

**PERILAKU MASYARAKAT KOTA DENPASAR DALAM  
MENGKONSUMSI MAKANAN CEPAT SAJI (FAST FOOD)**

**Putu Ari Mulyani<sup>1</sup>, Ni Wayan Ari Sudiartini<sup>2</sup>, Ni Luh Putu Sariani<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
Pendidikan Nasional

<sup>1</sup>Email : arimulyani75@yahoo.com

<sup>2</sup>Email : wayan.ari1987@gmail.com

<sup>3</sup>Email : putusariani@undiknas.ac.id

**ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the factors that influence the behavior of the people of Denpasar in consuming fast food where there is the highest percentage of commodity types of population expenditure, namely in the food and beverage sub-group which has increased from year to year with the most regional classification is urban and experienced a significant increase in 2018 namely 44.12 percent in urban areas and 32.31 percent in rural areas. This shows that people prefer to consume processed foods and beverages rather than make their own home-made foods or consume traditional foods and urban communities tend to spend more on consuming processed foods and beverages. The data used in this study are primary data in this study obtained through the distribution of questionnaires to respondents who have met the established criteria and secondary data in this study were obtained from the Central Statistics Agency.*

*The variables analyzed use path analysis to determine the direct and indirect effects and the Multiple Test to determine the level of significance of the intervening variable as a mediating variable. This research was conducted in Denpasar City with 150 respondents. The results of the analysis show that buying motives have a positive and significant effect on lifestyle, lifestyle has a positive and significant effect on fast food consumption behavior, lifestyle has a positive and significant effect on culture, culture has a positive and significant effect on fast food consumption behavior, Lifestyle is a variable mediation between buying motives for fast food consumption behavior, Culture is a mediating variable between lifestyle for fast food consumption behavior.*

*Based on the analysis that people tend to prefer fast food than traditional food in the cooking process made themselves so consumers need to consider consuming fast food with a companion supplement nutritional value of fiber are better than consuming fast food. The lifestyle of today can not avoid the era such at this time where the development of technology and information is growing rapidly with the flurry that a wide variety of fast food is certainly an option for the consumer. With the knowledge possessed by the people of the city of Denpasar should be more wise in determining the food menu that is consumed for health.*

**Keywords:** *Motive to buy, Lifestyle, Culture and Behavior Of Fast Food Consumption*

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam dan warisan budaya yang melimpah dari berbagai provinsi yang patut untuk dibanggakan. Para pendahulu mewariskan semua kepada masyarakatnya sampai saat ini. Termasuk warisan kuliner Indonesia yang berupa kudapan yang banyak dijumpai sebagai masakan tradisional. Kudapan ini identik dihubungkan dengan acara atau ritual hantaran yang memiliki perlambang seperti syukuran, atau acara adat keagamaan. Perlambang ini dimaksudkan sebagai wujud syukur atas karunia Tuhan Yang Maha Esa atas keberlimpahan dan lambang kesejahteraan rakyat. Bahan dasar dari pembuatan makanan tradisional ini biasanya memakai bahan rempah – rempah yang mudah didapat di sekitar rumah hampir ada di setiap wilayah Indonesia misalnya berbagai jenis ikan, daging, beras ketan, jagung, umbi – umbian, ketela, kelapa dan berbagai sayur mayur.

Saat ini Indonesia memasuki era modernisasi yang penuh dengan tantangan dari dalam dan luar negeri. Semakin maju teknologi maka semakin terlupakan aspek sosial dan budaya bangsa yang telah diwariskan. Dampak tersebut bisa dilihat dari pergeseran tingkat konsumsi makanan tradisional mulai dilupakan keberadaannya. Masyarakat kini lebih tertarik dengan konsumsi makanan modern yang unik dan berbahan dasar impor. Banyak budaya luar yang juga ikut masuk ke dalam negeri yang mengakibatkan banyak masyarakat dan generasi muda yang lebih memilih mengkonsumsi makanan modern dan makanan jadi yang belum tentu sehat. Masyarakat menganggap jika makanan modern dan makanan jadi lebih populer dan tidak ketinggalan jaman. Pedagang makanan tradisional tentu sangat merasakan dampak seiring munculnya sajian makanan modern dan makanan jadi yang lebih inovasi maka masyarakat mulai enggan melirik makanan tradisional khas daerahnya sendiri.

