

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN MAKANAN PADA REMAJA DI SURABAYA

Sela Ovina Santoso, Azalia Janeta, Monika Kristanti

Program Manajemen Perhotelan, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: selaovina@yahoo.com ; azaliajaneta@gmail.com

Abstrak – Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Makanan Pada Remaja Di Surabaya

Penelitian ini berfokus pada upaya untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan di restoran terhadap remaja di Surabaya. Total sampel dari penelitian ini sebanyak 311 orang dengan menyebarkan kuisioner secara *online* dan *offline* di sekolah SMP, SMA, Universitas, dan acara Deteksi *Red-A* di Surabaya.

Proses analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisa faktor dengan SPSS. Hasil dari penelitian untuk faktor–faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan terhadap remaja di Surabaya, terbentuk 5 faktor baru, yaitu Keakraban, Kenyamanan, dan Kenikmatan; Kandungan Gizi; Daya Pikat Makanan; Nilai Uang terhadap Makanan; dan Pantangan Makanan.

Kata kunci:

Faktor Internal, Pemilihan Makanan, Pemilihan Restoran Remaja Surabaya, Analisa Faktor

Abstract - Factors that influence adolescents food choice in Surabaya

This study focused on factors that influence adolescents food choice in restaurant in Surabaya. The total sample was 311 people by distributing the questionnaires by online and offline at junior high school, senior high school, university and Red-A Deteksi in Surabaya, operated throughout the regions of Surabaya with the total respondents of 311 people.

Data processing methods that was used in this study were factor analysis with SPSS. Result showed Factors that influence adolescents food choice in Surabaya could be classified into five new factors which are The Familiarity, Convenience, and Comfort of Food; The Nutrition Fact; The Food Appeal; The Value for Money; and Food Restriction.

Keywords:

Internal Factor, Food choice, Restaurant choice, Adolescents in Surabaya, Factor Analysis

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia sampai tahun 2016 masih tetap stabil, hal ini didukung dengan konsumsi rumah tangga yang stabil juga (Liliyah, 2016). Daya beli masyarakat yang cukup baik membuat konsumsi makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat tajam, khususnya di Kota Surabaya. Pernyataan ini di dukung oleh Ketua Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) Jawa Timur Yapto Willy Sinatra (JPNN.com, 2016), yang mengatakan bahwa pertumbuhan Industri makanan dan minuman di Jawa Timur terus melejit hingga triwulan 2016, kenaikan mencapai 6,63 persen bila dibandingkan dengan tahun 2015. Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO), Tjahyono Hariono mengatakan bisnis

kuliner merupakan industri pendukung properti hotel, mall, dan infrastruktur jalan. Fakta itu ditunjang dengan statistik yang menggembirakan. Adanya pertumbuhan jumlah restoran yang cukup tinggi lebih dari 12 persen per tahun hingga tahun 2016 (Abdi, 2016). Tidak hanya jumlah restoran yang meningkat, melainkan jumlah pembeli juga mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan adanya daya beli masyarakat kota Surabaya yang juga ikut meningkat (Lestari, 2016).

Terjadinya perkembangan bisnis kuliner yang pesat didasari oleh perubahan budaya dan sikap masyarakat yang mulai terbiasa untuk mengkonsumsi makanan dan minuman di luar rumah. Fenomena ini didukung oleh banyaknya generasi muda yang lebih menyukai makan dan menghabiskan waktu di kafe atau restoran untuk menyantap berbagai makanan yang disediakan. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini kafe telah menjadi ikon baru dalam gaya hidup moderen, khususnya bagi anak muda perkotaan (Rahayuningtys, 2016). Menurut Adriani & Wirjatmadi (2012), masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa dan disertai dengan perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa. Batasan remaja yang umum digunakan antara 12 – 21 tahun dan rentang waktu usia remaja dibedakan menjadi 3, yaitu 10-14 tahun adalah masa remaja awal, 14-17 tahun adalah masa remaja pertengahan, dan 17–20 tahun adalah masa remaja akhir.

Perilaku makan pada remaja sangat berkaitan dengan pemilihan makanan. Pemilihan makanan merupakan salah satu komponen penting dalam menentukan kualitas hidup. Menurut Kustipia (2016), kebiasaan perilaku makan remaja dipengaruhi dengan adanya perkembangan kafe, restoran, dan kedai – kedai unik yang menyajikan makanan hasil olahan dari lemak dan gula yang mendominasi, seringnya *hang out* di restoran cepat saji atau bahkan mengkonsumsi *junk food*. Selain itu, menurut Wardoyo (2016), anak muda jaman sekarang menyukai atau tertarik dengan makanan dengan rasa yang unik dan menantang, contohnya mie instan yang diberi rasa-rasa baru lalu disajikan dengan sumpit terbang atau makanan dengan level pedas yang bervariasi. Remaja datang ke restoran atau kafe tidak semata-mata hanya untuk menongkrong dan berbincang tetapi secara tidak disadari, kaum remaja juga memperhatikan cita rasa dari makanan yang disajikan. Harga pun juga menjadi tolak ukur utama yang mempengaruhi kaum remaja dalam menentukan restoran yang akan dikunjungi, apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kantong remaja. Selain itu, letak atau lokasi dari restoran atau kafe turut menjadi pertimbangan bagi kaum remaja. Sebagian besar remaja akan segan dan malas untuk pergi ke tempat yang lokasinya terlalu jauh (Irwan, 2017). Dari fenomena yang ada, Kiara (2017) mengungkapkan bahwa betapa adaptifnya atau beragamnya selera kaum remaja jaman sekarang dalam memilih makanan. Oleh karena itu, sebuah restoran atau kafe perlu memahami keinginan atau harapan dari konsumen yang berkunjung, agar restoran atau kafe yang menjadikan kaum remaja sebagai target pasarnya dapat memenuhi permintaan target pasar yang dituju (sarungpreneur.com, 2017).

