

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Pengertian Kuliner

Dari berbagai buku termasuk buku Larousse Gastronomique The World's Greatest Cookery Encyclopedia, tidak ditemukan arti Culinaire atau Culinary secara tepat. Kuliner disebut juga sebagai the art of cuisine. Buku-buku textbook mengenai kuliner dimanfaatkan oleh para professional supaya bias mengendalikan dapur restoran dalam hal teknik memasak. Teori dasar terampilan memasak mencakup manajemennya, pemilihan bahan, persiapan bahan sebelum diolah, penyimpanan bahan, pengaturan menu, pengolahan makanan, pemanfaatan sisa makanan, pemanfaatan alat masak, tata penampilan makanan, dan pengaturan tenaga kerja (Soenardi, 2013)

B. Kuliner di Indonesia

Seperti juga Negara-negara lain yang mempunyai sejarah dan tradisi budaya kuliner yang tetap dipertahankan dan dikembangkan sebagai kebanggaan Indonesia pun demikian yaitu ingin mempertahankan warisan dan budaya makanan serta mengangkat makanan dari berbagai daerah yang ada di Indonesia. Mengingat makanan tradisional dari berbagai daerah di Indonesia sangat banyak jenis dan ragamnya sesuai dengan kondisi dan hasil pangan daerahnya, maka yang perlu ditangani adalah memperkenalkan makanan dari

berbagai daerah ke daerah lain. Dalam kurun waktu beberapa tahun dan upaya memperkenalkan makanan tradisional maka sekarang di berbagai daerah sudah banyak yang membuka usaha makanan dari berbagai daerah lain. Sebelumnya setiap daerah hanya menampilkan makanan daerahnya saja seperti Padang. Contohnya sebelum makanan daerah membaaur ke berbagai daerah, di Padang tidak ada yang namanya restoran Padang karena semua restoran hanya menjual makanan padang. Sekarang sudah berubah sehingga para wisatawan yang tinggal lama di satu daerah seperti di Padang kalau bosan dengan makanan padang, ada juga makanan daerah lain (Soenardi, 2013)

Demikian pula di Bali, sekarang sudah menjamur makanan dari berbagai daerah meskipun dominannya adalah makanan Bali. Sebetulnya makanan tradisional Indonesia ini perlu digali dari sisi kuliner seperti apa budaya makanan di daerah itu, bagaimana memadu bumbu, sehingga terjadi satu resep dengan nama masakan yang diunggulkan, contohnya nama masakan untuk pepes semua daerah mempunyai Resep pepes meskipun dari bahan dan bumbu yang berbeda, bagaimana sejarah dari pepes dibawa dari asal daerah mana meskipun kadang-kadang bumbu mirip atau berbeda dan memberi rasa yang berbeda. Ini yang memberi unik makanan tradisional Indonesia (Soenardi, 2013)

Demikian juga nama hidangan yang sama dari berbagai daerah, tetapi resepnya disesuaikan dengan selera berbagai daerah, seperti gulai dari

Sumatera bagian utara sangat kental rasa santan dan bumbunya, namun makin keselatan makin lebih encer dan ringan sampai ke Pulau Jawa, mirip tapi rasanya lebih ringan. Hal-hal ini sangat unik kalau bisa diteliti, demikian juga contoh lain, misalnya kue di Jawa ada yang bernama Iwel-iwel dibuat dari bahan tepung ketan dan kelapa parut, diisi gula merah, dibungkus daun pisang, kue yang sama bahannya dimanado disebut Koyabu, hanya bungkusannya daun pandan. Juga di Banjarmasin, Kalimantan, kue yang sama bentuk dan membungkusnya berbeda dari bungkus daun pisang disebut Gagauk. Hal ini pasti ada riwayatnya, kue-kue tradisional hampir mirip di berbagai daerah namun ada beberapa kue yang khas daerah tersebut. Bila dikumpulkan banyak sekali jenisnya bahkan ada beberapa jenis mirip kue yang ada di Thailand (Soenardi, 2013)