Provinsi Bali tidak hanya dikenal sebagai destinasi wisata alam dan budaya tetapi juga memiliki kekayaan dan keberagaman makanan tradisional yang unik dan menarik, bahkan setiap daerah di Bali memiliki perbedaan ciri khas dan cita rasa tersendiri. Makanan tradisional tersebut tetap eksis bahkan mulai dikembangkan sebagai hidangan di restoran dengan berbagai modifikasi modern. Beberapa makanan khas Bali yaitu seperti: ayam betutu, sate lilit, serobotan, lawar, bubur mengguh, Tum, tipat blayag, nasi sela, sate kakul, nasi jingo, bulung, serapah dan masih banyak jenis makanan dan jajanan tradisional khas Bali lainnya. Makanan tradisional khas Bali kebanyakan berupa makanan yang dihidangkan bersama rempah – rempah atau yang sering disebut base megenep yang jika diartikan berarti disajikan dengan bumbu lengkap dan selain bumbu – bumbunya ciri khas masakan khas Bali yang lain adalah rasanya yang pedas. Walaupun pada dasarnya masakan khas Bali menggunakan bumbu kuning, tetapi tetap saja memberikan rasa yang pedas di lidah. Ada pula beberapa jenis makanan yang tidak hanya dijadikan santapan, namun juga dijadikan sebagai salah satu sarat dalam persembahyangan masyarakat Bali.

Makanan tradisional dibentuk melalui proses perkembangan yaitu penyesuaian antara makanan yang kita konsumsi dengan jenis – jenis bahan yang ada serta bentuk aktivitas yang dijalankan masyarakat setempat. Sastoamidjojo (2013) mengemukakan makanan tradisional merupakan yang di

konsumsi sejak beberapa generasi terdiri dari sajian yang sesuai dengan selera, tidak bertentangan dengan agama, keyakinan masyarakat setempat serta terbuat dari bahan makanan serta bumbu – bumbu khas yang tersedia setempat. Kebiasaan masyarakat di masa lampau salah satunya dengan mengkonsumsi makanan tradisional, pada saat itu kehidupan masih didominasi oleh suasana tradisional sehingga semua aktivitas masih serba santai dan relative nyaman. Keadaan demikian secara berangsur berubah sejalan perubahan kehidupan masyarakat menuju kehidupan yang lebih modern dan berpengaruh terhadap kebiasaan maka konsumen yang memilih menu *fast food* dan makanan yang sering disebut sebagai makanan kekinian.

Makanan cepat saji atau *fast food* juga dikenal masyarakat dengan istilah *junk food* sebagai makanan yang tidak memiliki gizi dan nilai nutrisi bagi tubuh. Mengkonsumsi makanan *junk food* merupakan kegiatan yang sia – sia dan dapat merusak kesehatan. Gangguan kesehatan akibat mengkonsumsi makanan cepat saji seperti obesitas atau kegemukan, diabetes, hipertensi, jantung koroner, stroke, kanker dan lain sebagainya. Makanan ini populer dengan penyajiannya yang cepat, tersedia secara luas, mudah dapat dan memiliki cita rasa yang sangat enak. Saat ini banyak masyarakat di daerah perkotaan mengkonsumsi makanan cepat saji salah satunya disebabkan oleh kesibukan dan aktivitas sosial yang tinggi masyarakat kota sehingga konsumsi makanan serba cepat dan instan adalah alternatif yang baik baginya untuk menghemat waktu.

Besarnya konsumsi untuk makanan jadi ini di duga sebagai imbas dari gaya hidup masyarakat jaman sekarang yang cenderung menyukai sesuatu yang cepat dan praktis. Makanan jadi yang siap disantap pun kini menjadi pilihan karena menghemat waktu dan menawarkan cita rasa yang berbeda dengan makanan tradisional. Tabel 1 berikut ini memperlihatkan proporsi pengeluaran makanan dan minuman jadi.

Tabel 1  
Proporsi Pengeluaran Penduduk Menurut Sub Kelompok  
Makanan dan Klasifikasi Daerah Di Provinsi Bali  
2016 – 2018 (dalam %)

Jenis Komoditi	Tahun 2016		Tahun 2017		Tahun 2018	
	Perkotaan	Perdesaan	Perkotaan	Perdesaan	Perkotaan	Perdesaan
Padi – padian	12,48	19,43	9,68	17,06	10,24	16,99
Umbi – umbian	0,60	0,64	0,65	0,96	0,57	0,76
Ikan/ Udang/ Cumi/Kerang	4,39	5,13	4,63	5,10	4,65	5,35
Daging	6,83	7,07	5,97	5,70	5,56	5,70
Telur dan Susu	6,57	4,74	5,92	4,30	5,81	4,41
Sayur – sayuran	6,88	8,10	8,01	10,66	6,58	8,08
Kacang – kacang	1,91	2,01	1,96	2,60	1,90	2,32
Buah – buahan	6,36	7,09	4,85	4,97	6,22	7,29
Minyak dan Kelapa	1,93	2,72	1,83	2,60	1,74	2,53
Bahan Minuman	2,52	3,12	2,42	3,06	2,20	2,87

