

**Analisis Perilaku Konsumen dinilai Dari Indeks Sikap Konsumen  
Pada Restoran Nasi Gajah  
(Studi Kasus Pada Restoran Nasi Gajah Kota Depok)**

**Dini Bapiani<sup>1</sup>, Azwar<sup>2</sup>, Titik Purwinarti<sup>3</sup>**

Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta, Depok,  
Indonesia [dinibapiani99@gmail.com](mailto:dinibapiani99@gmail.com) <sup>1</sup>

Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta, Depok,  
Indonesia [azwar@bisnis.pnj.ac.id](mailto:azwar@bisnis.pnj.ac.id) <sup>2</sup>

Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta, Depok,  
Indonesia [titik.purwinarti@bisnis.pnj.ac.id](mailto:titik.purwinarti@bisnis.pnj.ac.id) <sup>3</sup>

---

**ABSTRACT :** *Currently culinary business trends provide opportunities and challenges to the actors and government as stakeholders. Business actors can choose a suitable strategy to influence consumers by understanding consumer behavior. The research object is Nasi Gajah. Problems of the research object are some aspects that have not contributed properly. One of the problems is the marketing aspect. Nasi Gajah does not know clearly the market segmentation and how big is a consumer. The purpose of this research is to analyze and to know consumer behavior, characteristics and consumer opinion about Nasi Gajah with a consumer behavior index. This research uses the survey method with 50<sup>th</sup> sample of a consumer of Nasi Gajah. To distribute the questionnaire, the incidental sampling method and purposive sampling were used. Data collection methods used observation and study of literature. Data analysis method in this research is descriptive and consumer behavior index. The results of this research are: (1) The Nasi Gajah consumer likes it well enough (2) The score of the consumer behavior index is 3,15 that the consumer likes it well enough (3) The consumer characteristics are women, 21-22 years old, student and live in Depok.*

**Keywords:** *consumer behavior index, characteristics of consumer, opinion, consumer behavior*

**ABSTRAK :** Tren bisnis kuliner yang meningkat pada saat ini memberikan peluang dan tantangan pada pelaku bisnis juga pemerintah selaku pemangku kebijakan. Dengan memahami jenis perilaku konsumen maka para pelaku usaha dapat memilih dan merancang strategi yang cocok untuk mempengaruhi para konsumen. Objek penelitian ini adalah Nasi Gajah Cabang Kota Depok. Permasalahan pada objek penelitian terdapat beberapa aspek yang belum terkontribusi secara baik. Salah satunya yaitu dari aspek pasar Nasi Gajah belum mengetahui dengan jelas segmentasi pasar yang tepat dan seberapa besar Nasi Gajah disukai oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui perilaku, karakteristik, serta pendapat konsumen tentang Nasi Gajah menggunakan rumus indeks sikap konsumen. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan sampel yang berjumlah 50 orang konsumen Nasi Gajah. Teknik pendistribusian kuesioner secara *incidental sampling* dan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, kuesioner, dan studi literatur. Teknik analisis data penelitian ini adalah deskriptif dan indeks sikap. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Nasi Gajah cukup disukai oleh konsumen; (2) Indeks sikap restoran Nasi Gajah adalah

3,15 yang berarti cukup disukai oleh konsumen; (3) Karakteristik konsumen Nasi Gajah adalah perempuan, berusia 21-22 tahun, mahasiswa, bertempat tinggal di Kota Depok.

**Keywords:** *indeks arsip, karakteristik konsumen, pendapat, perilaku konsumen, restoran Nasi Gajah.*

---

## **PENDAHULUAN**

### ***Latar Belakang***

Bisnis kuliner di Indonesia kini kian di gandrungi. Hal ini selaras dengan pernyataan Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia bahwa Food & Beverage mendominasi tren waralaba yang artinya bisnis kuliner masih menduduki peringkat atas. Indonesia mengalami peningkatan pada sektor industri makanan dan minuman sejak tahun 2014 hingga tahun 2018. Tren bisnis kuliner yang meningkat ini tentu memberikan peluang dan tantangan pada pelaku bisnis juga pemerintah selaku pemangku kebijakan. Tren yang meningkat juga menggambarkan bahwa industri ini semakin kompetitif. Para pelaku bisnis hendaknya mengetahui pola perilaku konsumen untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Perilaku konsumen adalah sebuah perilaku yang menggambarkan cara konsumen untuk memanfaatkan waktu, uang, dan usaha untuk membeli barang yang diinginkan (Kanuk dan Schiffman, 2008: 6). Dengan memahami jenis perilaku konsumen maka para pelaku usaha dapat memilih dan merancang strategi yang cocok untuk mempengaruhi para pelanggan atau konsumen. Tujuannya adalah agar konsumen bersedia memilih produk atau merk yang ditawarkan oleh pemasaran. Proses mempengaruhi konsumen ini dapat dilakukan dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Pemasar juga harus mengetahui keberagaman dan kesamaan konsumen agar dapat melihat peluang yang ada.

