

ABSTRACT

ATTITUDES, SATISFACTION, AND ASSOCIATED FACTORS WITH THE PURCHASE OF SWEET SOY SAUCE BY FOOD SELLER IN THE OLD MARKET CULINARY OF TANGERANG

By

Prillia Mberru Zefanya

This study aims to analyze attitudes, satisfaction, and factors related to the purchase of sweet soy sauce in Tangerang Market Culinary. The research method used, Multiatribut Fishbein to determine the attitude of food seller, Customer Satisfaction Index (CSI) to determine the attitude of food seller towards Kecap Benteng Cap SH, and Rank Spearman to determine the factors associated with the number of soy sauce purchases. The research location was determined purposively with a total of 52 food seller consisting of 37 food seller who use Kecap Benteng Cap SH and 15 food seller who use other brands. Respondents were mostly male (76.9%) with the last education level of high school (30.7%). Food seller' revenue per week was dominated by food seller with non-stewed food types as many as 29 seller with revenue of <Rp5,000,000.00. The results showed that the attitude of food seller towards all attributes of Kecap Benteng Cap SH was good with an Ao value of 175.21. The level of satisfaction of food seller who use Kecap Benteng Cap SH is 93.64%, in the very satisfied category. The relationship or correlation between the attributes of soy sauce and the number of purchases of soy sauce by food traders is in the category very not close and not close.

Keywords : attitude, correlation, satisfaction, sweet soy sauce

ABSTRAK

SIKAP, KEPUASAN, DAN FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN PEMBELIAN KECAP OLEH PEDAGANG MAKANAN DI WISATA KULINER PASAR LAMA TANGERANG

Oleh

Prillia Mberru Zefanya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap, kepuasan, dan faktor-faktor yang berhubungan dengan pembelian kecap di Wisata Kuliner Pasar Lama Tangerang. Metode penelitian yang digunakan, yaitu Multiatribut *Fishbein* untuk mengetahui sikap pedagang makanan, *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui sikap pedagang makanan terhadap Kecap Benteng Cap SH, dan *Rank Spearman* untuk mengetahui faktor yang berhubungan dengan jumlah pembelian kecap. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* dengan jumlah responden sebanyak 52 pedagang makanan yang terdiri dari 37 pedagang makanan yang menggunakan Kecap Benteng Cap SH dan 15 pedagang makanan yang menggunakan merek selain Kecap Benteng Cap SH. Responden didominasi laki-laki (76,9%) dengan tingkat pendidikan terakhir SMA (30,7%). Penerimaan pedagang makanan per minggu didominasi oleh pedagang makanan dengan jenis makanan tidak berkuah sebanyak 29 pedagang dengan penerimaan sebesar <Rp5.000.000,00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap pedagang makanan terhadap seluruh atribut Kecap Benteng Cap SH baik dengan nilai Ao sebesar 175,21. Tingkat kepuasan pedagang makanan yang menggunakan Kecap Benteng Cap SH sebesar 93,64%, masuk dalam kategori sangat puas. Hubungan atau korelasi antara atribut kecap dengan jumlah pembelian kecap yang dilakukan oleh pedagang makan yaitu berada pada kategori sangat tidak erat dan tidak erat.

Kata kunci : kecap, korelasi, kepuasan, sikap