Sumber karbohidrat arang selain beras seperti singkong, ubi, ganyong, sukun, tales, dan jagung dengan perkembangan teknologi telah dibuat sebagai tepung dengan proses teknologi moderen oleh para ahli. Hal ini membuat bertambahnya jenis pangan baru yang bisa diandalkan sebagai tambahan pangan dalam rangka meningkatkan ketahanan pangan masyarakat kita. Bersama dengan peningkatan jenis pangan lokal perlu dilakukan sosialisasi resep melalui gizi dan kuliner untuk bisa memasyarakatkan produk industri pangan lokal ini. Telah diupayakan membuat buku panduan resep-resep untuk masyarakat melalui gizi kuliner yang diharapkan melalui PKK bisa disosialisasikan agar bisa dimanfaatkan dan dikenal masyarakat.(Susanto, 2006)

Kuliner Indonesia sudah mulai disosialisasikan ke manca Negara. Semoga terus berkembang seperti kuliner Thailand yang sudah mendapat tempat di manca Negara untuk bisa diminati oleh segala bangsa. Perkembangan kuliner Indonesia terus diupayakan agar bisa menjadi tuan rumah di Negara sendiri dan bisa melangkah maju ke ajang kuliner internasional dengan meningkatkan profesionalisme di bidang kulinernya (Soenardi, 2013)

C. Teori Konsumsi

Dalam ekonomi mikro manfaat (*utility*) yang diterima konsumen dari mengkonsumsi barang dan jasa disepakati akan memberikan kepuasan kepada konsumen tersebut. Oleh sebab itu kepuasan konsumen dapat dikatakan merupakan fungsi dari barang dan jasa yang dikonsumsi. Pola perubahan jumlah suatu jenis barang dan jasa yang dikonsumsi dengan perubahan kepuasan konsumen mengikuti hukum pertambahan manfaat yang semakin berkurang (*the law of diminishing of marginal utility*). Hukum ini menyatakan bahwa jika sesuatu barang dan jasa dikonsumsi secara berlebihan, maka tambahan manfaat yang diperoleh dari barang dan jasa tersebut akan semakin berkurang bisa mencapai nol bahkan negative. Secara grafik hukum pertambahan manfaat yang semakin berkurang (Soekirno, 2005)

1. Faktor - Faktor Penentu Tingkat Konsumsi

- a. Pendapatan rumah tangga (*Household income*), semakin besar pendapatan, semakin besar pula pengeluaran untuk konsumsi.

- b. Kekayaan rumah tangga (*Household wealth*), semakin besar kekayaan, tingkat konsumsi juga akan menjadi semakin tinggi. Kekayaan misalnya berupa saham, deposito berjangka, dan kendaraan bermotor.
- c. Prakirana masa depan (*Household expectations*), bila masyarakat memperkirakan harga barang-barang akan mengalami kenaikan, maka mereka akan lebih banyak membeli atau belanja barang-barang.
- d. Tingkat bunga (*Interest rate*), bila tingkat bunga tabungan tinggi atau naik, maka masyarakat merasa lebih untung jika uangnya ditabung daripada dibelanjakan. berarti antara tingkat bunga dengan tingkat konsumsi mempunyai korelasi negatif.
- e. Pajak (*Taxation*), pengenaan pajak akan menurunkan pendapatan disposable yang diterima masyarakat, akibatnya akan menurunkan konsumsinya.
- f. Jumlah dan Konsunsi penduduk, jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi. Sedangkan komposisi penduduk yang didominasi penduduk usia produktif atau usia kerja (15-64 tahun) akan memperbesar tingkat konsumsi.
- g. Faktor sosial budaya, misalnya, berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih moderen. Contohnya adalah berubahnya kebiasaan orang Indonesia berbelanja dari pasar tradisional ke pasar swalayan (*super market*).

2. Kurva Indifferent

- a. Sejarah Kurva Indifferent

Teori kurva indeferensi dikembangkan oleh Francis Ysidro Edgeworth, Vilfredo Pareto, dan kawan-kawan di awal abad ke-20. Teori ini diturunkan dari teori utilitas ordinal, yang mengasumsikan bahwa setiap orang selalu dapat mengurutkan preferensinya dengan kata lain, seseorang selalu dapat menentukan bahwa ia lebih menyukai barang A dibanding barang B, dan lebih suka barang B dibanding barang C, lebih suka barang C daripada barang D dan seterusnya (Gorman, 2009)