Nasi Gajah merupakan usaha kuliner yang awalnya didirikan di Kota Magelang tahun 2018 yang kemudian membuka cabang di kota Depok. Mengangkat tema *Traditional Fastfood*. Berdasarkan hasil wawancara peneliti pada objek penelitian, dapat diketahui beberapa aspek belum berkontribusi secara baik. Salah satunya yaitu dari aspek pasar Nasi Gajah belum mengetahui dengan jelas segmentasi pasar yang tepat dan seberapa besar Nasi Gajah disukai oleh konsumen. Untuk meminimalisir kemungkinan risiko yang akan muncul dan memperbaiki sistem yang ada serta mendongkrak keuntungan yang lebih besar lagi tentunya dibutuhkan evaluasi pada aspek yang berkaitan dengan pelanggan atau konsumen. Dari identifikasi masalah tersebut peneliti tertarik untuk membahas Nasi Gajah di lihat dari perilaku konsumen. Dapat diperhatikan dari latar belakang permasalahan tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Dinilai Dari Indeks Sikap Konsumen Pada Nasi Gajah Kota Depok”.

### ***Tujuan***

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik konsumen, mengetahui dan menganalisis besar indeks sikap konsumen dan pendapat konsumen Nasi Gajah Cabang Kota Depok.

### ***Permasalahan***

Berdasarkan latar belakang

masalah yang sudah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan masalah yaitu, bagaimana karakteristik konsumen, seberapa besar indeks sikap konsumen, dan bagaimana pendapat konsumen tentang Nasi Gajah Cabang Kota Depok.

## TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Nasution (2002:13) pengertian konsumen menegaskan beberapa batasan yaitu:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara, adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- c. Konsumen akhir, yaitu setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah-tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-komersial).

Pengertian Konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun mahluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh cara lain, seperti pemberian, hadiah dan undangan (Inosentius: 2013).

### ***Perilaku Konsumen***

Menurut Kotler dan Keller (2009: 166) perilaku konsumen adalah sebagai

berikut:

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Sunyoto (2012:251) perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai berikut: Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Hasan (2013:161) pengertian perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

Perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Swastha (2017:10) pengertian perilaku konsumen sebagai berikut:

Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

### ***Sikap***

“Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu Schiffinan dan

Kanuk dalam Susanta” (2008:222). Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sikap konsumen dimana sikap adalah suatu perilaku yang menunjukkan apa yang disukai dan apa yang tidak disukai konsumen (Kotler & Amstrong, 2012).

## METODE RISET

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif-deskriptif dengan pendekatan metode survei. Penelitian kuantitatif merupakan metode positivisme, tradisional dan merupakan metode yang sering digunakan untuk penelitian (Sugiyono, 2017:13). Metode kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data berupa kuesioner, mengolah dan menganalisis data yang diperoleh dari kuesioner. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-Agustus 2020 di Nasi Gajah Cabang Kota Depok yang berlokasi di Jl. Ridwan Rais, Kel. Beji Timur, Kec. Beji, Kota Depok, Jawa Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nasi Gajah Kota Depok. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling purposive*. Untuk membatasi jumlah responden maka peneliti menggunakan *sampling quota*. Berdasarkan teori tersebut maka peneliti menetapkan 50 orang untuk menjadi *sampling* pada penelitian ini karena Nasi Gajah adalah restoran yang tidak diketahui konsumen berasal dari mana saja. Teknik pendistribusian kuesioner peneliti menggunakan metode insidental yaitu waktu yang tidak ditentukan. Penelitian ini memiliki enam variabel yaitu: (1) Harga; (2) Cita Rasa; (3) Variasi; (4) Kebersihan Lingkungan; (5) Pelayanan; (6) Tempat yang Memadai. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi,

kuesioner dan studi literatur. Teknik pengolahan data pada penelitian ini adalah *editing* dan *tabulating*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan menggunakan metode Indeks Sikap Konsumen. Analisis indeks tersebut adalah analisa indeks sikap menurut Swastha dan Handoko. Indeks sikap dirumuskan seperti berikut:

$$SJ = \sum_{k=1}^n tK \cdot xKJ$$

Keterangan:

SJ = Indeks sikap

tK = timbangan pada atribut k dari

tK = 1

xKJ = nilai atribut untuk merek j

n = jumlah atribut

(Swastha dan Handoko, 2017:95)

## PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pendapat konsumen tentang Nasi Gajah, besar indeks sikap konsumen dan karakteristik pengunjung Nasi Gajah Kota Depok.