Bumbu – bumbu	1,53	1,71	1,44	1,53	1,45	1,66
Konsumsi Lainnya	1,46	1,58	1,48	1,55	1,26	1,23
Makanan dan Minuman						
Jadi	37,51	25,50	42,98	29,72	44,12	32,31
Rokok	9,03	11,16	8,17	10,20	7,71	8,51

Sumber: Badan Pusat Statistik Prov. Bali, 2020

Dari data pada Tabel 1 diatas dapat dilihat pada tahun 2016 hingga tahun 2018 bahwa persentase jenis komoditi pengeluaran penduduk yang paling tinggi yaitu pada sub kelompok makanan dan minuman jadi yang mengalami kenaikan dari tahun ke tahun dengan klasifikasi daerah yang paling banyak adalah perkotaan dan mengalami peningkatan yang signifikan di tahun 2018 yaitu 44,12 persen pada daerah perkotaan dan 32,31 persen pada daerah perdesaan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih memilih mengkonsumsi makanan dan minuman jadi daripada membuat makanan rumahan sendiri atau mengkonsumsi makanan tradisional dan masyarakat perkotaan cenderung lebih banyak mengeluarkan pendapatannya untuk mengkonsumsi makanan dan minuman jadi hal ini dipengaruhi dengan aktivitas masyarakat perkotaan yang sibuk akan berdampak dalam hal pemilihan makanan. Apalagi jika mereka lembur kerja, tidak ada lagi kesempatan untuk mereka memasak makanan karena harus menunggu waktu lama. Untuk itu mereka lebih banyak memilih makanan yang siap saji atau *fast food*. Jenis komoditi kedua yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yaitu padi – padian mengingat bahwa populasi masyarakat Indonesia yang kebutuhan pokoknya mengkonsumsi nasi yang berbahan dasar beras atau padi – padian.

Pola dan gaya hidup masyarakat Indonesia terutama masyarakat perkotaan pada saat ini sedang mengalami perubahan, seperti meningkatnya aktivitas kehidupan sosial, sehingga sering membuat masyarakat kota mengkonsumsi makanan instan. Agar mampu hidup sehat dan lebih produktif masyarakat seharusnya mengkonsumsi makanan dalam jumlah yang cukup dan beragam serta tidak mengkonsumsi makanan yang serba instan (Sayogo, 2006). Gaya hidup mewah masyarakat kota yang serba ada menjadikan masyarakat lebih memilih makanan siap saji yang disediakan di berbagai rumah makan, dan cafe – cafe yang berada di pusat perkotaan. Gaya hidup seperti ini biasanya Nampak pada masyarakat yang bekerja di perusahaan atau perkantoran. Dengan kesibukan tersebut mereka lebih memilih makanan yang siap saji sesuai dengan keinginan dan harga yang terjangkau sesuai kebutuhan.

Sehubungan dengan uraian permasalahan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku masyarakat kota Denpasar dalam mengkonsumsi makanan siap saji atau sering disebut fast food dan faktor – faktor yang mempengaruhi. Secara lebih rinci tujuan penelitian ini antara lain : (i) Mengetahui dan menganalisis pengaruh motif membeli terhadap gaya hidup masyarakat dalam mengkonsumsi makanan cepat saji di Kota Denpasar; (ii) Mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup masyarakat terhadap perilaku masyarakat Kota Denpasar dalam mengkonsumsi makanan cepat saji di Kota Denpasar, (iii)

Mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup masyarakat terhadap kebudayaan dalam mengkonsumsi makanan cepat saji di Kota Denpasar, (iv) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kebudayaan masyarakat terhadap perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi makanan cepat saji Kota Denpasar, (v) Mengetahui dan menganalisis variabel gaya hidup mampu memediasi pengaruh motif membeli terhadap perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi makanan cepat saji Kota Denpasar, (vi) Mengetahui dan menganalisis variabel kebudayaan mampu memediasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi makanan cepat saji.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **Teori Perilaku Konsumen**

Menurut Griffin (2013), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut Kotler dan Keller (2007) 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.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller (2007), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari :

- a) Faktor Kebudayaan  
Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Anak-anak mendapatkan mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarganya serta lembaga-lembaga penting lainnya.
- b) Faktor Sosial  
Kedudukan seseorang di masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang menghasilkan status. Dengan status sosial yang dimiliki seseorang di masyarakat, dapat dipastikan ia akan mempengaruhi pola atau sikap orang lain dalam hal berperilaku terutama dalam perilaku pembelian
- c) Faktor Pribadi.  
Pekerjaan dan lingkungan ekonomi Pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaannya. Seorang pekerja kasar akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja, kotak makanan. Sedangkan seorang presiden perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, bepergian dengan pesawat terbang. Gaya hidup Gaya hidup seseorang adalah kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat (opini) yang bersangkutan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di satu pihak dan kepribadian di pihak lain.
- d) Faktor Psikologis

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Dapat dikatakan bahwa motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Persepsi Seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya dipengaruhi rangsangan fisik, tetapi juga dipengaruhi rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

### **Definisi Makanan Cepat Saji (Fast Food)**

Makanan Cepat Saji secara umumnya disukai remaja, maupun orang dewasa karena rasanya sesuai dengan selera dan harganya terjangkau. Dalam arti luas, sebenarnya makanan cepat saji mencakup juga segala jenis makanan yang dapat disajikan secara cepat termasuk makanan yang dijual di restoran Padang. Pangan di restoran makanan cepat saji tersusun dari berbagai jenis bahan yang sebenarnya sudah sangat kita kenal. Sumber karbohidrat utamanya adalah nasi, kentang, dan terigu. Sementara itu, sumber protein didominasi oleh daging (ayam dan sapi), ikan, telur, dan susu (Khomsan, 2006).

Saat ini, pola makan masyarakat kita, terutama yang tinggal di kota-kota besar telah mengalami pergeseran. Mereka cenderung tidak mau mengkonsumsi makanan tradisional seperti gado-gado yang kaya serat dan gizi serta rendah kalorinya (Syamhudi, 2011).

Makanan cepat saji memenuhi persyaratan bagi kehidupan modern karena cara penyajiannya yang cepat sehingga orang-orang sibuk bisa memesan makanan cepat saji dan memakannya sambil berdiri atau berjalan. Mereka juga bisa menikmati makanan cepat saji di taman-taman di tengah kota sambil beristirahat siang. Zaman modern membawa perubahan besar dalam kehidupan keluarga sebab istri-istri yang dahulu menjadi ibu rumah tangga beralih fungsi menjadi wanita bekerja. Mereka tidak sempat lagi menyiapkan makanan untuk seluruh anggota keluarga dan akhirnya menjadikan fast food sebagai salah satu pilihan menu makanan (Khomsan, 2006).

### **3. METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian ini di Kota Denpasar, karena Kota Denpasar merupakan pusat kota dengan jumlah penduduk yang padat dan memiliki berbagai aktivitas kesibukan serta merupakan pusat perekonomian. Selain itu gaya hidup dan selera masyarakat perkotaan jauh lebih modern dibandingkan dengan masyarakat di pedesaan dimana masyarakat perkotaan dengan berbagai kesibukan dan waktu yang terbatas untuk memasak dan menyajikan makanan sendiri di rumah sehingga mengkonsumsi makanan cepat saji menjadi pilihan untuk dikonsumsi.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Non-Probability Sampling, yaitu dengan metode Accidental Sampling, yaitu siapa saja yang

secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti. Sugiyono (2002) mengatakan ukuran sampel yang baik adalah 100 – 200. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui maka berdasarkan pedoman diatas, sampel ditentukan sebanyak 150.

**Jenis dan Sumber Data**

Jenis data pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif yaitu data yang dapat diukur dan berupa angka – angka. Data kuantitatif dalam penelitian ini meliputi jumlah proporsi Pengeluaran Penduduk Menurut Sub Kelompok Makanan dan Klasifikasi Daerah Di Provinsi Bali, jumlah data hasil penilaian responden terhadap variable penelitian, dan karakteristik responden (usia dan pengeluaran konsumsi rumah tangga per bulan). Sedangkan data kualitatif yaitu bukan berupa angka – angka atau data yang tidak dapat dihitung. Data kualitatif dalam penelitian ini antara lain karakteristik responden ( nama, jenis kelamin, dan pendidikan), tabel – tabel, diagram analisis jalur, skema rancangan penelitian, hasil penelitian sebelumnya maupun laporan serta publikasi.