b. Asumsi

1. a, b dan c menjadi kumpulan dari barang, seperti kombinasi (x, y) di atas, di mana kemungkinan adanya perbedaan jumlah dari tiap barang dalam kumpulan yang berbeda. Asumsi pertama adalah kebutuhan untuk sebuah presentasi yang dibuat dengan baik dari selera stabil untuk para konsumen sebagai agen ekonomi, asumsi kedua disesuaikan.
2. Rasionalitas (dalam hubungannya dalam konteks matematik yang umum): Keterselesaian + transtifitas. Untuk ranking pemberian prefrensi, konsumen bisa memilih kumpulan yang terbaik antara a, b dan c dari terbawah ke tertinggi.
3. Kontinuitas: Ini berarti bisa memilih untuk mengonsumsi berapapun jumlah barang. Contohnya, saya bisa minum 11 mL soda, atau 12mL, atau 132 mL. Saya tidak dipaksa untuk

meminum dua liter atau tidak sama sekali, lihat juga fungsi kontinuitas dalam matematik.

c. Peta dan ciri dari kurva indiferensi

Sebuah grafik dari kurva indiferensi untuk seorang konsumen dihubungkan dengan tingkat utilitas atau kepuasan berbeda disebut dengan peta indiferensi. Titik kembalinya tingkat kepuasan yang berbeda setiap unitnya dihubungkan dengan kurva indiferensi yang berbeda satu sama lain. Sebuah kurva indiferensi menjabarkan sebuah himpunan preferensi pribadi dan bisa berbeda pada orang satu dan lainnya.

Kurva indiferensi biasanya dijelaskan menjadi (Gorman, 2009)

1. Dijabarkan hanya pada kuadran positif (+, +) dari komoditas berdasarkan kuantitas.
2. Melengkung secara negatif. Sebagai Kuantitas yang dikonsumsi dari satu barang (x) meningkat, kepuasan total akan naik jika tidak dikompensasikan oleh sebuah penurunan dalam kuantitas yang dikonsumsi pada barang lain (y). Sama dengan kekenyangan, dimana lebih dari barang (atau keduanya) sama derajatnya di preferensikan untuk tidak ditingkatkan, tidak diikuti sertakan. (jika utilitas $U=f(x, y)$, U, dalam dimensi ke tiga, tidak memiliki sebuah maksimum lokal untuk semua x dan y.)
3. Lengkap, seperti semua titik dalam kurva indiferen dirangking sama besar dalam hal selera dan dirangking baik lebih atau kurang di sukai dibandingkan titik lainnya yang tidak ada dalam kurva.

Jadi, dengan (2), tidak ada dua kurva yang akan bersilangan (selain non-satiasi akan dilanggar).

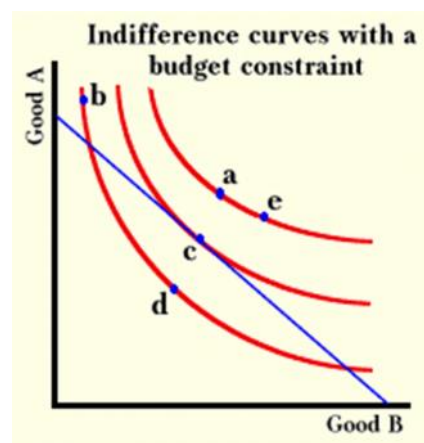
4. Transitif dengan hubungan ke titik dalam kurva indifere yang berbeda. Itu terjadi, jika tiap titik dalam I2 adalah selera (yang terbatas) pada tiap titik dalam I1, dan tiap titik dalam I3 dihubungkan ke tiap titik dalam I2, tiap titik dalam I3 dihubungkan ke tiap titik dalam I1. Sebuah lengkungan negatif dan transitifitas tidak dimasukan persilangan kurva indifere, karena garis lurus dari kedua sisi tersebut bersilangan akan memberi rangking yang tidak satu sisi dan intransitive
5. (secara terbatas) convex (dijatuhkan dari bawah). Dengan (2), preferensi convex menyebabkan sebuah pemunculan dari asal kurva indifere. Sebagai konsumen menurunkan konsumsi dari satu barang dalam unit suksesif, jumlah besar dari barang lainnya akan dibutuhkan untuk mempertahankan kepuasan tidak berubah, efek substitusi.

