0,774 dan kecepatan pelayanan ( $X_{17}$ ) dengan factor loading sebesar 0,806. Faktor harga dan pelayanan adalah faktor inti kedua yang dipertimbangkan konsumen pada penelitian ini. Faktor ini menunjukkan bahwa harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang didapatkan dapat menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen serta berbagai macam pelayanan yang diberikan seperti keramahan pedagang sehingga konsumen dapat merasa puas dan nyaman saat berbelanja dan bertransaksi dalam proses pembayaran sehingga cocok menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi.

*Faktor Promosi*

Faktor promosi memiliki total varian sebesar 11,276%. Indikator-indikator yang tercakup dalam faktor promosi adalah indikator promo penjualan melalui discount ( $X_{12}$ ) dengan factor loading sebesar 0,887 ; iklan yang menarik ( $X_{13}$ ) dengan factor loading sebesar 0,907 ; dan informasi dari mulut ke mulut ( $X_{14}$ )

dengan factor loading sebesar 0,880. Faktor promosi adalah faktor inti ketiga yang dipertimbangkan konsumen pada penelitian ini. Faktor ini menunjukkan bahwa promo penjualan melalui discount, iklan yang menarik, dan informasi dari mulut ke mulut dapat menjadi faktor seorang konsumen dalam memilih produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi. Semakin banyaknya promosi yang diberikan serta menyebarnya informasi tentang produk Sabana *Fried Chicken* dapat menjadi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi.

*Faktor Produk*

Faktor produk memiliki total varian sebesar 9,575%. Indikator-indikator yang tercakup dalam faktor produk adalah indikator kualitas produk ( $X_1$ ) dengan *factor loading* sebesar 0,840 ; kehygienisan produk ( $X_2$ ) dengan *factor loading* sebesar 0,770 ; dan rasa ( $X_3$ ) dengan *factor loading* sebesar sebesar 0,775. Faktor produk adalah faktor inti keempat yang dipertimbangkan oleh konsumen pada penelitian ini. Faktor produk adalah faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian. Produk dengan kualitas yang tinggi, kehygienisan yang bagus, serta rasa yang sesuai dengan selera masyarakat dapat menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi.

*Faktor Lingkungan Fisik*

Faktor lingkungan fisik memiliki total varian sebesar 7,766%. Indikator-indikator yang tercakup dalam faktor tempat adalah indikator kenyamanan berbelanja ( $X_{18}$ ) dengan factor loading sebesar 0,907 ; dan penataan produk yang ditawarkan ( $X_{19}$ ) dengan factor loading sebesar 0,922. Faktor lingkungan fisik adalah

faktor inti kelima atau faktor terakhir yang dipertimbangkan oleh konsumen pada penelitian ini. Faktor kenyamanan konsumen saat berbelanja serta penataan produk yang ditawarkan secara rapih sehingga memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli termasuk faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian Sabana *Fried Chicken* di Kota Bekasi. Maka, faktor lingkungan fisik ini harus diperhatikan oleh pihak sabana *Fried Chicken*

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian serta pembahasan dari penelitian dengan judul Analisis Faktor Bauran Pemasaran Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Pembelian Produk Sabana Fried Chicken Di Kota Bekasi, dapat diambil kesimpulan bahwa Hasil analisis faktor dari 21 indikator dapat membentuk lima faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen ialah faktor Tempat dan Proses, Harga dan Pelayanan, Promosi, Produk, Lingkungan Fisik.

Hasil analisis faktor yang dilakukan setelah terbentuk lima faktor ialah mencari indikator-indikator yang dominan atau paling dipertimbangkan dalam keputusan konsumen dalam pembelian produk sabana *Fried Chicken* di kota Bekasi. Indikator-indikator tersebut ialah Kebersihan Outlet, Daya Saing Harga, Iklan yang menarik, Kualitas produk, Penataan Produk yang Ditawarkan.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari penelitian serta pembahasan dari penelitian dengan judul Analisis Faktor Bauran Pemasaran yang Dipertimbangkan

Konsumen dalam Pembelian Produk Sabana Fried Chicken di Kota Bekasi adalah sebagai berikut ; Untuk faktor tempat dan proses, memperbanyak jumlah outlet dari produk Sabana Fried Chicken terutama di kawasan perumahan dan perkantoran, Untuk faktor harga, tetap mempertahankan harga yang sudah terjangkau dan dapat bersaing, Untuk faktor promosi, memberikan harga promo pada produk baru dengan varian harga yang lebih terjangkau, Untuk faktor produk, mengeluarkan produk-produk baru yang sedang tren seperti saus spicy, saus korean, atau keju mozarella, Untuk faktor lingkungan, membuka restoran yang dapat makan ditempat lebih banyak lagi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F. 2010. *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. New York: Prentice Hall International, Inc.
- Simamora B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Rasyaf, Muhammad. 2008. *Panduan Beternak Ayam Broiler*. Jakarta : Penerbit Penebar Swadaya.
- BPS. 2018. *Statistik Indonesia 2009*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Tjiptono, Fandy. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Wirartha, I. Made. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: CV Andi Offset