### 1. Karakteristik Konsumen

Pada penelitian ini responden merupakan orang yang pernah mengunjungi Nasi Gajah Kota Depok. Karakteristik yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan alamat responden. Berikut pembahasan karakteristik responden.

#### a. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 1.1

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	21	42%

Perempuan	29	58%
<b>Total</b>	50	100%

Sumber: Data

primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin konsumen terbesar adalah perempuan dengan jumlah 29 konsumen presentase sebesar 58% dan konsumen laki-laki sebanyak 21 orang dengan presentase 42%.

#### b. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 1.2

Karakteristik Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
17-18	7	14%
19-20	15	30%
21-22	18	36%
23-24	7	14%
25-28	3	6%
<b>Total</b>	50	100%

Sumber: Data

primer diolah, 2020

Berdasarkan data yang didapatkan dapat dilihat bahwa konsumen Nasi Gajah sebagian besar berusia 21-22 tahun dengan presentase 36% dan sebanyak 18 orang konsumen. Presentase terbesar kedua sebesar 30% yang merupakan konsumen berusia 19-20 tahun. Jenjang usia selanjutnya memiliki presentase yang sama 14% adalah 17-19 tahun dan 23-24 tahun. Karakteristik dilihat dari segi usia yang memiliki presentase terkecil adalah jenjang usia 25-28% sebanyak 3 orang konsumen.

#### c. Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 1.3

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Mahasiswa/ Mahasiswi	39	78%
Wiraswasta	5	10%

Dan lain-lain	6	12%
<b>Total</b>	50	100%

Sumber: Data

primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil penelitian dengan 50 orang responden, karakteristik pengunjung Nasi Gajah berdasarkan pekerjaan didominasi oleh mahasiswa/mahasiswi dengan jumlah responden 39 orang dengan presentase 78%, pekerjaan lainnya sebesar 12% dan wiraswasta sebesar 10%.

#### d. Alamat

Karakteristik responden berdasarkan alamat dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut ini.

Tabel 1.4

Karakteristik Berdasarkan Alamat

Alamat Responden	Frekuensi	Presentase
Jakarta	6	12%
Depok	23	46%
Bogor	5	10%
Bekasi	7	14%
Dan lain-lain	9	18%
<b>Total</b>	50	100%

Sumber: Data

primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 konsumen terbanyak berasal dari Kota Depok dengan presentase 46% berjumlah 23 orang. Kemudian presentase konsumen terbesar kedua berasal dari kota lainnya sebesar 18%. Pengunjung yang berasal dari Bekasi sebesar 14% sebanyak 7 konsumen, disusul konsumen yang berasal dari Jakarta sebanyak 6 orang konsumen dengan presentase sebesar 12%. Presentase terkecil merupakan konsumen yang berasal dari Bogor yaitu 10% dengan jumlah konsumen sebanyak 5 orang.

## 2. Frekuensi Kunjungan Responden

Frekuensi kunjungan responden dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut ini.

Tabel 1.5

Frekuensi Kunjungan Konsumen

Keterangan Kunjungan	Frekuensi	Presentase
Selalu	1	2%
Sering	6	12%
Kadang-Kadang	43	86%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil penelitian dari 50 orang responden penelitian diperoleh hasil presentase terbesar yaitu 86% dengan jumlah 43 orang yang berarti sebagian besar responden penelitian kadang-kadang mengunjungi Nasi Gajah. Presentase terbesar kedua yaitu sebesar 12% yang berarti 6 dari 50 orang responden penelitian sering mengunjungi Nasi Gajah dan satu orang responden selalu mengunjungi Nasi Gajah.

### 3. Nilai Rata-rata Variabel Penelitian

Penelitian ini mempunyai enam variabel. Variabel ini digunakan sebagai tolak ukur untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Enam variabel tersebut tertuang dalam kuesioner yang disusun oleh peneliti. Nilai rata-rata variabel yang didapatkan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.6 sebagai berikut.

Tabel 1.6  
Nilai Rata-rata Variabel Penelitian

Variabel	Nilai Rata-rata Variabel
Cita Rasa	3,14
Harga	2,52
Pelayanan	3,24
Kebersihan	3,66
Tempat	3,8
Variasi	2,74

Sumber: Data primer diolah, 2020

### 4. Nilai Bobot Variabel Penelitian

Tabel 1.7

Variabel	Responden	Bobot
Cita Rasa	18	0,36
Harga	10	0,2
Pelayanan	9	0,18
Kebersihan	6	0,12
Tempat	5	0,1
Variasi	2	0,04
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>1</b>

Sumber: Data primer diolah, 2020

Nilai bobot setiap variabel didapatkan dari tanggapan konsumen tentang variabel tersebut dan prioritas yang ditentukan konsumen terhadap variabel tersebut. Konsumen menentukan prioritas terhadap setiap variabel atau dapat dikatakan seberapa besar pengaruh variabel terhadap objek penelitian.