d. Sifat-sifat Kurva Indifere

1. Semakin jauh kurva indifere dan titik origin, semakin tinggi tingkat kepuasannya. Kumpulan kurva indifere hanya mengatakan makin kekanan atas tingkat kepuasannya makin tinggi tapi tidak dapat menyatakan berapa kali lipat.
2. Kurva indifere menurun dari kiri atas kekanan bawah. Berarti mempunyai lereng yang negatif, mempunyai makna supaya konsumen memperoleh kepuasan yang sama seperti semula. Maka

berkurangnya jumlah konsumsi suatu barang harus diimbangi dengan bertambahnya konsumsi barang lain.

3. Kurva indiferensi cembung terhadap titik origin. Bahwa sebagai akibat tingkat substitusi marjinal dan barang X2 Untuk barang X1 terus menurun dengan meningkatnya konsumsi barang X1
4. Kurva indiferensi tidak saling berpotongan dan merupakan fungsi kontinu. Meskipun kurva indiferensi tidak perlu sejajar satu dengan yang lainnya, akan tetapi kurva indiferensi tidak
5. Kegunaan Kurva indiferens dapat digunakan setiap saat jika Anda mencoba untuk menganalisis pilihan antara dua barang. Dengan memberi batasan bahwa suatu barang adalah “segala sesuatu”, maka cara ini dapat diterapkan di dalam permasalahan pilihan konsumen yang sangat luas. Misalnya jika Anda menghadapi suatu permasalahan: “Analisis Pengaruh Program XXX Terhadap Konsumsi Barang Y,” Anda seyogyanya memperhatikan penerapan kurva indiferens ini

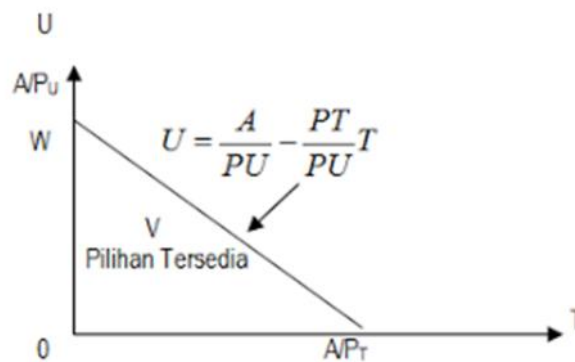


Gambar 1. Kurva indifference (Aris, 1987)

3. Garis Anggaran (*Budget Line*)

Garis anggaran (*budget line*) adalah garis yang menunjukkan jumlah barang yang dapat dibeli dengan sejumlah pendapatan atau anggaran tertentu, pada tingkat harga tertentu. Konsumen hanya mampu membeli sejumlah barang yang terletak pada atau sebelah kiri garis anggaran. Titik-titik pada sebelah kiri garis anggaran tersebut menunjukkan tingkat pengeluaran yang lebih rendah.

Garis anggaran ini ditunjukkan pada gambar berikut.

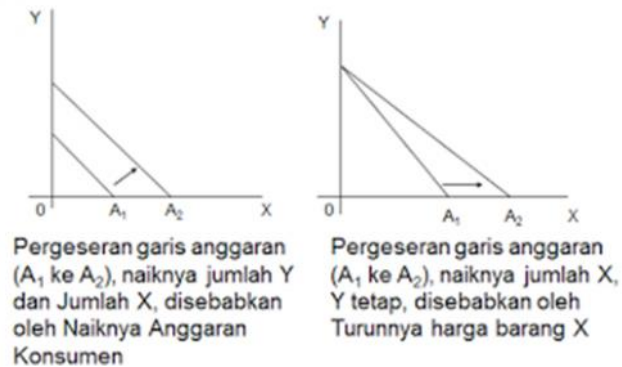


Gambar 2. Kurva Garis anggaran (Aris, 1987)

Dengan U sebagai fungsi linier terhadap T, *intercept* sebesar A/P_u dan kemiringannya adalah $-P_T/P_u$. Daerah di bawah garis anggaran, menunjukkan kombinasi produk T dan U yang dapat diraih oleh seorang konsumen; seperti titik V. Berbagai kombinasi T dan U di atas garis anggaran menunjukkan kombinasi yang tidak bisa diraih oleh konsumen dengan anggaran yang tersedia, misalnya titik W. Garis anggaran dan pilihan tersedia A/P_u dan ini menjadi titik potong garis anggaran dengan sumbu horisontal. Jika konsumen ini menghabiskan seluruh, anggarannya untuk produk U, maka jumlah maksimum U