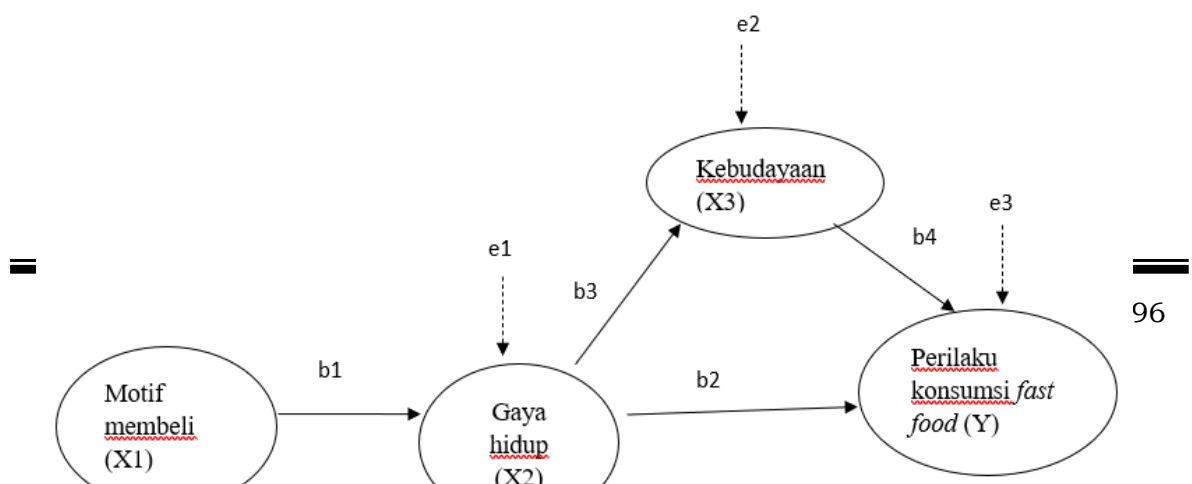
Sumber data pada penelitian ini meliputi data primer yaitu data yang di peroleh secara langsung dari sumbernya dan perlu diolah lebih lanjut. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dan dihimpun oleh pihak lain dan perlu diolah Kembali. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik.

**Pengujian Instrumen**

Uji instrument dalam penelitian ini terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2013:172). Suatu variable dikatakan valid apabila  $r_{alpha} > r_{table}$  atau instrument dikatakan valid jika koefisien korelasinya  $( r ) > 0,3$ . Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur derajat ketepatan, ketelitian suatu instrument. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (path analysis) dengan menguji pengaruh langsung dan tidak langsung masing – masing variable terhadap variable terikat disertai uji sobel. Analisis jalur digunakan karena penelitian ini dirancang untuk manaksir hubungan kausalitas pada variable yang berjenjang terhadap teori. Adapun jalur penelitian dapat ditunjukkan pada Gambar 1 .



**Gambar 1 Analisis jalur penelitian Perilaku Masyarakat Kota Denpasar Dalam Mengonsumsi Makanan Cepat Saji (*Fast Food*)**

Keterangan :  $\longrightarrow$  hubungan satu arah

Pengujian intervening sebagai variabel mediasi tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan uji Sobel (*Sobel Test*). *Standard error* pada uji sobel untuk pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dihitung dengan rumus berikut :

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Dan untuk menghitung signifikansi pengaruh tidak langsung dengan uji z sebagai berikut :

$$Z = \frac{ab}{sab}$$

Selanjutnya nilai z hitung dibandingkan dengan z tabel, jika z hitung lebih besar dari z tabel maka terdapat pengaruh mediasi.

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN****Hasil Pengujian Instrumen Penelitian**

Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid apabila *Pearson Correlation* terhadap skor total  $\geq 0,30$ . Hasil uji validitas instrumen penelitian disajikan pada Tabel 2 yang menunjukkan bahwa seluruh indikator pernyataan dalam semua variabel memiliki nilai *Pearson Correlation* yang lebih besar dari angka 0,30 sehingga seluruh indikator tersebut telah memenuhi syarat validitas data.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Keterangan
Motif Membeli (X1)	X1.1	0,877	Valid
	X1.2	0,833	Valid
	X1.3	0,824	Valid
	X2.1	0,986	Valid



Gaya Hidup (X2)	X2.2	0,896	Valid
	X2.3	0,897	Valid
	X3.1	0,815	Valid
Kebudayaan (X3)	X3.2	0,899	Valid
	X3.3	0,891	Valid
	Y.1	0,958	Valid
Perilaku Konsumsi (Y)	Y.2	0,935	Valid
	Y.3	0,965	Valid

Sumber: Data diolah, 2020

#### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap instrumen dengan koefisien *cronbach's alpha*. Apabila nilai *cronbach's alpha*  $\geq 0,60$  maka instrumen yang digunakan reliabel. Hasil uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini disajikan pada Tabel 3 yang menunjukkan bahwa keempat variabel penelitian memiliki koefisien *cronbach's alpha* yang lebih besar dari angka 0,60 sehingga pernyataan pada kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Customer Brand Engagement (X1)	0,806	Reliabel
Partisipasi Konsumen (X2)	0,878	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,835	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0,949	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2020

#### Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan pengembangan dari analisis korelasi yang dibangun dari diagram jalur yang dihipotesiskan dalam menjelaskan mekanisme hubungan kausal antar variabel dengan menguraikan koefisien korelasi menjadi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung

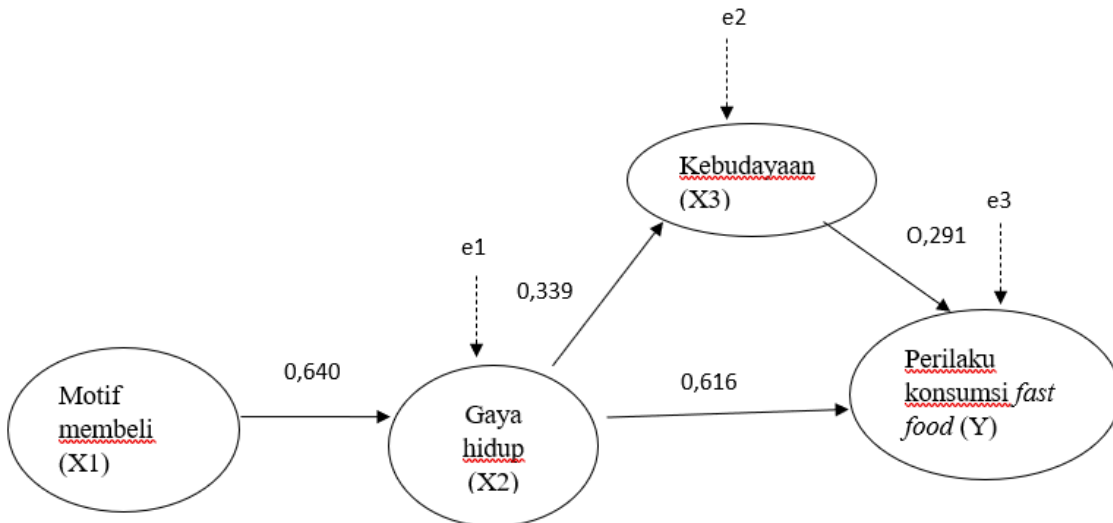
**Tabel 4**  
**Ringkasan Koefisien Jalur dan Signifikansi Hubungan Antar Variabel Perilaku Masyarakat Kota Denpasar Dalam Mengonsumsi Makanan Cepat Saji (*Fast Food*)**

Regresi	Koef. Reg. Standar	Standard Error	t hitung	P.Value	Keterangan
X1 $\rightarrow$ X2	0,640	0,768	6,153	0,000	Signifikan
X2 $\rightarrow$ X3	0,339	0,941	1,488	0,000	Signifikan
X2 $\rightarrow$ Y	0,616	0,105	2,295	0,031	Signifikan
X3 $\rightarrow$ Y	0,291	0,011	2,442	0,005	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2020

Dari Tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian secara parsial melalui uji t (*p-value*) dengan melihat nilai pada kolom signifikansi (sig) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 merupakan variabel yang berpengaruh secara signifikan.

Adapun nilai pada masing – masing jalur variabel penelitian ditunjukkan pada Gambar 2 berikut ini :



**Gambar 2 Model Diagram Jalur Akhir**

**Pengaruh Tidak Langsung Masing – Masing Variabel Intervening Melalui Uji Sobel**

Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel *intervening* (M). Hasil pengujian sobel dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5**  
**Ringkasan Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung**

Hubungan	Melalui	Koef. Regresi	SE	z Hitung	z Tabel	P Value
X1 → Y	X2	0,7342	0,6667	4,6317	1,96	0,032
X2 → Y	X3	0,6536	0,6517	5,2685	1,96	0,035

Sumber: Data diolah, 2020

Dari Tabel 5 dapat dilihat pengujian analisis Sobel menunjukkan bahwa besarnya z – hitung lebih besar dari z – tabel yang besarnya 1,96 dengan tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi antara masing – masing variabel *intervening*.

**Koefisien Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Antar Variabel.**

Berdasarkan Gambar 2 tentang diagram jalur variabel hasil penelitian Perilaku Masyarakat Kota Denpasar Dalam Mengonsumsi Makanan Cepat Saji (*Fast Food*), maka terdapat pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total dari masing – masing variabel disajikan dalam Tabel 6.