Berdasarkan pembahasan dan fenomena yang ada dikaitkan dengan perilaku atau kebiasaan remaja, penulis berkeinginan untuk meneliti faktor – faktor apa saja yang mendorong pemilihan makanan pada remaja di Surabaya ketika berada di sebuah restoran. Mengingat budaya dan gaya hidup yang terjadi di lingkungan remaja yaitu nongkrong, peneliti berharap penelitian ini dapat memberi informasi bagi para calon pendiri dan pemilik usaha kafe atau restoran dalam memahami kebutuhan target pasar yang dituju.

TEORI PENUNJANG

Remaja

Adriani & Wirjatmadi (2012) menyatakan bahwa “masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa dan disertai dengan perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa” (p.284). Batasan remaja yang umum digunakan antara 12 – 21 tahun dan rentang waktu usia remaja dibedakan menjadi 3, yaitu

10-14 tahun adalah masa remaja awal, 14-17 tahun adalah masa remaja pertengahan, dan 17–20 tahun adalah masa remaja akhir.

Pemilihan Makanan

Pemilihan makanan merupakan jumlah pangan yang dikonsumsi seseorang atau sekelompok orang yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, psikologis, dan sosiologis. Tujuan fisiologis adalah upaya untuk memenuhi keinginan makan (rasa lapar) atau untuk memperoleh zat – zat gizi yang diperlukan tubuh. Tujuan psikologis adalah untuk memenuhi kepuasan emosional atau selera, sedangkan tujuan sosiologis adalah untuk memelihara hubungan manusia dalam keluarga dan masyarakat (Sediaoetama, 2000).

Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Makanan

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan individu maupun keluarga. Secara garis besar, dikelompokkan faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan menjadi tiga determinan, yaitu karakteristik individu, makanan, dan lingkungan. Determinan karakteristik individu meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan kondisi psikologis. Faktor sifat organoleptik makanan, metode penyiapan makanan, kemudahan untuk dicerna, dan ketersediaan merupakan determinan karakteristik makanan. Sedangkan suhu termasuk dalam karakteristik lingkungan (Azrimaidaliza, 2011). Selain itu, terdapat penelitian lain oleh Rahman, Khattak, Mansor, (2013) tentang pemilihan makanan. Dalam penelitiannya, terdapat berbagai faktor yang mendorong dalam pemilihan makanan, antara lain:

a. Kepedulian Terhadap Kesehatan (*Health*)

Ada berbagai alasan mengapa orang termotivasi dalam masalah kesehatan dalam pemilihan makanan. Alasan seorang dalam mempertimbangkan kesehatan dalam pemilihan makanan dapat berasal dari status kesehatan saat ini, kesadaran terhadap perilaku kesehatan, dan dampaknya di masa yang akan datang. Hal ini dibuktikan dengan adanya motivasi dalam mengkonsumsi makanan sehat adalah pengontrolan berat badan dan menjaga tubuh tetap ramping khususnya bagi kalangan wanita (Wardle, et al, 2004).

b. Kemudahan/ Kenyamanan (*Convenience*)

Menurut Asma, Nawalyah, Rokiah, dan Mohd Nasir (2010), kenyamanan merupakan faktor yang paling utama dalam pemilihan makanan dan pada saat yang sama, kenyamanan bagi responden juga dapat berarti kemudahan dalam mempersiapkan makanan. Hal ini dibuktikan dengan terdapat hasil penelitian yang dilakukan oleh Sun (2007), didapatkan bahwa sebagian besar masyarakat dalam pemilihan makanan agar terhindar dari resiko terkenanya penyakit di pengaruhi oleh kemudahan (*convenience*).

c. Keakraban (*Familiarity*)

Keakraban adalah kecenderungan seseorang untuk memilih makanan yang sudah biasa dimakan dibandingkan mencoba makanan baru. Hal ini di buktikan dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan di Malaysia yang menyatakan bahwa keakraban (*familiarity*) dengan makanan lebih penting bagi orang Melayu dibandingkan dengan orang Cina. (Mohd-Any, Mahdzan, Cher, 2013).

d. Perasaan (*Mood*)

Faktor suasana hati merupakan mekanisme dan bagaimana seorang individu dapat merasa baik atau santai. Stress dan jadwal yang padat karena kondisi kerja dapat menjadi alasan mengapa makanan yang dipilih berdasarkan apakah makanan tersebut menyenangkan dan menghibur. (Rahman, Khattak, dan Mansor, 2013).

e. Daya Tarik Sensorik (*Sensory Appeal*)