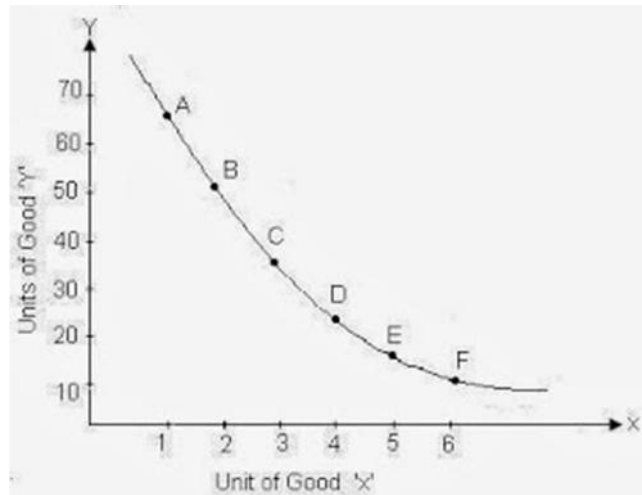
yang dapat dibeli adalah $U=A/P$, dan ini menjadi titik potong garis anggaran dengan sumbu vertikal. Kemiringan garis anggaran $- P_T / P_U$ menunjukkan tingkat institusi pasar (TSP) antara produk T dengan produk U.

Kurva Anggaran dan Perubahan Anggaran



Gambar 3. kurva anggaran dan perubahan anggaran (Aris, 1987)

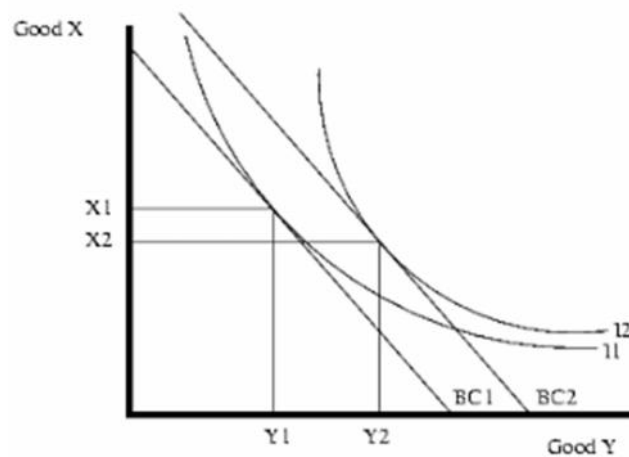
Pilihan konsumen diantara sejumlah konsumsi akan dijelaskan melalui kurva indiferen. Kurva indiferen memperlihatkan berbagai kemungkinan kombinasi yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. Konsumen akan memperoleh kepuasan yang sama kalau ia menikmati beberapa kombinasi konsumsi yang misalkan dilambangkan oleh beberapa titik, karena semua titik tersebut berada pada kurva indiferen yang sama.



Kurva 4 Kurva Indiferen tingkat kepuasan yang sama (Aris, 1987)

4. Barang Normal

Dalam ilmu ekonomi, **barang normal** adalah semua barang yang permintaannya akan bertambah ketika pendapatan masyarakat bertambah yang juga berarti bahwa barang tersebut memiliki elastisitas permintaan positif. Istilah *normal* tidak merujuk pada kualitas barang tersebut.

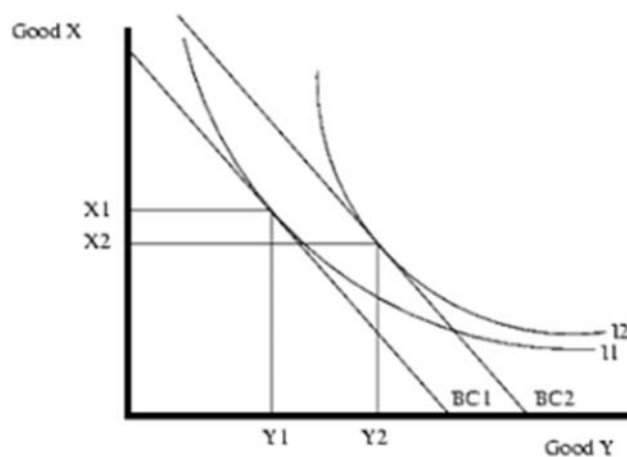


Gambar 5. Kurva Barang Normal (Aris, 1987)