**Tabel 6 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung serta Pengaruh Total**

<b>Pengaruh Variabel</b>	<b>Pengaruh Langsung</b>	<b>Pengaruh Tidak Langsung Melalui X2 dan X3 (b1 x b2) dan (b3 x b4)</b>	<b>Pengaruh Total</b>
X1 □ X2	0,640	-	0,640
X1 □ Y	-	0,394	0,394
X2 □ X3	0,339	-	0,339
X2 □ Y	0,616	0,098	0,714
X3 □ Y	0,291	-	0,291

Sumber: Data diolah, 2020

Dari hasil ringkasan pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa pengaruh tidak langsung motif membeli (X1) terhadap variabel perilaku konsumsi *fast food* (Y) melalui gaya hidup (X2) diperoleh dari  $b_1 \times b_2$  yaitu  $0,640 \times 0,616 = 0,394$  dan pengaruh tidak langsung gaya hidup (X2) terhadap variabel perilaku konsumsi *fast food* (Y) melalui budaya (X3) diperoleh dari  $b_3 \times b_4$  yaitu  $0,339 \times 0,291 = 0,098$

**Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4 menjelaskan bahwa motif membeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup masyarakat Kota Denpasar dengan koefisien sebesar 0,640 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel motif membeli memiliki arah yang positif terhadap gaya hidup masyarakat. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motif membeli, maka semakin tinggi juga gaya hidup masyarakat kota Denpasar. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Baharil Iilmi (2018) yang memperoleh hasil motif belanja hedonik berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup berbelanja di Gerai pull & bear ambarrukmo plaza Yogyakarta. Variabel motif membeli juga dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengonsumsi makanan cepat saji atau *fast food* secara tidak langsung melalui variabel mediasi gaya hidup. Hal ini serupa dengan penelitian dari Sadu Abudanti (2017) yang meneliti tentang pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FKIP UNS yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FKIP UNS.

Banyak faktor yang dapat memengaruhi konsumen ketika akan memutuskan untuk membeli produk. Baik berasal dari faktor internal yaitu dalam diri sendiri maupun faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan.

Dilihat dari faktor internal, faktor gaya hidup merupakan salah satu faktor yang cukup berpengaruh terhadap proses pembelian suatu produk dan merek dapat menjadi salah satu pemicu seseorang untuk memutuskan melakukan pembelian. Gaya hidup sendiri merupakan suatu cara yang dapat menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya (Sumarwan, 2002:56).

Berdasarkan hasil analisis jalur variabel kebudayaan merupakan variabel mediasi dan mampu memediasi antara variabel gaya hidup dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi makanan *fast food* dengan pengaruh tidak langsung sebesar 0,098. Dimana Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada perilaku konsumen dalam mengkonsumsi makanan cepat saji. Dengan adanya kebudayaan, perilaku konsumen mengalami perubahan. Beberapa bentuk budaya dari masyarakat, dapat membantu pemasar dalam memprediksi penerimaan konsumen terhadap suatu produk makanan cepat saji. Pengaruh budaya dapat mempengaruhi masyarakat secara tidak sadar. Pengaruh budaya sangat alami dan otomatis sehingga pengaruhnya terhadap perilaku sering diterima begitu saja tanpa memikirkan dampak yang di timbulkan dari mengkonsumsi makanan cepat saji tersebut.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian Munandar (2017) yang meneliti tentang Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli kopi espresso. Penelitiannya mengungkapkan bahwa kebutuhan akan kopi mengarah pada perilaku konsumen yang selanjutnya akan menentukan pilihan pilihan konsumsinya pada berbagai macam varian kopi. Pada dasarnya konsumen memilih varian kopi mempunyai alasan tersendiri dan setiap konsumen dalam membeli suatu produk seperti kopi espresso tentu ada faktor yang mempengaruhinya yaitu budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara faktor budaya, social, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap perilaku membeli kopi espresso di Kecamatan Dewantara, Kabupaten Aceh Utara.

## **5. SIMPULAN dan SARAN**

### **Kesimpulan**

Simpulan yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Motif membeli berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup masyarakat dalam mengkonsumsi makanan cepat saji di Kota Denpasar
2. Gaya hidup masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku masyarakat Kota Denpasar dalam mengkonsumsi makanan cepat saji di Kota Denpasar
3. Gaya hidup masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebudayaan dalam mengkonsumsi makanan cepat saji di Kota Denpasar
4. Kebudayaan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi makanan cepat saji di Kota Denpasar
5. Gaya hidup masyarakat merupakan variabel mediasi antara motif membeli terhadap perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi makanan cepat saji di Kota Denpasar
6. Kebudayaan masyarakat merupakan variabel mediasi antara gaya hidup masyarakat terhadap perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi makanan cepat saji di Kota Denpasar.