### 5. Indeks Sikap Konsumen

Setelah mendapatkan nilai bobot konsumen maka perhitungan indeks sikap konsumen dapat dilakukan. Perhitungan indeks sikap konsumen dapat dilihat pada Tabel 1.8 sebagai berikut.

Tabel 1.8  
Tabel Indeks Sikap Konsumen

Variabel	Nilai Rata-rata Variabel x Bobot
Cita Rasa	1,1304
Harga	0,504
Pelayanan	0,5832
Kebersihan	0,4392
Tempat	0,38
Variasi	0,1096
<b>Total</b>	<b>3,1464</b>

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan, indeks sikap konsumen yang didapatkan Nasi Gajah adalah 3,1464 atau jika dibulatkan menjadi 3,15. Hasil indeks sikap tersebut berarti dari keenam variabel yang dijadikan acuan, Nasi Gajah cukup disukai oleh konsumen.

Hasil penelitian harus terkait dengan tujuan penelitian yang telah dicantumkan sebelumnya. Hasil penelitian juga merupakan jawaban dari

perumusan masalah yang dirumuskan sebelumnya. Pembahasan digunakan untuk menjawab serta membuktikan hipotesis penelitian maupun membahas hasil penelitian (jika penelitian observasi). Pembahasan dapat menjadi peluang dilakukan penelitian selanjutnya dari temuan-temuan yang belum terjawab dalam penelitian ini.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, nasi gajah memiliki karakteristik konsumen berjenis kelamin wanita, berusia antara 21-22 tahun, memiliki pekerjaan sebagai mahasiswi, dan berdomisili di kota Depok.
2. Berdasarkan hasil penelitian, perhitungan indeks sikap konsumen yang didapatkan oleh nasi gajah adalah sebesar 3,15 dimana angka tersebut menunjukkan seberapa besar nasi gajah disukai oleh konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian, nasi gajah cukup disukai konsumen selaras dengan nilai indeks sikap yang diperoleh dari perhitungan mencakup enam variabel yang terdiri dari harga, cita rasa, variasi, kebersihan, pelayanan dan tempat yang memadai sebagai acuan untuk penilaian konsumen.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2017. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, G.2013. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh. Jakarta:Erlangga
- Mahardika, Reza Bangun. Mengenal Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. Yogyakarta: Forbil Institute.
- Marsum. 2005. Restoran dan Segala Permasalahannya Edisi IV. Yogyakarta: Andi.
- Sangadji dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. Perilaku Konsumen Edisi ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks
- Siregar, Sofyan. 2016. Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiarto. 2017. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2014. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Sukardi. 23. Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sunyoto, Danang. 2012. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Buku Seru.
- Sunyoto, Danang. 2016. Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama.

Tika, Pabundu. 2005. *Metodologi Penelitian Geografi*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.

Torsina, M. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

## Lampiran

Tabel 1.1

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	21	42%
Perempuan	29	58%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 1.2  
Karakteristik Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
17-18	7	14%
19-20	15	30%
21-22	18	36%
23-24	7	14%
25-28	3	6%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 1.3  
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Mahasiswa/ Mahasiswi	39	78%
Wiraswasta	5	10%
Dan lain-lain	6	12%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 1.4  
Karakteristik Berdasarkan Alamat

Alamat Responden	Frekuensi	Presentase
Jakarta	6	12%
Depok	23	46%
Bogor	5	10%
Bekasi	7	14%
Dan lain-lain	9	18%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 1.5  
Frekuensi Kunjungan Konsumen

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Kunjungan		

Kunjungan		
Selalu	1	2%
Sering	6	12%
Kadang-Kadang	43	86%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 1.6  
Nilai Rata-rata Variabel Penelitian

Variabel	Nilai Rata-rata Variabel
Cita Rasa	3,14
Harga	2,52
Pelayanan	3,24
Kebersihan	3,66
Tempat	3,8
Variasi	2,74

Tabel 1.7

Variabel	Responden	Bobot
Cita Rasa	18	0,36
Harga	10	0,2
Pelayanan	9	0,18
Kebersihan	6	0,12
Tempat	5	0,1
Variasi	2	0,04
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>1</b>

Tabel 1.8  
Tabel Indeks Sikap Konsumen

Variabel	Nilai Rata-rata Variabel x Bobot
Cita Rasa	1,1304
Harga	0,504
Pelayanan	0,5832
Kebersihan	0,4392
Tempat	0,38
Variasi	0,1096
<b>Total</b>	<b>3,1464</b>