Menurut kurva indiferensi, jumlah permintaan suatu barang bisa bertambah, berkurang, atau tetap ketika pendapatan

5. Barang Inferior

Barang inferior adalah barang yang jumlah permintaannya akan turun seiring dengan peningkatan pendapatan masyarakat. Salah satu contoh barang inferior adalah sandal jepit. Ketika tingkat pendapatan masyarakat rendah, tingkat permintaan terhadap barang tersebut akan tinggi. Namun ketika tingkat pendapat masyarakat meningkat, permintaan atas barang tersebut akan turun karena masyarakat meninggalkannya dan memilih untuk membeli sandal lain yang lebih berkualitas meskipun dengan harga yang lebih mahal.



Gambar 6. Kurva Barang Inferior (Aris, 1987)

Menurut kurva indifferen, jumlah permintaan suatu barang bisa bertambah, berkurang, atau tetap ketika pendapatan masyarakat bertambah.

Digambarkan dalam diagram di bawah: barang Y adalah barang normal karena jumlah barang yang diminta meningkat dari Y1 ke Y2 seiring dengan kenaikan pendapatan (BC1 ke BC2). Barang X adalah **barang**

inferior karena jumlah barang yang diminta turun dari X1 ke X2 ketika pendapatan masyarakat bertambah.

D. Kajian Terdahulu

Mufidah (2006) pola konsumsi masyarakat perkotaan: pemanfaatan food court oleh Keluarga, menyatakan bahwa masa sekarang ini dengan kesibukan yang luar biasa pada masing-masing anggota keluarganya terutama yang memiliki ibu pekerja, faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pola konsumsi yaitu: gensi, gaya hidup, sensasi kesenangan, pandangan, penilaian, perasaan, lingkungan, asisten pengurus rumah tangga. Alasan yang mendasari mengapa orang datang berkunjung ke *foodcourt* Tunjungan Plaza walaupun hanya sekedar untuk nongkrong adalah fasilitas yang lengkap seperti *free* WiFi dan tempat yang luas serta nyaman dibandingkan *foodcourt* di tempat lain serta banyaknya variasi menu yang ditawarkan. Selain itu, bagi para orang tua datang di sana bisa dijadikan sebagai tempat berkumpulnya teman kerja maupun relasi kerja baik untuk membicarakan masalah pekerjaan atau hanya sekedar arisan. Sambil makan dan ngobrol mereka bisa mengawasi anaknya yang sedang bermain di arena wahana *stinger's* yang lokasinya berdekatan dengan *foodcourt*.

Murwani (2010) meneliti tentang *Eating out*' makanan khas daerah: komoditas gaya hidup masyarakat urban, menyatakan faktor-faktor yang

mempengaruhi kegiatan *eating out* makanan khas daerah dan strategi dengan merekonstruksi kekhasan rasa, penyajian, suasana dan tempat yang unik dengan pengalaman konsumen .

Andrarini (2004) melakukan penelitian dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi tiwul di pedesaan dan perkotaan di kabupaten gunung kidul provinsi daerah ibukota Yogyakarta, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen tiwul. Faktor-faktor yang diteliti adalah besar keluarga, pendidikan, dan pengetahuan gizi, pendapatan, dan kebiasaan makan. Hasil analisis secara kualitatif, faktor budaya meliputi pemilihan bahan pangan pokok apabila pendapatan meningkat, untuk tamu, untuk pesta, ternyata sangat memberikan pengaruh terhadap pembentukan kebiasaan makan tiwul masyarakat. Pada contoh didesa, tidak ditemukan hubungan antara faktor sosial ekonomi, pengetahuan gizi dengan konsumsi tiwul. Hasil analisis regresi terhadap contoh di kota menunjukkan bahwa jenjang pendidikan ibu berpengaruh negatif dan pendapatan per kapita memberikan pengaruh negative terhadap konsumsi tiwul.

Widyasari (2007) menguji tentang perilaku konsumen rumah tangga dalam mengkonsumsi sarden kaleng di Kota Bandar Lampung. Sampel pada penelitian ini berjumlah 60 rumah tangga. Analisis yang digunakan adalah analisis conjoin, analisis deskriptif. Kombinasi stimuli atribut yang cukup disukai responden adalah sarden kaleng dengan harga murah, rasa saus

tomat dan cabe, aroma amis tidak tajam, bentuk ikan utuh, kemasan yang lumayan besar. Sebanyak 32 responden membeli sarden 4 sampai 5 kali dalam satu bulan. Merek yang paling banyak dikonsumsi oleh rumah tangga sampel adalah Gaga.

Gwan (2002) meneliti tentang analisis demografi konsumen *fast food* di Yogyakarta. Jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 orang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penentuan sampel dengan cara sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran secara diskriptif tentang segmen pasar *fast food* di Yogyakarta secara demografis. Kemudian unsur-unsur apa saja yang memotivasi konsumen untuk makan di restoran fast food. Pengukuran variabel dilakukan dengan analisis indeks sikap dan analisis *chi square* terhadap variabel-variabel dalam faktor demografi dan psikografi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari jumlah sampel yang dipergunakan, dominan pasar *fast food* di Yogyakarta tersegmentasi pada kelompok remaja dan dewasa. Minat atau dorongan untuk mengonsumsi *fast food* dominan disebabkan karena pengaruh keputusan emosional yang didasarkan atas preferensi kerabat dekat.

Marsidin (2002) meneliti tentang determinan pengeluaran konsumsi rumah tangga berstatus buruh atau karyawan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengeluaran konsumsi dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu variabel ekonomi (gaji

atau upah) dan variabel non ekonomi (karakteristik demografi, pendidikan dan kesehatan). Berdasarkan analisis inferensial dengan model regresi *double log* diketahui bahwa elastisitas pendapatan terhadap pengeluaran konsumsi tergantung kepada tingkat pendidikan, usia dan tempat tinggal.

Pratiwi (2010) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi masyarakat di Indonesia dengan menggunakan metode ECM (*Error Corection Model*). Hasil analisis dari penelitian ini menyebutkan bahwa dalam jangka pendek pengeluaran konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan nasional, penerimaan pajak, inflasi dan suku bunga deposito, sedangkan jumlah penduduk tidak berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi di Indonesia pada tahun penelitian.

Siregar (2009) menganalisis determinan konsumsi masyarakat di Indonesia dengan menggunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*). Hasil analisis dari penelitian menyebutkan bahwa variabel pendapatan nasional, suku bunga deposito dan inflasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi masyarakat di Indonesia, sedangkan jumlah uang kuasi memiliki efek multikolinieritas dengan pendapatan nasional sehingga tidak diikut sertakan ke dalam model penelitian.

E. Kerangka Pemikiran

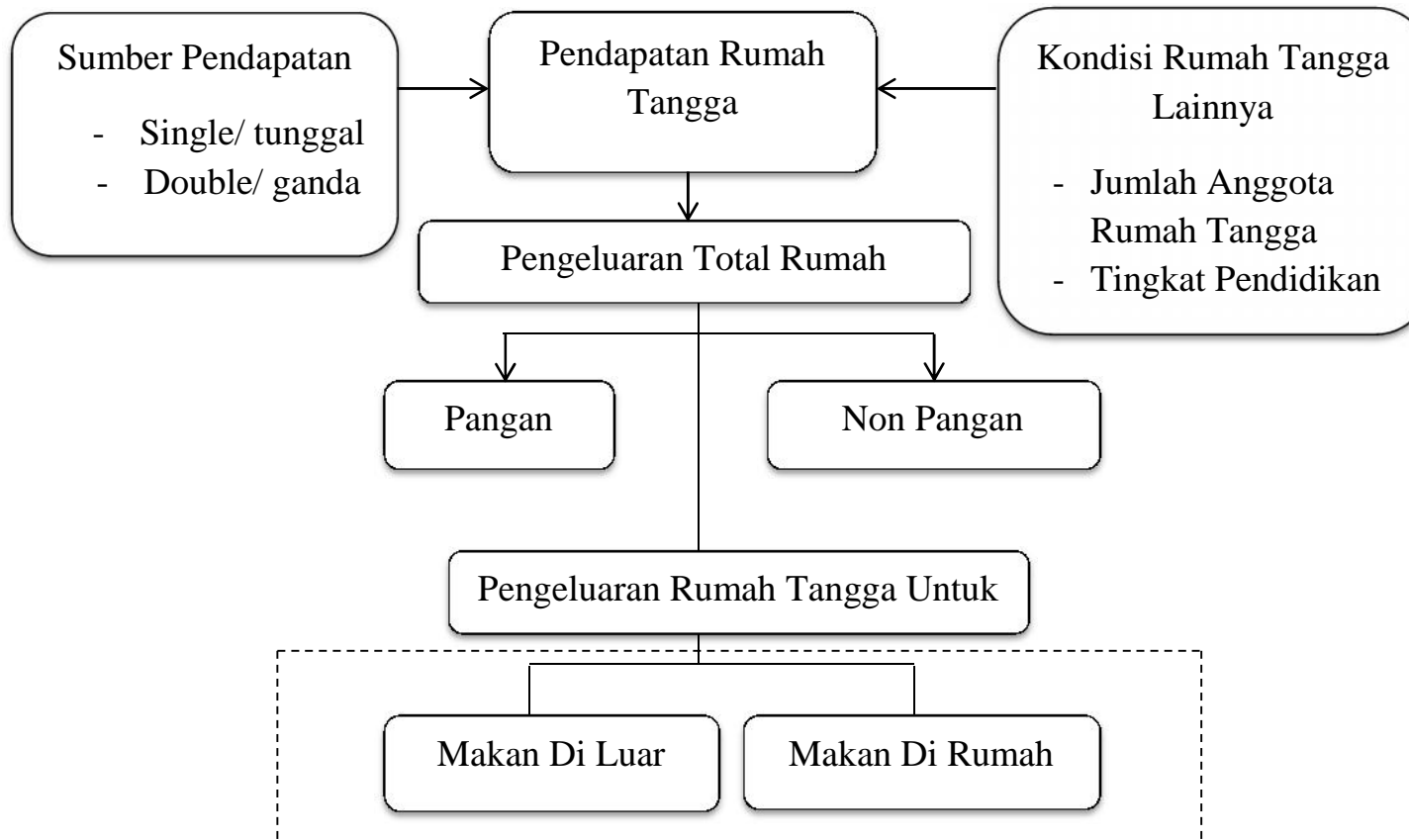
Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pola makan di luar bagi rumah tangga yaitu : pendapatan rumah tangga, sumber pendapatan, jumlah anggota rumah tangga, tingkat pendidikan kepala rumah tangga .

Pada hakikatnya semakin tinggi pendapatan seseorang maka konsumsi terhadap barang dan jasa pun meningkat. Pendapatan berpengaruh terhadap pola makan di luar. Bagi rumah tangga golongan menengah ke atas semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi pula pola makan di luar. Akan tetapi mungkin bagi rumah tangga golongan menengah ke bawah, semakin rendah pendapatan yang diperoleh maka semakin berkurang untuk makan di luar.

Sumber pendapatan dengan pola makan di luar memiliki hubungan yang positif, semakin banyak yang bekerja maka pendapatan yang diperoleh semakin tinggi untuk memperkuat pola makan di luar.

Jumlah anggota rumah tangga yang banyak sangat mempengaruhi pola makan di luar dimana jika anggota rumah tangga lebih banyak pengeluaran makan di luar juga akan lebih banyak yang sangat mempengaruhi persentase pengeluaran makan di luar terhadap pendapatan yang didapat setiap bulannya.

Seseorang dengan pendidikan tinggi cenderung mempunyai pendapatan yang lebih tinggi. Pendidikan yang rendah mempengaruhi pendapatan yang rendah juga. Semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin tinggi pendapatan seseorang yang akan diperoleh setiap bulan.



Gambar 7. Kerangka Pemikiran

F. Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah diduga bahwa pendapatan rumah tangga, sumber pendapatan, jumlah anggota rumah tangga, tingkat pendidikan, pangan dan non pangan mempengaruhi pola makan siang di luar rumah pada karyawan di Universitas Lampung