Aroma makanan yang menggugah selera dan disukai dapat memberi rangsangan pada indra penciuman seseorang sehingga akan mempengaruhinya untuk mengonsumsi makanan tersebut dan dilihat dari persentase pemilihan makanan pokok berdasarkan karakteristik

makanan, kebanyakan remaja di Kota Padang dalam memilih makanan mempertimbangkan rasa, warna, porsi, aroma, tekstur, dan harga makanan (Azrimaidaliza, 2011).

f. Harga (*Price*)

Harga memiliki pengaruh yang kuat dalam pemilihan makanan. Harga makanan merupakan elemen yang paling penting bagi masyarakat dengan pendapatan rendah dibanding faktor yang lain. Harga yang insentif dapat menjadi strategi intervensi yang efektif untuk mempengaruhi pembelian makanan individu. Penurunan harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap pola pembelian makanan yang di targetkan di tempat kerja dan kafe di sekolah bagi kalangan remaja (French, 2003).

g. Pengontrolan Berat Badan (*Weight Control*)

Dalam penelitian yang dilakukan pada mahasiswa di Taiwan, menunjukkan perhatian terhadap berat badan memiliki hubungan dengan perhatian terhadap kesehatan (Sun, 2007). Selain itu, Ogden, et al (2006) menunjukkan bahwa obesitas memberikan kontribusi 30 persen lebih besar untuk anak-anak dan angka kematian remaja dibandingkan dengan angka kematian orang dewasa (Biro dan Wein, 2010).

h. Keprihatinan Etis (*Ethical Concern*)

Pengertian etika merupakan keyakinan mengenai tindakan yang benar dan yang salah, atau tindakan yang baik dan yang buruk, yang mempengaruhi hal – hal lainnya. Dalam penelitian dilakukan oleh Gaskell, et al (2004), temuan dalam penelitian ini juga setuju dengan pendapat bahwa masyarakat saat ini memperhatikan etika modifikasi genetik, label makanan dan efek kesehatan dalam pemilihan dan konsumsi makanan.

i. Komposisi Makanan (*Natural Content*)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mohd-Any, Mahdzan, dan Cher (2013) di Malaysia, menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat *foodies* maupun *nonfoodies* dalam pemilihan makanan lebih memperhatikan terhadap komposisi makanan untuk menjalankan diet yang seimbang dan cenderung menerapkan konsumsi makan yang sehat.

j. Persepsi Resiko (*Risk Perception*)

Menurut penelitian yang di lakukan Knox, (2000), Persepsi resiko terhadap makanan sangatlah penting bagi konsumen dalam pemilihan makanan. Terlebih lagi sejak tersebar nya berita mengenai makanan yang berbahaya (Seperti: residu alar dalam apel, salmonella dalam telur, dan *Bovine Spongiform Encephalopathy* (BSE) dalam daging sapi yang membuat manusia semakin kritis dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi. Oleh karena itu persepsi muncul untuk berinteraksi satu sama lain dalam mempengaruhi pilihan makanan sehari-hari. Beberapa asosiasi menunjukkan bahwa persepsi risiko mendominasi penentu dalam pilihan makanan dan isu yang terkait dengan efek buruk pada kesehatan yang harus diamati oleh pemasok dalam sistem pangan (Gaskell, et al, 2004).

k. Agama (*Religion*)

Dalam penelitian yang dilakukan pada orang dewasa di Malaysia, faktor agama merupakan faktor yang paling penting dalam pemilihan makanan (Rahman, Khattak, dan Mansor,2013). Agama menjadi faktor yang lebih berpengaruh dalam mengarahkan jalan spiritual dan jalan orang hidup termasuk motivasi seorang dalam pemilihan makanan. Muslim (Bonne, 2007).

Food Choice Questionnaire (FCQ)

Food Choice Questionnaire meliputi 8 faktor dengan 20 item yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap makanan. Faktor – faktor tersebut adalah kesehatan, daya tarik sensorik, harga, pengaturan berat badan, keakraban, perasaan, kemudahan, komposisi makanan, harga, pengontrolan berat badan, kebiasaan. Validitas dan generalitas terhadap dominan yang diukur dalam skala telah dikembangkan dengan baik dan *FCQ* telah digunakan dalam berbagai bidang seperti pemasaran, studi tentang hubungan makanan dengan

kesehatan, dan pola makan yang beragam budaya (Fotopoulos, Krystallis, Vassallo, dan Pagiaslis, 2008).

1. Kesehatan (*Health*)

Pengujian dengan memperhatikan kandungan kesehatan dan gizi yang berada pada produk.

- Pemilihan makanan karena mengandung serat tinggi
- Pemilihan makanan karena mengandung banyak vitamin dan mineral
- Pemilihan makanan karena mengandung protein yang tinggi

2. Daya Tarik Sensorik (*Sensory Appeal*)

Pengujian dengan menggunakan indera manusia sebagai alat utama untuk pengukuran daya penerimaan terhadap produk.

- Pemilihan makanan karena rasanya enak
- Pemilihan makanan karena aromanya enak
- Pemilihan makanan karena terlihat menarik

3. Harga (*Price*)

Pengujian dengan memperhatikan tingkat harga terhadap produk.

- Pemilihan makanan karena harga yang terjangkau
- Pemilihan makanan karena harga sesuai dengan kualitas makanan yang didapatkan
- Pemilihan makanan karena harga sesuai dengan porsi makanan yang didapatkan

4. Pengaturan Berat Badan (*Weight Control*)

Pengujian dengan memperhatikan pengontrolan berat badan ideal atau yang diinginkan.

- Pemilihan makanan karena rendah kalori
- Pemilihan makanan karena rendah lemak

5. Keakraban (*Familiarity*)

Pengujian dengan memperhatikan cara individu atau kelompok individu memilih makanan yang sudah biasa di makan dibandingkan dengan mencoba makanan baru.

- Pemilihan makanan dari apa yang sering dimakan
- Pemilihan makanan seperti apa yang di makan waktu kecil

6. Perasaan (*Mood*)

Pengujian dengan memperhatikan suasana hati seseorang.

- Pemilihan makanan karena membantu mengatasi stress
- Pemilihan makanan karena membantu relaks
- Pemilihan makanan karena membuat hati senang

7. Kemudahan (*Convenience*)

Pengujian dengan memperhatikan kepraktisan atau kemudahan dalam pembelian, pengolahan, dan menyajikan makanan.

- Pemilihan makanan karena memiliki proses masak dan penyajian yang cepat
- Pemilihan makanan karena dapat dibeli di restoran atau depot terdekat tempat tinggal atau sekolah

8. Komposisi Makanan (*Natural Content*)

Pengujian dengan memperhatikan komposisi dari makanan.

- Pemilihan makanan karena tidak mengandung zat tambahan
- Pemilihan makanan karena mengandung bahan yang alami

Dalam penelitian Rahman, Khattak, dan Mansor, (2013) Terdapat 2 faktor dan 3 item tambahan yang digunakan sebagai faktor yang mendorong pemilihan makanan, meliputi agama dan persepsi resiko.

1. Agama (*Religion*)

Pengujian dengan memperhatikan kepercayaan yang dianut.

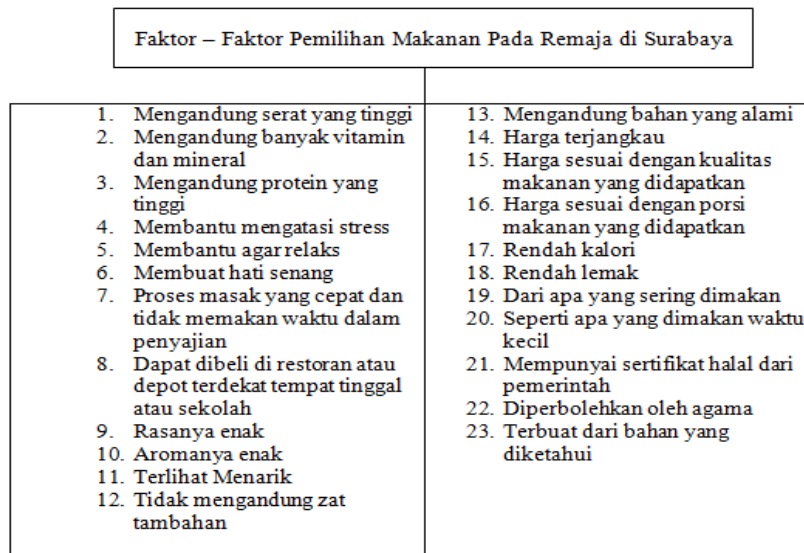
- Pemilihan makanan karena diperbolehkan oleh agama
- Pemilihan makanan karena mempunyai sertifikat halal dari pemerintah

2. Persepsi resiko (*Risk Perception*)

Pengujian dengan memperhatikan bahaya atau resiko yang ditimbulkan dari makanan.

- Pemilihan makanan karena terbuat dari bahan yang diketahui

KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dalam penelitian ini adalah penelitian eksploratif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah remaja di Surabaya, dimana jenis populasi ini adalah jenis populasi tidak terbatas. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Peneliti juga menggunakan *quota sampling* yaitu teknik sampling yang menentukan jumlah sampel dari populasi yang memiliki ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan. Sampel yang diambil sebanyak 311 sampel. Kriteria penarikan sampel adalah remaja yang berusia 12 – 21 tahun di Surabaya. Jenjang usia dan jumlah sampel yang digunakan adalah 12-14 tahun 102 responden, 15-17 tahun 103 responden, dan 18-21 tahun 106 responden. Metode yang digunakan penulis adalah dengan penyebaran kuisisioner atau angket dan studi pustaka. Pertanyaan kuisisioner menggunakan metode *Five Likert Scale* dan teknik analisa data menggunakan analisa faktor. Peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap 30 sampel program SPSS.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Atribut Demografis Responden

No	Atribut Demografis		N	%
1	Usia	12-14 tahun	102	32,8%
		15-17 tahun	103	33,12%
		18-21 tahun	106	34,08%

2	Jenis Kelamin	Laki-laki	109	35,05%
		Perempuan	202	64,95%
3	Tingkat Pendidikan Saat ini	SMP	102	32,8%
		SMA/Sederajat	104	33,44%
		Mahasiswa	105	33,76%
4	Uang Saku Perbulan (di luar uang kos)	≤ Rp. 1000.000	90	28,94%
		Rp. 1000.001 – Rp. 2000.000	118	37,94%
		Rp. 2000.001 – Rp. 4000.000	74	23,79%
		≥ Rp. 4000.000	29	9,33%
5	Seberapa Sering Makan Di Luar Rumah Dalam Seminggu	1 kali dalam seminggu	32	10,29%
		2-3 kali dalam seminggu	154	49,52%
		4-5 kali dalam seminggu	50	16,08%
		>5 kali dalam seminggu	75	24,11%
6	Makan Bersama Siapa	Keluarga	78	25,08%
		Teman	182	58,52%
		Pacar	38	12,22%
		Lain-lain	13	4,18%
7	Tempat Makan yang Sering Dikunjungi	Makanan Cepat Saji	46	14,79%
		Restoran (Jepang,Cina,Western,Italia,Korea)	144	46,3%
		Depot/Warung	103	33,12%
		Lain-lain	18	5,79%

Tabel 2. *Rotated Component Matrix*

	Component				
	1	2	3	4	5
X5	.782	.199	.310	-.048	.128
X6	.759	.029	.372	.155	-.021
X4	.733	.234	.322	-.013	.101
X7	.658	.049	.201	.222	.007
X8	.623	.062	.064	.505	.065
X19	.610	.179	.027	.442	.286
X23	.491	.321	.201	.206	.369
X20	.473	.201	.014	.300	.383
X17	.430	.362	-.135	.342	.418
X2	.085	.873	.132	.069	.062
X1	.064	.857	-.026	.100	.078

X3	.179	.799	.138	-.049	.068
X13	.196	.534	.083	.367	.158
X11	.178	.085	.832	.134	.044
X9	.220	.046	.729	.301	-.073
X10	.296	.082	.728	.149	.158
X14	.070	.020	.252	.813	.108
X16	.211	.160	.475	.700	.023
X15	.317	.151	.493	.580	-.098
X12	.333	.350	.185	.422	.210
X22	.077	.038	.091	.051	.900
X21	.060	.118	.010	-.005	.873
X18	.393	.420	-.075	.256	.433

Rotated Component Matrix yang ditunjukkan pada tabel 2 memperlihatkan distribusi variabel pemilihan makanan yang lebih jelas dan nyata. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa untuk variabel memilih makanan tertentu karena makanan tersebut membantu saya agar relaks (X5) mempunyai nilai korelasi sebesar 0,782 dan terletak pada faktor 1 dimana hasilnya cukup kuat. Nilai korelasi variabel memilih makanan tertentu karena makanan tersebut membantu saya agar relaks (X5) dengan faktor 2 sampai dengan 5 cukup lemah dimana hasilnya kurang dari yang ada pada faktor 1. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel memilih makanan tertentu karena makanan tersebut membantu saya agar relaks (X5) adalah komponen dari faktor 1. Begitu pula dengan variabel memilih makanan tertentu karena makanan tersebut membuat hati saya senang (X6) yang mempunyai korelasi 0,759 yang terletak pada faktor 1, dimana dalam faktor 2 sampai dengan 5 hasilnya dibawah angka 0,759. Sama halnya pada ke-21 variabel lainnya yang terdapat nilai paling tinggi adalah yang kemudian termasuk dalam komponen faktor tersebut. Berikut adalah tabel faktor baru yang terbentuk:

Tabel 3. Faktor Baru yang Terbentuk

Faktor		Indikator		Loading Factor	Total Variance Explained
1	<i>The Familiarity, Convenience, and Comfort of Food</i> (Keakraban, Kenyamanan, dan Kenikmatan)	X5	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut membantu saya agar relaks	0.782	37.515%
		X6	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut membuat hati saya senang	0.759	
		X4	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut membantu saya mengatasi stress	0.733	
		X7	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut memiliki proses masak dan penyajian yang cepat	0.658	
		X19	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut sering dimakan	0.610	
		X23	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut terbuat dari bahan yang diketahui	0.491	
		X20	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut seperti apa yang biasa dimakan waktu kecil	0.473	
		X17	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut rendah kalori	0.430	
2	<i>The Nutrition Fact</i> (Kandungan Gizi)	X2	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut mengandung banyak vitamin dan mineral	0.873	11.591%
		X1	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut mengandung serat yang tinggi	0.857	
		X3	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut mengandung protein yang tinggi	0.799	
		X13	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut mengandung bahan yang alami (contoh : makanan organik)	0.534	
3	<i>The Food Appeal</i> (Daya Pikat Makanan)	X11	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut terlihat menarik	0.832	7.554%
		X9	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut rasanya enak	0.729	

		X10	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut aromanya enak	0.728	
4	<i>The Value for Money</i> (Nilai Uang Terhadap Makanan)	X14	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut memiliki harga yang terjangkau	0.813	5.845%
		X16	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut memiliki harga sesuai dengan porsi makanan yang didapat	0.700	
		X15	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut memiliki harga sesuai dengan kualitas makanan yang didapat	0.580	
		X12	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut tidak mengandung zat tambahan (contoh : zat pewarna, zat pemanis, zat penyedap)	0.422	
5	<i>The Food Restriction</i> (Pantangan Makanan)	X22	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut diperbolehkan oleh agama	0.900	5.014%
		X21	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut mempunyai sertifikat "halal" dari pemerintah	0.873	
		X18	Saya memilih makanan tertentu karena makanan tersebut rendah lemak	0.433	

PEMBAHASAN

Melihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memperoleh profil responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuisioner adalah wanita dengan jumlah sebanyak 202 orang (64,95%). Mayoritas responden termasuk dalam rentang usia 18-21 tahun yaitu 105 orang (34,08%). Mayoritas responden sebanyak 105 orang (33,76%) adalah mahasiswa. Sebanyak 154 responden (46,3%) makan di luar rumah 2-3 kali dalam seminggu dan sebanyak 182 responden (58,52%) makan di luar rumah bersama dengan teman. Dalam penelitian ini menggunakan analisa faktor agar peneliti dapat membentuk faktor – faktor baru dalam pemilihan makanan pada remaja di Surabaya. Dengan melakukan analisa faktor ditemukan terdapat lima faktor baru yang terbentuk dari variabel pemilihan makanan yaitu *the familiarity, convenience, and comfort of food; the nutrition fact; the food appeal; the value for money* dan *the food restriction*. Menurut tabel *Total Variance Explained*, varians yang dapat dijelaskan dari faktor pertama sebesar 37.515%. Dari faktor kedua, varians yang dapat dijelaskan sebesar 11.591%, faktor ketiga sebesar 7.554%, faktor keempat sebesar 5.845% dan faktor kelima sebesar 5.014%. Faktor *the familiarity, convenience, and comfort of food* merupakan faktor yang mempunyai kontribusi paling besar

dalam memilih makanan. Faktor *the familiarity, convenience, and comfort of food* dianggap paling berkontribusi karena merupakan faktor dengan *variance* yang kuat. Hal ini berarti faktor *the familiarity, convenience, and comfort of food* merupakan faktor yang paling dominan dari keempat faktor lainnya.

Faktor 1 – *The Familiarity, Convenience, and Comfort of Food*

Faktor pertama dinamakan faktor *the familiarity, convenience, and comfort of food*. Responden pada umumnya pada pemilihan makanan di sebuah restoran lebih memilih makanan yang membuat hati senang, relaks, dan mengatasi stress. Selain itu, responden dalam pemilihan makanan lebih memilih makanan yang terletak dekat dengan tempat tinggal, terbuat dari bahan yang diketahui, proses penyajian yang cepat, dan memilih makanan yang sering dimakan. Hal ini dibuktikan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Biemans (2011) dan Rahman, Khattak, dan Mansor (2013) yang menyatakan bahwa adanya ketersediaan produk pangan organik pada toko – toko yang terletak di dekat rumah dapat menjadi motivasi seseorang untuk membeli produk organik tersebut dan sebagian besar anak muda memiliki kecenderungan untuk memilih makanan berdasarkan perasaan (*comfort of food*) dibandingkan dengan orang tua. Hal ini didukung oleh hasil profil responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden makan di luar bersama teman yang dapat meningkatkan *mood* seorang remaja karena merasa lebih *fun* dan hasil *mean* dari faktor perasaan (*mood*) yang menunjukkan hasil yang tinggi, yaitu sebesar 3,45.

Faktor 2 – *The Nutrition Fact*

Dalam faktor ini, responden memilih makanan di sebuah restoran dengan mempertimbangkan kandungan gizi atau kesehatan dari makanan tersebut, seperti memilih makanan tersebut karena mengandung banyak vitamin dan mineral, mengandung serat yang tinggi, mengandung protein yang tinggi, dan mengandung bahan yang alami. Dengan indikator di atas, maka faktor kedua ini dinamakan *the nutrition fact*. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dijkstra, et al (2014) menyatakan bahwa motivasi seseorang dalam memilih makanan sehat adalah untuk menjaga kesehatan dan mengontrol berat badan. Hal ini dapat dikaitkan dengan hasil profil responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sehingga mendukung faktor ini menjadi faktor kedua yang memiliki nilai kontribusi yang tinggi.

Faktor 3 – *The Food Appeal*

Faktor ketiga dinamakan *The Food Appeal* karena mayoritas responden dalam pemilihan makanan di sebuah restoran dipengaruhi oleh rasa yang enak, aroma yang enak, dan penampilan yang menarik sehingga faktor ketiga ini dinamakan *the food appeal*. Terdapat hasil penelitian terdahulu tentang pemilihan makanan di Malaysia yang dilakukan oleh Rahman, Khattak, dan Mansor (2013) yang menyatakan bahwa faktor ketiga yang mempengaruhi pemilihan makanan di Malaysia adalah faktor daya tarik sensorik meliputi rasa dan aroma yang enak. Hasil penelitian tersebut memiliki hasil yang sama dengan penelitian ini yang menyatakan bahwa faktor *The Food Appeal* menjadi faktor ketiga yang memiliki nilai kontribusi yang tinggi.

Faktor 4 – *The Value for Money*

Faktor baru keempat mencakup pemilihan makanan di sebuah restoran karena harga terjangkau, harga sesuai dengan kualitas yang didapat, harga sesuai dengan porsi yang didapat, dan tidak mengandung zat tambahan. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh French (2003) yang menyatakan bahwa, harga yang insentif/sesuai dapat menjadi strategi intervensi yang efektif untuk mempengaruhi pembelian makanan individu. Berdasarkan indikator di atas maka faktor ini dinamakan *the value for money* karena menampilkan tentang ulasan mengenai kualitas dan porsi makanan yang didapatkan berdasarkan harga yang dibayar.

Faktor 5 – *The Food Restriction*

Faktor kelima memiliki tiga indikator yaitu pemilihan makanan di sebuah restoran karena diperbolehkan oleh agama, pemilihan makanan karena terdapat sertifikat halal dari pemerintah, dan pemilihan makanan karena rendah lemak. Faktor ini membahas mengenai larangan makanan karena agama dan mempertimbangkan kandungan lemak dalam memilih makanan sehingga *the food restriction* menjadi nama dari faktor kelima ini. Berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan di Malaysia oleh Rahman, Khattak, dan Mansor (2013) yang menyatakan bahwa faktor utama yang memotivasi masyarakat Malaysia dalam memilih makanan adalah agama dikarenakan mayoritas penduduk Malaysia yang beragama muslim.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terbentuk 5 faktor baru yang berkontribusi dalam pemilihan makanan pada remaja. Berikut ini merupakan faktor baru tersebut:
 - Faktor 1. *The Familiarity, Convenience, and Comfort of Food*
 - Faktor 2. *The Nutrition Fact*
 - Faktor 3. *The Food Appeal*
 - Faktor 4. *The Value for Money*
 - Faktor 5. *The Food Restriction*
2. Faktor *the familiarity, convenience, and comfort of food* merupakan faktor yang berkontribusi paling besar dari keempat faktor lainnya, yaitu sebesar 37,515%.

SARAN

Dalam penelitian ini telah membahas faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan terhadap remaja di Surabaya. Dengan terbatasnya pembahasan dalam penelitian ini, adapun saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Untuk calon pendiri/pemilik *food service* di Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada calon pendiri/pemilik restoran di Surabaya untuk memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- Dari segi *The Familiarity, Convenience, and Comfort of Food*, peneliti menyarankan para calon pendiri/pemilik restoran untuk memperhatikan bahan utama dari makanan yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan makanan yang terkandung dapat memberi efek *familiarity* dan bahkan mampu memperbaiki *mood* seseorang. Sehingga calon pendiri/pemilik *food service* dapat menyesuaikan bahan utama apa yang akan dipilih. Seperti, coklat yang pasti sudah *familiar* dimata konsumen dan bahan tersebut juga mampu memperbaiki *mood* seseorang. Sedangkan dari segi *convenience* para remaja juga memperhatikan kecepatan dalam menyajikan suatu hidangan.
- Yang kedua adalah *The Nutrition fact* dimana para remaja jaman sekarang mulai memperhatikan *body image*. Hal ini tidak hanya diperhatikan oleh wanita namun pria juga, sehingga apa yang dimakan akan sangat diperhitungkan kandungannya seperti berapa besar kalori, serat, protein dan lain-lain. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan restoran untuk mempertimbangkan porsi dan kandungan-kandungan dari makanan yang akan disajikan, tidak sekedar menyajikan porsi yang banyak.
- Yang ketiga peneliti juga menyarankan calon pendiri/pemilik *food service* memperhatikan *The Food Appeal* dan *The Value for Money*. Peneliti menyarankan hal tersebut karena hasil *mean* dari kuisioner menunjukkan bahwa mayoritas respondennya sangat mementingkan rasa, harga, tampilan serta kualitas makanan tersebut. Makanan yang yang pertama dilihat adalah

tampilannya, menarik atau tidak, tetapi kesesuaian harga juga penting. Setelah dibeli, pembeli akan menikmati makanan tersebut. Pada bagian ini pembeli akan sangat memperhatikan rasa dan kualitas dari makanan tersebut. Kesimpulannya keempat hal ini saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain objek yang diteliti hanya remaja dan faktor yang digunakan belum cukup banyak. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas lagi objek yang diteliti, seperti mengganti remaja menjadi orang dewasa karena pada saat membagi kuisioner secara *offline* peneliti mendapati bahwa pekerja kantor sering makan siang di restoran/kafe, terkadang juga memilih restoran/kafe sebagai tempat *meeting*. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan menambah faktor lain. Seperti *ambience* dan *entertain*, karena beberapa mahasiswa yang peneliti wawancara menyatakan hal tersebut sangat penting.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Y. (2016). *Bikin Kuliner lebih Berkesan*. Retrieved Aug, 25, 2016, from <https://www.pressreader.com/indonesia/jawa-pos/20160825/281496455703080>
- Adriani, M., & Wirjatmadi, B. (2012). *Peran Gizi Dalam Siklus Kehidupan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Azrimaidaliza, I. (2011). Analisis Pemilihan Makanan pada Remaja di Kota Padang, Sumatera Barat. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*, 6 (1), Agustus 2011.
- Asma, A., Nawalyah, A.G., Rokiah, M.Y. and Mohd Nasir, M.T. (2010). Comparison of food choice motives between Malay husbands and wives in an urban community, *Malaysian J. Nutr.*, 16 (1), 69-81.
- Biemans, S, Z. (2011). Polish consumer food choices and beliefs about organic food, *British Food Journal*, 113 (1), 122 – 137
- Biro F, M., and Wein M . (2010). Childhood obesity and adult morbidities. *American Journal of Clinical Nutrition* 91(Suppl.):1499s–1505s.
- Bonne, K., Vermeir, I., Bergeaud-Blackler, F. and Verbeke, W. (2007). Determinants of halal meat consumption in France, *British Food Journal*, 109 (5), 367-386.
- Dijkstra, S, C., Neter, J, E., Brouwer, I, A., Huisman, M., Visser, M. (2014). Motivations to eat healthily in older Dutch adults – a cross sectional study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity* 2014.
- Fotopoulos, C, Krystallis, A , Vassallo, M, Pagiaslis, A. (2008). Food Choice Questionnaire (FCQ) revisited. Suggestions for the development of an enhanced general food motivation model. *Appetite* 52 (2009) 199–208
- French, S, A. (2003). Pricing Effects on Food Choices, Symposium: Sugar and Fat—From Genes to Culture. *American Society for Nutritional Sciences*.
- Gaskell, G., Allum, N., Wagner, W., Kronberger, N., Tøgersen, H., Hampel, J. and Bardes, J. (2004). "GM foods and the misperception of risk perception." *Risk Analysis*, 185-194.
- Irwan, A. (2017). *Mau Merintis Bisnis Restoran untuk Kaum Muda? Ketahui dan Pelajari Tahapannya*. Retrieved from March 19, 2017, from <http://uangonline.com/mau-merintis-bisnis-restoran-untuk-kaum-muda-ketahui-dan-pelajari-tahapannya/>.
- JPNN.com. (2016). *Industri Makanan dan Minuman Melejit*. Retrieved November 16, 2016, from <http://www.jpnn.com/news/industri-makanan-dan-minuman-melejit>

- Kiara, S. (2017). *Pilihan Makanan Sebagai Gaya Hidup Remaja*. Retrieved from April 28, 2017, from https://www.kompasiana.com/serafina/pilihan-makanan-sebagai-gaya-hidup-remaja_590353d43fafbd7560cc5c55.
- Knox, B. (2000). Consumer perception and understanding of risk from food. *British Medical Bulletin* 2000, 56 (1), 97-109.
- Kustipia, R. (2016). *Penuhi Asupan Gizi Remaja untuk Sejuta Kegiatan Aktif*. Retrieved March, 5, 2016, from http://www.kompasiana.com/repakustipia/penuhi-asupan-gizi-remaja-untuk-sejuta-kegiatan-aktif_56d96984b37a611f18d754bc.
- Lestari, S, H. (2016). *Jumlah Restoran di Kota Surabaya Tambah Banyak, DKKP target penerimaan pajak Rp 287M*. Retrieved March, 2016, from <http://surabaya.tribunnews.com/2016/03/15/jumlah-restoran-di-kota-surabaya-tambah-banyak-dkkp-target-penerimaan-pajak-rp-287-m>
- Liliyah, A. (2016). *Ekonomi Global Melambat, Indonesia Tetap Stabil*. Retrieved September, 22, 2016, from <https://swa.co.id/swa/business-strategy/ekonomi-global-melambat-indonesia-tetap-stabil>.
- Mohd-Any, A, A., Mahdzan, N, S., Cher, C, S. (2013). Food choice motives of different ethnics and the foodies segment in Kuala Lumpur. *British Food Journal*, 116 (12), 1879 – 1896
- Ogden C, L., Carroll M, D., Curtin L, R., et al. (2006). Prevalence of overweight and obesity in the United States, 1999–2004. *Journal of the American Medical Association* 95: 1549–1555.
- Rahayuningtys, D. (2016). *Cafe dan Ritual Ngafe di Kalangan Anak Muda*. Retrieved June, 02, 2016, from <http://himantaraub.blogspot.co.id/2016/06/buletin-edisi-5.html>
- Rahman, S, A., Khattak, M, M, A, K., Mansor, N, R. (2013). Determinants of food choice among adults in an urban community. *Nutrition & Food Science*, Vol. 43 Iss 5 pp. 413 – 421 Review of Nutritin and Dietetics 33, 1-41.
- Sarungpreneur.com. (2017). *Bisnis Makanan yang Menguntungkan dengan Modal Kecil*. Retrieved 2017, from <http://sarungpreneur.com/inilah-bisnis-makanan-yang-menguntungkan-dengan-modal-kecil/#>.
- Sediaoetama, A, D. (2000). *Ilmu Gizi Mahasiswa dan Profesi Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Dian Rakyat.
- Sun, C. (2007). Health concern, food choice motives, and attitudes toward healthy eating : the mediating role of food choice motives. *Program of Hospitality Management & Education, Department of Human Development & Family Studies, National Taiwan Normal University*, No. 162, Sec. 1, Ho-Ping East Road, Taipei 106, Taiwan
- Wardle, J., Haase, A, M., Steptoe, A., Nillapun, M., Jonwutiwes, K., Bellisle, F. (2004). Gender Differences in Food Choice: The Contribution of Health Beliefs and Dieting”. *The Society of Behavioral Medicine*.
- Wardoyo, E. (2016). *10 Makanan Paling Viral di 2016*. Retrieved from December 30, 2016, from <https://food.idntimes.com/dining-guide/erina-wardoyo/10-makanan-ini-jadi-viral-di-2016-anak-hits-pasti-pernah-coba-1/full>