**Saran**

Berdasarkan simpulan di atas maka ada beberapa saran yang dapat penulis ajukan, diantaranya adalah:

1. Budaya pola konsumsi makanan cepat saji juga mengakibatkan perilaku konsumsi akan makanan tersebut terutama pada masyarakat perkotaan. Walaupun makanan cepat saji diolah secara versi makanan lokal budaya setempat tetapi tetap saja faktor utama kesehatan jika makanan tersebut tidak diolah dengan cara yang baik dan higienis yang nantinya akan mempengaruhi kesehatan masyarakat itu sendiri.
2. Gaya hidup masa kini memang tidak bisa di hindarkan pada era seperti saat ini dimana perkembangan teknologi dan informasi sangat berkembang pesat dengan kesibukan yang berbagai macam tentunya makanan cepat saji merupakan pilihan untuk di konsumsi. Dengan pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat kota Denpasar seharusnya dapat lebih bijak dalam menentukan menu makanan yang di konsumsi demi kesehatan.
3. Berdasarkan analisis bahwa masyarakat cenderung memilih makanan cepat saji daripada makanan tradisional yang proses memasaknya di buat sendiri maka konsumen perlu mempertimbangkan mengkonsumsi makanan cepat saji dengan pendamping makanan tambahan yang memiliki nilai gizi serat yang lebih baik dari mengkonsumsi makanan cepat saji.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Baharil Ilmi, Argatsalist Haidar. 2018. Pengaruh Motif Belanja Hedonik Terhadap Gaya Hidup Berbelanja Dan Pembelian Impulsif. *Thesis*. Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Munandar. 2017. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Dalam Membeli Kopi Espresso. *Jurnal Visioner & Strategis Volume 6, Nomor 1 Maret 2017*. ISSN: 2338 – 2864 P.1-9
- Oktaviani, WD. 2012. Hubungan Kebiasaan Konsumsi Fast Food, Aktifitas Fisik, Pola Konsumsi, Karakteristik Remaja dan Orang Tua Dengan Indeks Massa Tubuh (IMT). *Jurnal Kesehatan Masyarakat. Volume 1 Nomor 2. Tahun 2012. Halaman 542 – 553*.
- Karnaeni, H. 2005. Hubungan Antara Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji Modern (Fast Food), Pola Aktivitas Fisik, dan Faktor Lainnya dengan Status Gizi Pada Remaja SMA Cakra Buana Depok. *Thesis*. Depok : Universitas Indonesia.
- Sadu Abudati, Mintasih Indraayu, Muhammad sabandi. 2017. Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi, Vol 3, No 2 (2017)*.
- Sundari A. 2003. Studi tentang Gaya Hidup, Pola Konsumsi Pangan, dan Status Gizi Siswa SMU Negeri 3 Bogor. *Thesis*. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Malang: Graha Ilmu
- Adlin, A. 2006. *Resistensi Gaya Hidup*. Jakarta : Jalasutra
- Ali Khomsan. 2006. Sehat dengan Makanan Berkhasiat. Editor: Irwan Suhandha. Jakarta: Penerbit Buku Kompas. p. 10.

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. *Proporsi Pengeluaran Penduduk Menurut Sub Kelompok Makanan dan Klasifikasi Daerah di Provinsi Bali*. 2020.
- Basu Swastha, Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta (ID) : Liberty Offset.
- Engel, J. Blackweel and R Miniard W P. 1992. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang
- Multifah, Titik. 2002. *Perilaku Konsumen Sebuah Pengantar*. Malang (ID): Erlangga.
- Moorhead, Gregory dan Risky W Griffin. 2013. *Perilaku Organisasi (MSDM dan Organisasi)*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler P, Amstrong G. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Ed K-8. Jakarta (ID) : Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin, Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran edisi kedua belas jilid 1*. Indeks. Jakarta
- Sari, R. W. 2008. *Dangerous Junk Food : Bahaya Makanan Cepat Saji dan Gaya Hidup Sehat*. Yogyakarta : Penerbit 02.
- Sastrohamidjojo. Hardjono. 2013. *Kimia Organik Dasar*. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada Press.
- Sayogo, S. 2006. *Gizi dan Pertumbuhan Remaja*. Fakultas Kedokteran. Universitas Indonesia Jakarta.
- Swasta, dan Handoko, T Hani. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi kedua Liberty. Yogyakarta. 2000.
- Sumarwan U. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia dengan MMA IPB
- Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta : Bandung.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suparmoko, M. 1999. *Metode Penelitian Praktis*. Penerbit BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Syamhudi. 2011. *Perubahan Pola Makan Terhadap Remaja*. Dikutip dari <http://mediaprofesi.com>
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta