



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**POLA PERILAKU JAJAN AIR MINUM DALAM KEMASAN  
ANAK SEKOLAH DASAR DI KECAMATAN DUREN SAWIT  
KOTA ADMINISTRASI JAKARTA TIMUR**

**SKRIPSI**

**FAKHRUL WADAD ATMAJA**

**0606071411**

**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM**

**DEPARTEMEN GEOGRAFI**

**DEPOK**

**JULI 2011**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**POLA PERILAKU JAJAN AIR MINUM DALAM KEMASAN  
ANAK SEKOLAH DASAR DI KECAMATAN DUREN SAWIT  
KOTA ADMINISTRASI JAKARTA TIMUR**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains**

**FAKHRUL WADAD ATMAJA**

**0606071411**

**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM**

**DEPARTEMEN GEOGRAFI**

**DEPOK**

**JULI 2011**

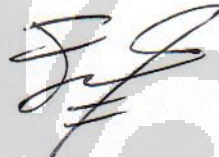
## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fakhrol Wadad Atmaja

NPM : 0606071411

Tanda Tangan :



Tanggal : 5 Juli 2011

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Fakhru Wadad Atmaja  
NPM : 0606071411  
Program Studi : Departemen Geografi  
Judul Skripsi : Pola Perilaku Jajan Air Minum Dalam Kemasan Anak Sekolah Dasar Di Kecamatan Duren Sawit, Kota Administrasi Jakarta Timur

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sains pada Program Studi Departemen Geografi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Taqyudin, S.Si, M.Hum

(.....)

Pembimbing : Drs. Mangapul P. Tambunan, M.Si

(.....)

Penguji : Dr. Ir. Tarsoen Waryono, M.Si

(.....)

Penguji : Drs. Triarko Nurlambang, MA

(.....)

Penguji : Dra. Tuty Handayani, MS

(.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 5 Juli 2011

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pola Perilaku Jajan AMDK Anak Sekolah Dasar Di Kecamatan Duren Sawit Kota Administrasi Jakarta Timur. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Jurusan Geografi pada Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada berbagai pihak yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan baik moral, doa dan finansial. Selain itu penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Taqyudin, S.Si, M.Hum selaku Pembimbing I dan Drs. Mangapul P Tambunan, MS selaku Pembimbing II yang telah memberikan ide, kesempatan, kepercayaan, dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Drs. Triarko Nurlambang, MA, dan Dr. Ir. Tarsoen Waryono, M.Si selaku penguji yang telah memberikan saran kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Dra. M.H Dewi Susilowati selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak masukan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
4. Para dosen dan seluruh jajaran staf Departemen Geografi UI yang telah memberikan sumbangsih ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
5. Kasi Dikdas Duren Sawit dan Kecamatan Duren Sawit Kota Administrasi Jakarta Timur yang telah berbaik hati memberikan data kepada penulis.

6. Drs. Ujang Subiatun, Aida Mustafa, Nurul Khusyaini, dan Ade Aulia Rahma atas segala kasih sayang, dukungan moral dan finansial, sekaligus doa yang sangat melimpah hingga saat ini.
7. Untuk sahabat-sahabat penulis Danang Aribowo dan Ryaldi Aries yang selalu memberikan kehangatan, ide- ide, semangat kepada penulis baik dikala suka maupun duka.
8. Untuk Esi Anggraini atas bimbingan dan pengorbanannya mendidik penulis.
9. Teman-teman Geografi 2006, yang telah memberikan hangatnya tali persaudaraan. Semoga persahabatan kita tetap terjalin. Semangat selalu untuk meraih masa depan yang lebih baik.
10. Teman-teman Geografi angkatan 2005, 2007, dan 2008 yang tidak dapat saya sebutkan satu-per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penyusunan skripsi ini terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik para pembaca agar dapat mengembangkan tulisan dan penelitian ini agar dapat berguna bagi Bangsa dan Negara Indonesia ini di masa yang akan datang. Mohon maaf kepada pihak- pihak yang belum disebutkan karena kekhilafan penulis. Akhir kata, penulis mengucapkan selamat membaca dan belajar. Terima Kasih.

Depok, 5 Juli 2011

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fakhrul Wadad Atmaja  
NPM : 0606071411  
Departemen : Geografi  
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam  
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Pola Perilaku Jajan Air Minum Dalam Kemasan Anak Sekolah Dasar di  
Kecamatan Duren Sawit Kota Administrasi Jakarta Timur**

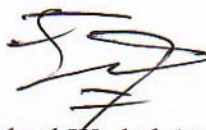
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 5 Juli 2011

Yang menyatakan



(Fakhrul Wadad Atmaja)

## ABSTRAK

Nama : Fakhrul Wadad Atmaja  
Program Studi : Geografi  
Judul : Pola Perilaku Jajan Air Minum Dalam Kemasan Anak Sekolah Dasar di Kecamatan Duren Sawit Kota Administrasi Jakarta Timur

Pertumbuhan penduduk pesat di Indonesia menjadikan air tawar sulit ditemukan di permukaan tanah maupun di dalam tanah. Krisis air menyebabkan masyarakat beralih dari air sumur ke Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Hal tersebut penyebab tingginya permintaan AMDK dan penawaran beraneka ragam atribut produk AMDK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola perilaku jajan anak sekolah dasar di Kecamatan Duren Sawit dalam memilih AMDK. Metode yang digunakan kuesioner pertanyaan tertutup, analisis deskripsi dan pengolahan data memplot lokasi. Hasil penelitian menunjukkan perilaku jajan yang kurang sehat, bebas, dan perilaku jajan yang sehat berpola menyebar merata karena terdapat di seluruh titik sampel dengan komposisi berbeda-beda.

Kata Kunci: AMDK, pola sebaran, perilaku konsumen, atribut produk  
x+45 hlm; 6 gambar, 14 tabel, 14 peta  
Bibliografi : 34 (1991-2011)

## ABSTRACT

Name : Fakhrul Wadad Atmaja  
Majoring : Geography  
Tittle : Consumer Behavior Pattern for Elementary School in Buying 'AMDK' at Duren Sawit District, East Jakarta

A rapid grow of Indonesian people makes fresh water difficult to be found. Water crisis cause people change their choice from groundwater to 'AMDK'. Because of that, the demand of 'AMDK' is increasing and come so many kind of bottled water. This research wants to know the consumer behavior of elementary students in buying bottled water in Duren Sawit District and its spatial pattern. By using *close ended questioner* methods, description analysis, and plotting the location. This study shows that the elementary students less healthy behavior, no border behavior, and healthy behavior spread randomly in the whole study area with different composition.

Key Word: 'AMDK', spatial pattern, consumer behavior, product's attribute  
x+45 pages; 6 pictures, 14 tables, 14 maps  
Bibliography: 34 (1991-2011)



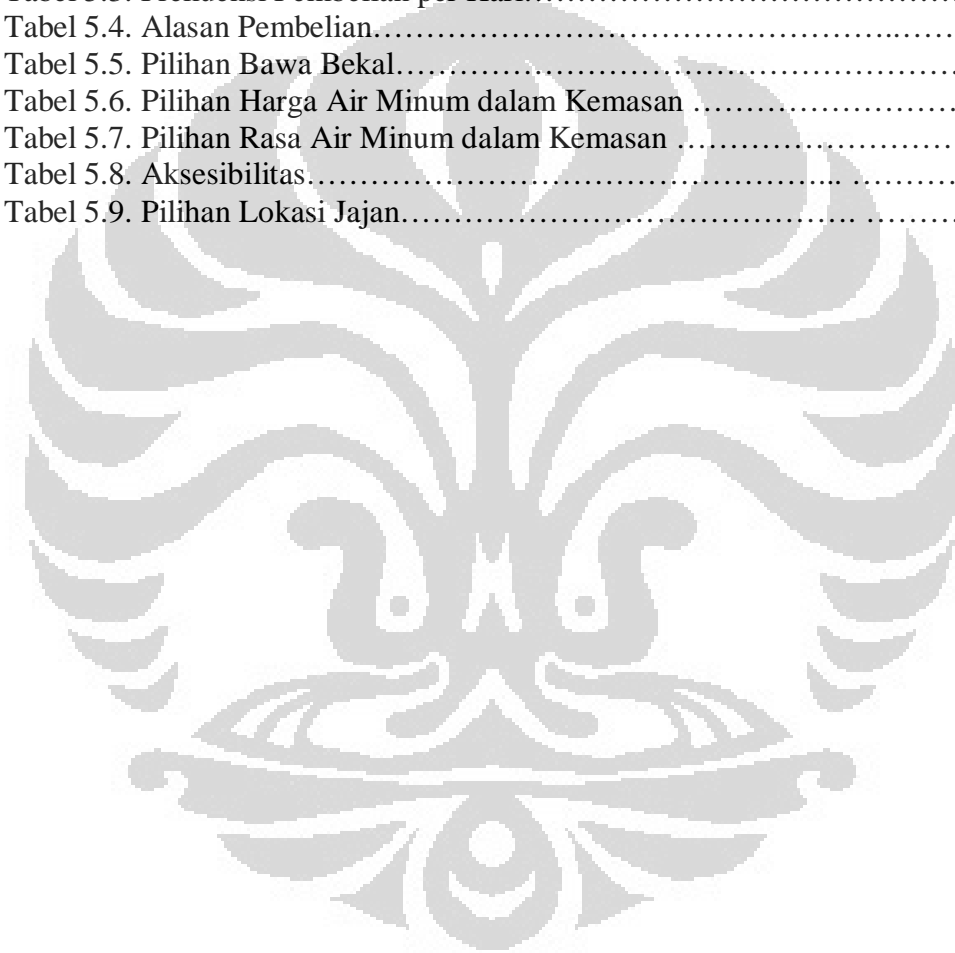
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR PETA.....	xiii
<b>1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan dan Definisi Operasional .....	3
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Perilaku Konsumen.....	6
2.1.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	6
2.1.2 Evaluasi Alternatif dalam Proses Pengambilan Keputusan.....	7
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	9
2.1.4 Faktor Pribadi.....	10
2.1.5 Faktor Sosial.....	10
2.2 Strategi Pemasaran.....	10
2.2.1 Atribut Produk.....	10
2.3 Karakteristik Kantin Sekolah.....	12
2.3.1 Konsep Kantin Sekolah.....	12
2.3.2 Pelayanan Kantin Sekolah.....	12
2.3.3 Kantin Sehat.....	14
2.3.4 Jenis Minuman di Kantin Sekolah Dasar.....	15
2.4 Teori Lokasi.....	16
2.4.1 Aksesibilitas.....	16
2.5 Perilaku Jajan Anak Sekolah Dasar.....	17
<b>3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1 Daerah Penelitian.....	20
3.2 Obyek Penelitian.....	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Sampel.....	20
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel.....	21
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.3.1 Data Primer.....	22

3.3.2	Data Sekunder.....	22
3.4	Pengolahan Data dan Pembuatan Peta.....	22
3.5	Analisis Data .....	23
3.6	Kerangka Penelitian.....	23
<b>4.</b>	<b>GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
4.1	Batas dan Luas Wilayah.....	25
4.2	Penggunaan Tanah.....	25
4.3	Sarana Pendidikan.....	26
4.4	Jumlah Siswa Sekolah Dasar Negeri .....	26
<b>5.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
5.1	Proses Pengambilan Keputusan.....	29
5.2	Faktor Perilaku Konsumen.....	29
5.2.1	Faktor Budaya.....	29
5.2.2	Faktor Sosial.....	29
5.2.3	Faktor Pribadi.....	31
5.2.4	Faktor Psikologis.....	36
5.3	Atribut Produk.....	36
5.3.1	Harga.....	36
5.3.2	Rasa.....	37
5.3.3	Kemasan dan Warna.....	38
5.4	Aksesibilitas.....	38
5.5	Perilaku Jajan Anak Sekolah Dasar.....	40
<b>6.</b>	<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>42</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>43</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

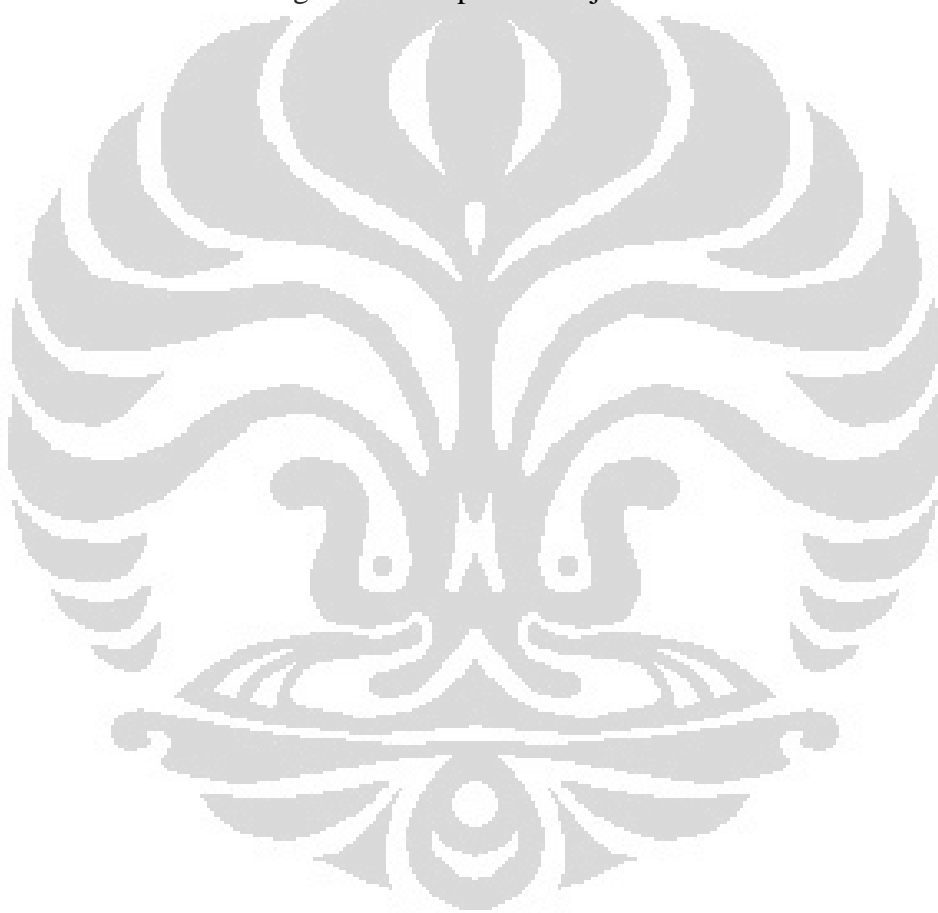
## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Luas Wilayah Per Kelurahan .....	25
Tabel 4.2. Luas Penggunaan Tanah.....	26
Tabel 4.3. Jumlah Sekolah .....	27
Tabel 4.4. Sarana Pendidikan Sekolah Dasar (SD)/MI .....	27
Tabel 4.5. Jumlah Siswa SDN Per kelurahan Duren Sawit .....	27
Tabel 5.1. Faktor Sosial dan Pribadi sebagai Pengaruh Pengambilan Keputusan....	30
Tabel 5.2. Klasifikasi Uang Saku per Hari.....	31
Tabel 5.3. Frekuensi Pembelian per Hari.....	33
Tabel 5.4. Alasan Pembelian.....	34
Tabel 5.5. Pilihan Bawa Bekal.....	35
Tabel 5.6. Pilihan Harga Air Minum dalam Kemasan .....	36
Tabel 5.7. Pilihan Rasa Air Minum dalam Kemasan .....	38
Tabel 5.8. Aksesibilitas.....	39
Tabel 5.9. Pilihan Lokasi Jajan.....	40



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Contoh Permukiman Kurang Teratur.....	5
Gambar 1.2. Contoh Permukiman Teratur.....	5
Gambar 1.3. Contoh Permukiman Sangat Teratur.....	5
Gambar 2.1. Contoh Minuman Rasa Kopi.....	16
Gambar 2.2. Contoh Minuman Rasa Buah.....	16
Gambar 2.3. Siklus Proses dan Faktor Pengambilan Keputusan Konsumen.....	17
Gambar 2.4. Pola Perilaku Jajan.....	19
Gambar 3.1. Kerangka Pikir Penelitian.....	24
Gambar 5.1. Faktor Pengambilan Keputusan Jajan Anak Sekolah Dasar.....	41



## DAFTAR PETA

- Peta 1 Administrasi Daerah Penelitian Kecamatan Duren Sawit
- Peta 2 Sebaran Populasi Sekolah Dasar Kecamatan Duren Sawit
- Peta 3 Sebaran Sampel Sekolah Dasar Kecamatan Duren Sawit
- Peta 4 Kondisi Permukiman Sekitar Sampel Sekolah Dasar Kecamatan Duren Sawit
- Peta 5 Persentase Faktor Sosial dan Pribadi yang Mempengaruhi Keputusan Jajan AMDK Anak SD
- Peta 6 Persentase Besar Uang Saku Anak SD
- Peta 7 Persentase Frekuensi Pembelian AMDK Anak SD Perhari
- Peta 8 Persentase Alasan Anak SD Memilih AMDK
- Peta 9 Persentase Anak SD yang Membawa Bekal
- Peta 10 Persentase Harga AMDK yang Dipilih Anak SD
- Peta 11 Persentase Rasa AMDK yang Dipilih Anak SD
- Peta 12 Aksesibilitas Anak SD Memilih Lokasi Jajan
- Peta 13 Persentase Lokasi Jajan yang Dipilih Anak SD
- Peta 14 Persentase Perilaku Jajan Anak SD Memilih AMDK



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Khusus negara berkembang laju pertumbuhan penduduk sangat tinggi setiap hari, sehingga mengakibatkan meningkatnya jumlah kebutuhan air (Surawira, 1996). Penambahan penduduk ini tidak hanya berdampak pada meningkatnya kebutuhan air tapi juga beriring dengan peningkatan pencemaran air dan sulitnya mengakses air bersih.

Jakarta mengalami krisis air bersih karena berkurangnya pasokan air baku kepada kedua operator PAM yang diduga akibat perbaikan pompa air baku oleh Perum Jasa Tirta (PJT) II. Sebanyak 81 kelurahan yang merupakan pelanggan air bersih di wilayah layanan Palyja mengalami gangguan pasokan air bersih yakni 38 kelurahan mengalami penghentian pasokan air bersih dan 43 kelurahan mengalami penurunan volume air bersih (Bambang, 2010). Perusahaan Air Minum (PAM) pemerintah yang menjadi harapan tidak mampu memenuhi kebutuhan air penduduk perkotaan secara memadai (Ramdhany, 2004). Sehingga masyarakat Indonesia khususnya di daerah perkotaan mengatasi kebutuhan konsumsi air kualitas bersih untuk diminum dengan cara menggunakan konsumsi air minum dalam kemasan (AMDK).

Menurut Hendro Baroeno Ketua Umum Aspadin, kebutuhan AMDK yang tinggi membuat industri AMDK di Indonesia berpeluang untuk terus tumbuh setiap tahun. Produksi AMDK mengalami peningkatan sepanjang tahun 2010 mencapai 13,7 miliar liter atau tumbuh 7,03% dibandingkan dengan tahun 2009 yaitu 12,8 miliar liter. Namun pertumbuhan AMDK ini pangsa pasarnya di Indonesia belum merata, sekitar 39% atau sekitar 4,99 miliar liter dari total produksi AMDK pada 2009 dikonsumsi wilayah Jabodetabek (Tri Wibowo & Kurniawan, 2010).

Tinggi kebutuhan atas AMDK sebesar 13 miliar liter pada tahun 2009 membuat banyak perusahaan AMDK baik di kota dan pedesaan. Hal ini berdampak membuat semakin tinggi persaingan dan semakin banyak pula pilihan yang dimiliki oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya mengetahui

apa yang benar-benar diinginkan oleh konsumen dan bagaimana perilakunya. Menurut Sciffman dan Kanuk perilaku konsumen merupakan "perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka" (Sumarwan, 2002: 25).

Disiplin perilaku konsumen berusaha mempelajari bagaimana konsumen mengambil keputusan dan memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan terlibat dalam pengambilan keputusan (Ramones, 2009). Dalam hal ini atribut yang melekat pada suatu produk dapat digunakan konsumen untuk menilai dan mengukur kesesuaian atribut produk dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Atribut produk (karakteristik produk) adalah suatu komponen sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli (Kotler, 1992). Atribut produk meliputi harga, kemasan, kualitas, desain produk, label, dan warna. Faktor kemasan diyakini merupakan salah satu komponen yang ikut dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih suatu produk (Wilastono, 2001).

Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa ada perbedaan selera minum antara kemasan, segmentasi umur, dan latar belakang sosial dalam mempengaruhi proses pembelian. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Hendro Wilastono pada tahun 2001 "Riset Evaluasi Persepsi Konsumen terhadap Kemasan Produk Teh Sosro", hasil riset menyimpulkan kemasan mempengaruhi pembelian Teh Botol Sosro. Penelitian lain mengenai kemasan juga dilakukan oleh Manahan Siahaan pada tahun 2003. Dalam penelitiannya "Analisis Atribut Minuman Ringan Produk Coca Cola Sebagai Faktor Kepuasan Pelanggan", hasil penelitian menyimpulkan bahwa atribut produk merupakan karakteristik yang dimiliki suatu objek memegang peranan penting terhadap konsumen dalam memilih produk minuman ringan. Serta begitu juga yang ditemukan oleh Donny Prima Putra pada tahun 2004 dalam penelitiannya "Penilaian dan Pemilihan Alternatif Merek dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Notebook".

Penelitian sejenis mengenai perilaku konsumen akan dilakukan, namun dengan konsep, sampel, dan objek penelitian yang berbeda berdasarkan sudut pandang geografi. Penelitian memetakan pola perilaku konsumen dengan dasar

*Behaviour Geography*, yaitu perbedaan dan persamaan perilaku pada wilayah penelitian. Perilaku yang dimaksud dilihat berdasarkan faktor-faktor pengambilan keputusan dalam memilih AMDK oleh siswa-siswi sekolah dasar.

Dalam penelitian ini alasan memilih sekolah dasar karena perilaku jajan anak sekolah dasar perlu mendapat perhatian khusus, anak sekolah dasar merupakan kelompok yang rentan terhadap penularan bakteri dan virus yang disebarkan melalui makanan, atau biasa disebut *food borne diseases*. Hal ini sangat berisiko mengganggu kesehatan jangka pendek maupun jangka panjang bagi anak sekolah (Sri, 2009) yang merupakan investasi dan menjadi generasi penerus sebuah bangsa (Judarwanto, 2009).

Sedangkan air minum dalam kemasan gelas dipilih karena menjadi favorit anak sekolah dasar. Jumlah sekolah dasar jauh lebih banyak dibanding dengan jumlah Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas di Jakarta Timur, Kecamatan Duren Sawit.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Dalam hal ini kajian geografi akan meriset tentang pola perilaku jajan anak sekolah dasar untuk produk AMDK dan menyajikannya dalam bentuk informasi keruangan. Masalah pada penelitian ini yaitu “bagaimana pola perilaku jajan AMDK anak Sekolah Dasar di Kecamatan Duren Sawit?” dan “apakah variabel penting yang dominan berpengaruh dan paling tidak berpengaruh dalam keputusan jajan AMDK anak Sekolah Dasar di Kecamatan Duren Sawit?”.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola perilaku jajan AMDK anak sekolah dasar di Kecamatan Duren Sawit dengan melihat variabel yang terkait.

## **1.4. Batasan dan Definisi Operasional**

Batasan dan definisi operasional dalam penelitian pola perilaku jajan AMDK anak sekolah dasar di Kecamatan Duren Sawit adalah sebagai berikut:



1. Daerah yang dikaji dalam penelitian ini adalah Kecamatan Duren Sawit Kota Administrasi Jakarta Timur.
2. Sekolah Dasar adalah sekolah dasar negeri pagi.
3. Titik sampel adalah lokasi absolut sekolah dasar berupa titik sebagai unit analisis.
4. Perilaku jajan adalah perilaku konsumen pada *level* anak sekolah dasar.
5. Pola yang dimaksud adalah pola keruangan.
6. Perilaku yang dimaksud adalah perilaku kurang sehat, perilaku bebas, dan perilaku sehat.
7. Variabel perilaku kurang sehat yaitu memilih atas pengaruh teman, uang saku Rp 500- Rp 4.900, alasan harga murah dan tampilan menarik, memilih produk harga Rp 1.000, pilihan rasa teh dan kopi, dan gerbang sekolah dibuka.
8. Variabel perilaku bebas yaitu memilih atas keputusan sendiri, uang saku RP 5.000- Rp 9.900, alasan suka rasa minuman, tidak membawa bekal, pilihan rasa buah, dan jajan di warung luar.
9. Variabel perilaku sehat yaitu memilih atas pengaruh orang tua dan guru, uang saku  $\geq$  Rp 10.000, memilih karena kesehatan, membawa bekal, memilih produk harga Rp 500, pilihan rasa air putih, jajan di kantin dalam sekolah, dan gerbang sekolah ditutup.
10. Obyek penelitian adalah siswa maupun siswi kelas 6 di sekolah dasar negeri dengan jam masuk sekolah pagi.
11. AMDK adalah semua air minum dalam kemasan gelas berbahan plastik yang disajikan di kantin sekolah tanpa melihat merek.
12. Pengambilan keputusan adalah kejadian anak SD membeli AMDK tanpa melihat prosesnya (cara pembayaran, lokasi, waktu, dan lain-lain).
13. Faktor pengambilan keputusan yang dipakai adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, strategi pemasaran, dan aksesibilitas.
14. Variabel dari faktor pribadi di antaranya psikologis, uang saku, frekuensi pembelian, kesehatan dan rasa enak sebagai alasan pembelian.
15. Variabel dari faktor sosial di antaranya teman, guru, dan orang tua sebagai pemberi pengaruh dalam keputusan pembelian.

16. Faktor strategi pemasaran yang dipakai yaitu atribut produk variabelnya yaitu harga, rasa minuman, warna dan kemasan yang menarik.
17. Rasa minuman yaitu air putih, teh, kopi, dan buah.
18. Minuman rasa kopi adalah minuman kopi campuran seperti kopi susu, *capucino*, dan sejenisnya.
19. Aksesibilitas siswa yang dimaksud dilihat dari sekolah dengan variabel gerbang dibuka atau ditutup terkait pilihan lokasi dengan variabel jajan di kantin dalam sekolah atau di warung luar sekolah.
20. Warung di luar sekolah adalah tempat jajan anak sekolah yang berupa warung kecil, bukan pedagang jajanan tradisional.
21. Variabel penting dilihat dari alasan membeli dan pengaruh (sosial dan pribadi).
22. Kondisi permukiman sekitar sampel sekolah dasar adalah model konsep persamaan dan perbedaan kondisi sosial dilihat dari permukiman sekitar sampel sekolah dasar tempat responden tinggal, dibagi menjadi permukiman kurang teratur, permukiman teratur, dan pemukiman sangat teratur.
23. Permukiman kurang teratur seperti:



**Gambar 1.1: Contoh Permukiman Kurang Teratur**

24. Permukiman teratur seperti:



**Gambar 1.2: Contoh Permukiman Teratur**

25. Permukiman sangat teratur seperti :



**Gambar 1.3: Contoh Permukiman Sangat Teratur**

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Perilaku Konsumen**

American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen adalah interaksi, "interaksi dinamis antara pengaruh kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar kita di mana manusia melakukan aspek penukaran dalam hidup mereka" (Peter dan Olson 1999: 6). Sedangkan Sciffman dan Kanuk mengatakan "istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka", (Sumarwan, 2002: 25).

Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian, pembelian, penggunaan beragam produk, dan merek di setiap periode tertentu. Berbagai macam keputusan mengenai aktifitas kehidupan sering dilakukan oleh setiap konsumen. Konsumen melakukan keputusan setiap hari atau setiap periode tanpa menyadari bahwa mereka telah mengambil keputusan. Disiplin perilaku konsumen berusaha mempelajari bagaimana konsumen mengambil keputusan dan memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan terlibat dalam pengambilan keputusan (Ramones, 2009).

##### **2.1.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**

Perilaku konsumen menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Menurut Hansen pada tahun 1976 keputusan mencakup pilihan di antara dua atau beberapa kemungkinan tindakan (perilaku), "Keputusan selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda" (Peter dan Olson, 1999: 150).

Membuat keputusan merupakan salah satu dari tiga perspektif dalam studi perilaku konsumen. Dari perspektif ini, pembelian terjadi karena merasakan adanya masalah, selanjutnya bergerak melalui proses yang rasional untuk memecahkan masalah tersebut. Perspektif ini menggambarkan konsumen yang berfungsi menggunakan rangkaian tindakan saat membuat pembelian (Mowen dan Minor, 1998). Tindakan ini meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi,

evaluasi alternatif, memilih/ membeli produk (Solomon, 1996: 268; Wells dan Prensky, 1996: 349), dan evaluasi setelah akuisisi/ pembelian (Assael, 1992: 36; Hanna dan Wozniak: 294; Mowen dan Minor, 1998: 349).

Secara umum, proses tersebut merupakan pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas lima tahap (Kotler, 2005: 224), yaitu:

1. Pengenalan masalah

Tahapan pertama dimana ada pengenalan kebutuhan, pembeli menyadari ada kesenjangan di antara keadaan aktual dan keadaan yang diharapkan konsumen. Kebutuhan dapat dirasakan baik melalui rangsangan dari luar maupun dari dalam diri seperti rasa lapar dan haus.

2. Pencarian informasi

Tahapan kedua, ketika para pembeli telah mengidentifikasi satu kebutuhan dan mencari informasi tentang cara memenuhi kebutuhan tersebut. Pencarian informasi bisa bersifat internal seperti pengalaman masa lalu (pribadi di dalam diri) maupun bersifat eksternal bersumber pada rujukan orang lain (orang tua, teman, guru) atau media massa.

3. Evaluasi alternatif

Tahapan ketiga, tahapan ini berdasarkan informasi yang terkumpul pembeli mengidentifikasi dan mengevaluasi cara-cara untuk memenuhi kebutuhan, mencari pilihan terbaik dari berbagai macam pilihan menyangkut dengan kualitas, harga, waktu, dan faktor lain yang dianggap penting.

4. Keputusan pembelian

Tahap keempat akan dilalui setelah mempertimbangkan berbagai pilihan yang mungkin. Tahap ini penentuan jadi tidaknya membeli.

5. Perilaku pasca pembelian

Tahap ini adalah tahap terakhir setelah melakukan pembelian produk. Para pembeli (konsumen) secara resmi atau tidak resmi melakukan penilaian (evaluasi) hasil pembelian dari terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan. Penilaian ini menimbulkan rasa kepuasan atau ketidakpuasan.

### **2.1.2 Evaluasi Alternatif dalam Proses Pengambilan Keputusan**

Proses evaluasi alternatif dilakukan bersamaan dengan proses pencarian atau dapat timbul hanya setelah konsumen mengidentifikasi dan memperoleh

informasi yang memadai mengenai alternatif yang tersedia. Tujuannya menentukan kumpulan pilihan dan membandingkan atribut alternatif yang tercakup di dalamnya. Ada dua kegiatan dalam proses evaluasi. Pertama, membatasi alternatif agar dapat dikelola besar jumlahnya. Kedua, mengevaluasi atribut setiap alternatif untuk memilih opsi terbaik (Hanna dan Wozniak, 2001: 229).

Evaluasi alternatif dapat didefinisikan sebagai proses dimana suatu alternatif dievaluasi dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Keputusan harus diambil pada awalnya mengenai alternatif mana yang harus dipertimbangkan dan kriteria evaluatif mana yang akan digunakan dalam menilai alternatif. Kinerja relatif dari alternatif-alternatif yang dipertimbangkan di sepanjang kriteria evaluatif, kemudian harus diputuskan. Kaidah keputusan pun diterapkan pada penilaian ini guna memilih alternatif tertentu (Engel, *et al.*, 1995: 174-175).

Evaluasi alternatif juga bisa berupa, “evaluasi terhadap merek yang berbeda, yang tersimpan dalam *ingatan (evoked set)* konsumen, berlangsung dalam dua tahapan: (1) konsumen memilih kriteria evaluatif tertentu, dan (2) konsumen menentukan kaidah keputusan guna menggabungkan kriteria itu menjadi suatu pilihan” (Wells dan Prensky, 1996: 354),

Saat mengevaluasi alternatif yang potensial, konsumen cenderung menggunakan dua tipe informasi: (1) daftar merek dari mana merek direncanakan untuk membuat *pilihan (evoked set)*, dan kriteria yang mereka gunakan untuk mengevaluasi setiap merek. *Evoked set* berhubungan dengan merek spesifik yang dipertimbangkan konsumen dalam membuat pembelian dalam kategori produk khusus (Sciffman dan Kanuk, 2000: 446-448).

Konsumen memilih di antara berbagai produk dengan beberapa cara bergantung pada banyak sedikitnya upaya yang mereka habiskan. Konsumen menerapkan prosedur evaluatif yang berbeda dalam membandingkan ciri-ciri khusus yang dianggap paling penting dari beberapa merek yang dipertimbangkan untuk mengambil keputusan yang akan menghasilkan hanya satu merek pilihan (Primaputra, 2004).

Evaluasi alternatif memanfaatkan kriteria evaluatif-standar dan spesifikasi yang digunakan oleh konsumen untuk membandingkan produk dan merek yang berbeda (Engel, *et al.*, 1995: 137). Terdapat dua sasaran pengukuran kriteria evaluatif: mengidentifikasi kriteria yang digunakan dan memperkirakan kepentingan relatif (Engel, *et al.*, 1995: 181 dan Hawkins, 2002: 102). Penggunaan kriteria evaluatif, standar kinerja minimum kriteria evaluatif, kepentingan relatif terhadap kriteria evaluatif, perbedaan evaluatif alternatif merek yang dipertimbangkan menjadi variabel bebas (Primaputra, 2004).

### **2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian tertentu. Perilaku pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Kotler, 2005).

#### **1. Faktor budaya**

Faktor budaya memiliki pengaruh yang paling luas dan dalam. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Anak-anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarga dan lembaga penting lainnya. Budaya juga memiliki sub-budaya misalnya seperti agama, kebangsaan, kelompok ras, dan wilayah geografis (Kotler, 2005).

#### **2. Faktor sosial**

Faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Kelompok berpengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan yang terdiri dari kelompok primer dan kelompok sekunder (Kotler, 2005).

#### **3. Faktor pribadi**

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi meliputi usia, lingkungan rumah (media massa), keadaan ekonomi (penghasilan), gaya hidup (berasal dari sub budaya, kelas sosial) serta kepribadian dan konsep diri pembeli (ciri bawaan psikologi manusia seperti kepercayaan diri, kehormatan,

kemampuan bersosialisasi, kemampuan beradaptasi, dan sebagainya) (Kotler, 2005).

#### 4. Faktor psikologis

Pilihan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama. Pertama faktor motivasi merupakan kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak. Kedua faktor persepsi merupakan proses yang digunakan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Ketiga faktor pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang berdasarkan pengalaman. Keempat faktor keyakinan dan sikap merupakan gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu. Keyakinan seseorang mengenai suatu merek akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Kotler, 2005).

##### **2.1.4 Faktor Pribadi**

Pada anak sekolah dasar variabel dari faktor pribadi yang berpengaruh di antaranya alasan memilih seperti alasan kesehatan dan rasanya enak (konsep diri), uang saku (keadaan ekonomi), dan bawa bekal atau tidak (Suci, 2009).

##### **2.1.5 Faktor Sosial**

Pada anak sekolah dasar variabel dari faktor sosial yang berpengaruh adalah orang tua, teman sekolah, dan guru yang berinteraksi secara terus menerus secara langsung (Suci, 2009). Guru dan orang tua berperan dalam memberikan pengertian dan pengetahuan kepada anak-anak mengenai dampak negatif yang timbul apabila jajan di sembarang tempat (BPOM, 2007). Ada pun kelompok sosial sekunder seperti kelompok pengajian, ekstra kurikuler, dan bimbingan belajar yang cenderung formal dan berinteraksi tidak rutin.

## **2.2 Strategi Pemasaran**

### **2.2.1 Atribut Produk**

Atribut adalah sesuatu yang menggambarkan karakteristik dari suatu produk atau jasa, seperti apa yang dipikirkan konsumen terhadap suatu produk atau jasa atau apa yang terkandung di dalam pembelian atau penggunaan produk atau jasa (Keller, 1998). Atribut adalah karakteristik atau ciri-ciri yang dimiliki

atau tidak dipunyai oleh suatu objek, bisa produk, orang atau perusahaan (Mowen dan Minor, 1998: 242).

Syarat suatu produk adalah adanya atribut yang mendukungnya karena jika tidak ada atribut yang mendukung maka bukanlah suatu produk. Atribut produk (karakteristik produk) adalah suatu komponen sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli (Kotler, 1992). Atribut yang melekat pada suatu produk dapat digunakan konsumen untuk menilai dan mengukur kesesuaian atribut produk dengan kebutuhan dan keinginannya. Bagi perusahaan dengan mengetahui atribut-atribut produk maka dapat diketahui atribut yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian sehingga diperoleh strategi untuk mengembangkan dan menyempurnakan produk agar lebih memuaskan konsumen.

Atribut produk terbagi menjadi dua. Pertama atribut yang berwujud (*tangible*) merupakan suatu ciri-ciri produk yang nyata terlihat (berwujud), antara lain meliputi harga, kemasan, kualitas, desain produk, label, dan warna. Kedua, atribut yang tidak berwujud (*intangible*) merupakan suatu ciri produk yang tidak terlihat (berwujud), seperti nama baik dan popularitas dari perusahaan penghasil produk tersebut. Seringkali atribut yang tidak berwujud juga terdapat pada pandangan atau *image* konsumen terhadap merek yang diberikan perusahaan.

Atribut yang digunakan dalam penelitian sebelumnya oleh Manahan Siahaan pada tahun 2003 dalam penelitiannya “Analisis Atribut Minuman Ringan Produk Coca Cola Sebagai Faktor Kepuasan Pelanggan” adalah yang berwujud dan tidak berwujud yaitu rasa, kualitas, kemudahan memperolehnya, iklan, kemasan, merek, harga, aroma, dan warna.

Dalam penelitian ini atribut yang digunakan adalah atribut berwujud yaitu rasa (air putih, teh, kopi, dan buah), harga (Rp 500 dan Rp 1.000), warna kemasan, dan bentuk kemasan (menarik atau tidak) dari air minum kemasan gelas.



## 2.3 Karakteristik Kantin Sekolah

### 2.3.1 Konsep Kantin Sekolah

Layanan kantin merupakan salah satu bentuk layanan khusus di sekolah yang berusaha menyediakan makanan dan minuman yang dibutuhkan siswa atau personil sekolah. Good pada tahun 1959 dalam bukunya *Dictionary of Education* mengatakan bahwa: “*cafeteria a room or building in which public school pupils or college student select prepared food and serve themselves*”. Kantin sekolah adalah suatu ruang atau bangunan yang berada di sekolah maupun perguruan tinggi, di mana menyediakan makanan sehat untuk siswa yang dilayani oleh petugas kantin (Depdiknas, 2007).

### 2.3.2 Pelayanan Kantin Sekolah

William H. Roe dalam bukunya *School Business Management* menyebutkan beberapa tujuan yang dapat dicapai melalui penyediaan layanan kantin di sekolah (Depdiknas, 2007):

1. Memberikan kesempatan kepada murid untuk belajar memilih makanan yang baik atau sehat;
2. Memberikan bantuan dalam mengajarkan ilmu gizi secara nyata;
3. Menganjurkan kebersihan dan kesehatan;
4. Menekankan kesopanan dalam masyarakat, dalam bekerja, dan kehidupan bersama;
5. Menekankan penggunaan tata krama yang benar dan sesuai dengan yang berlaku di masyarakat;
6. Memberikan gambaran tentang manajemen yang praktis dan baik;
7. Menunjukkan adanya koordinasi antara bidang pertanian dengan bidang industri; dan
8. Menghindari terbelinya makanan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebersihannya dan kesehatannya.

Dalam menyelenggarakan atau mendirikan kantin sekolah yang baik hendaknya memperhatikan hal-hal berikut ini (Depdiknas, 2007):

1. Kantin sekolah hendaknya tidak dipandang sebagai suatu penciptaan keuntungan di sekolah;

2. Program kantin sekolah harus dipandang sebagai bagian integral dari program sekolah secara keseluruhan;
3. Harga makanan dan minuman harus dapat dijangkau oleh daya beli siswa;
4. Penyajian dan pelayanan makanan harus memadai dan cepat;
5. Gedung atau ruang kantin harus strategis karena akan sangat mempengaruhi keefektifan operasi dan koordinasi program-program kantin;
6. Personil-personil kantin harus bertanggung jawab atas makanan yang bergizi dan menarik, serta menjamin selera pembeli;
7. Memberikan kebijaksanaan keuangan (diskon) dapat mendorong berkembangnya program kantin, karena dapat menarik pembeli; dan
8. Program kantin harus menyeimbangkan antara kapasitas makanan dan harga, begitu juga gizi.

Terkait dengan bentuk pelayanan kantin sekolah, terdapat 3 (tiga) alternatif bentuk layanan (Depdiknas, 2007), yaitu:

1. *Self service system*, sistem pelayanan dimana pembeli melayani dirinya sendiri makanan yang diinginkan;
2. *Wait service system*, sistem pelayanan dimana pembeli menunggu dilayani oleh petugas kantin sesuai dengan pesanan; dan
3. *Tray service system*, sistem pelayanan dimana pembeli dilayani petugas kantin dan penyajian makanannya dengan menggunakan baki atau nampan.

Kantin sekolah memberikan peluang untuk mengembangkan tingkah laku dan kebiasaan positif di kalangan siswa. Hal-hal berikut dapat diperhitungkan oleh kepala sekolah untuk memperbaiki lingkungan kantin sekolah (Depdiknas, 2007):

1. Menentukan prosedur untuk menutup dan membuka kantin atau kapan anak-anak memasuki dan meninggalkan kantin;
2. Memperhatikan semua perilaku murid dalam kantin;
3. Menyusun suatu aturan pembayaran yang tidak merugikan kantin;
4. Membuat pengaturan tempat duduk yang serasi;
5. Menentukan aturan-aturan bagi perilaku anak-anak di meja makan;
6. Mengatur dekorasi, seperti: lukisan dan poster-poster kesehatan;
7. Menyajikan musik selama jam makan siang;

8. Mengatur anak-anak yang makan siang dengan membawa makanan sendiri; dan
9. Menyusun prosedur pengembalian baki atau nampan pada saat meninggalkan ruang makan.

Keberadaan kantin di sekolah, tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum siswa semata, namun juga dapat dijadikan sebagai wahana untuk mendidik siswa tentang kesehatan, kebersihan, kejujuran, saling menghargai, disiplin, dan nilai-nilai lainnya (Depdiknas, 2007).

### **2.3.3 Kantin Sehat**

Kantin yang sehat secara fisik harus mempunyai sarana dan prasarana memadai. Berdasarkan fisiknya kantin dapat dibedakan menjadi kantin tertutup dan kantin terbuka. Keduanya harus memiliki ruang pengolahan dan tempat penyajian makanan yang tertutup dengan sarana dan prasarana seperti sumber air bersih, tempat penyimpanan, tempat pengolahan, tempat penyajian dan ruang makan, fasilitas sanitasi, perlengkapan kerja, dan tempat pembuangan limbah (Putri, 2008).

Kedua jenis kantin harus mempunyai suplai air bersih yang cukup seperti untuk kebutuhan pengolahan, pencucian, dan pembersihan. Air yang digunakan harus bebas mikroba dan bahan kimia, tidak berwarna dan berbau, dan memenuhi standar baku air yang sehat.

Tempat penyimpanan yang dimaksud adalah tempat penyimpanan untuk makanan jadi yang siap disajikan, untuk bahan bukan pangan, dan tempat penyimpanan peralatan. Tempat penyimpanan harus mudah dibersihkan dan bebas dari hama seperti serangga, binatang pengerat seperti tikus, burung, atau mikroba dan tempat penyimpanan memiliki sirkulasi udara. Untuk bahan mentah termasuk bumbu dan bahan tambahan pangan tempat penyimpanannya harus terpisah dengan produk atau makanan yang siap disajikan.

Ruang pengolahan harus selalu dalam keadaan bersih dan terpisah dari ruang penyajian dan ruang makan, dan harus tertutup Terdapat tempat/ meja yang permanen dengan permukaan halus, tidak bercelah, dan mudah dibersihkan. Ada ventilasi yang cukup agar udara panas dan lembab di dalam ruangan pengolahan dapat dibuang keluar dan diganti dengan udara segar.

Tempat penyajian yang dimaksud seperti lemari *display* dan etalase yang memungkinkan konsumen dapat melihat makanan yang disajikan dengan jelas. Tempat penyajian ini harus tertutup agar makanan terhindar dari debu, serangga, dan hama lainnya.

Ruang makan di kantin menyediakan meja dan kursi dalam jumlah yang cukup dan nyaman. Meja dan kursi tersebut harus selalu dalam keadaan bersih, tidak berdesakan sehingga setiap konsumen dapat leluasa bergerak. Permukaan meja juga harus mudah dibersihkan.

Fasilitas sanitasi harus tersedia seperti bak cuci piring dan peralatan dengan air mengalir serta rak pengering. Tersedia wastafel dengan sabun/detergen dan lap bersih atau tisu di tempat makan dan di tempat pengolahan/ persiapan makanan. Tersedia suplai air bersih yang cukup, baik untuk kebutuhan pengolahan maupun untuk kebutuhan pencucian dan pembersihan. Lalu tersedia alat cuci/ pembersih yang terawat baik seperti sapu lidi, sapu ijuk, selang air, kain lap, sikat, kain pel, dan bahan pembersih seperti sabun/ deterjen dan bahan sanitasi.

Perlengkapan kerja karyawan kantin yang harus disediakan antara lain baju kerja, tutup kepala, dan celemek berwarna terang, serta lap yang bersih. Tempat penyimpanan uang harus khusus dan terpisah jauh dari tempat penyajian makanan karena uang sumber kontaminasi. Sebaiknya penjaga kasir dan pengolah makanan orang yang berbeda.

Tempat pembuangan limbah di kantin harus tersedia dan jumlahnya cukup serta selalu tertutup. Jarak kantin dengan tempat penampungan sampah sementara minimal 20 meter. Sampah harus dibuang secara berkala dan teratur dan dibuang pada tempatnya. Terdapat selokan atau saluran pembuangan air. Terdapat lubang angin yang berfungsi untuk mengalirkan udara segar dan membuang limbah gas hasil pemasakan makanan.

#### **2.3.4 Jenis Minuman di Kantin Sekolah Dasar**

Minuman yang dijual pada kantin sekolah dasar sangat variatif. Mayoritas ditemukan dalam kemasan gelas. Jika dikelompokkan menurut rasa antara lain minuman air mineral, teh, kopi, dan rasa buah. Biasanya setiap rasa ditemukan merek yang berbeda-beda, misalnya untuk air mineral ada Aqua, Vit, Mayo,

Anda, Quary, Airmax, dll. Untuk rasa teh ada Teh Gelas, Teh Rio, dan Arinda. Untuk rasa kopi ada Granita dan Kopiyyess. Untuk rasa buah ada Okky Jelly Drink, Fruitamin, dan Ale-Ale.



**Gambar 2.1: Contoh Minuman Rasa Kopi**

**Sumber:**

<http://www.kaskus.us/showthread.php?t=5043933&page=29>



**Gambar 2.2: Contoh Minuman Rasa Buah**

**Sumber:**

<http://beverages-solutions.blogspot.com/2010/06/perkembangan-minuman-cup-di-indonesia.html>

## 2.4 Teori Lokasi

Model yang sederhana dari teori lokasi adalah memperoleh keuntungan ekonomi dengan cara meminimalkan biaya transportasi. Letak suatu tempat belanja, diharapkan dalam suatu lokasi yang baik atau optimal. Lokasi optimal adalah lokasi yang terbaik secara ekonomis (Daldjoeni, 1992). Bagi anak sekolah dasar untuk lokasi jajan yang ekonomis berarti jarak yang dekat dari kelas, bisa jadi jajan di kantin atau di warung luar sekolah.

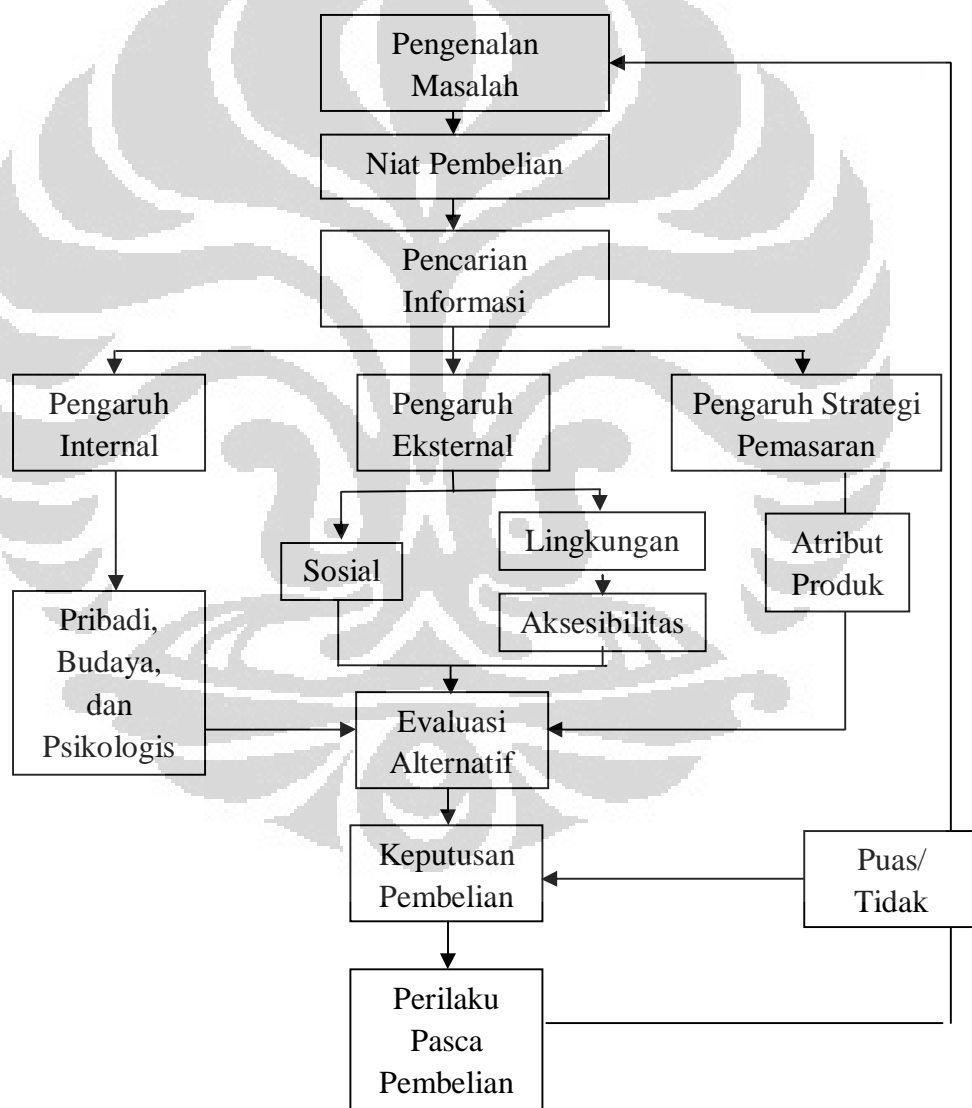
### 2.4.1 Aksesibilitas

Untuk pemilihan lokasi jajan anak sekolah dasar sangat dipengaruhi aksesibilitas, yaitu kebijakan sekolah untuk membuka gerbang atau tidak saat jam istirahat. Sebagian besar Sekolah Dasar gerbangnya ditutup saat jam istirahat.

Kualitas makanan di kantin dalam sekolah lebih terjamin dibanding di tempat-tempat lain di luar sekolah (Suci, 2009).

## 2.5 Perilaku Jajan Anak Sekolah Dasar

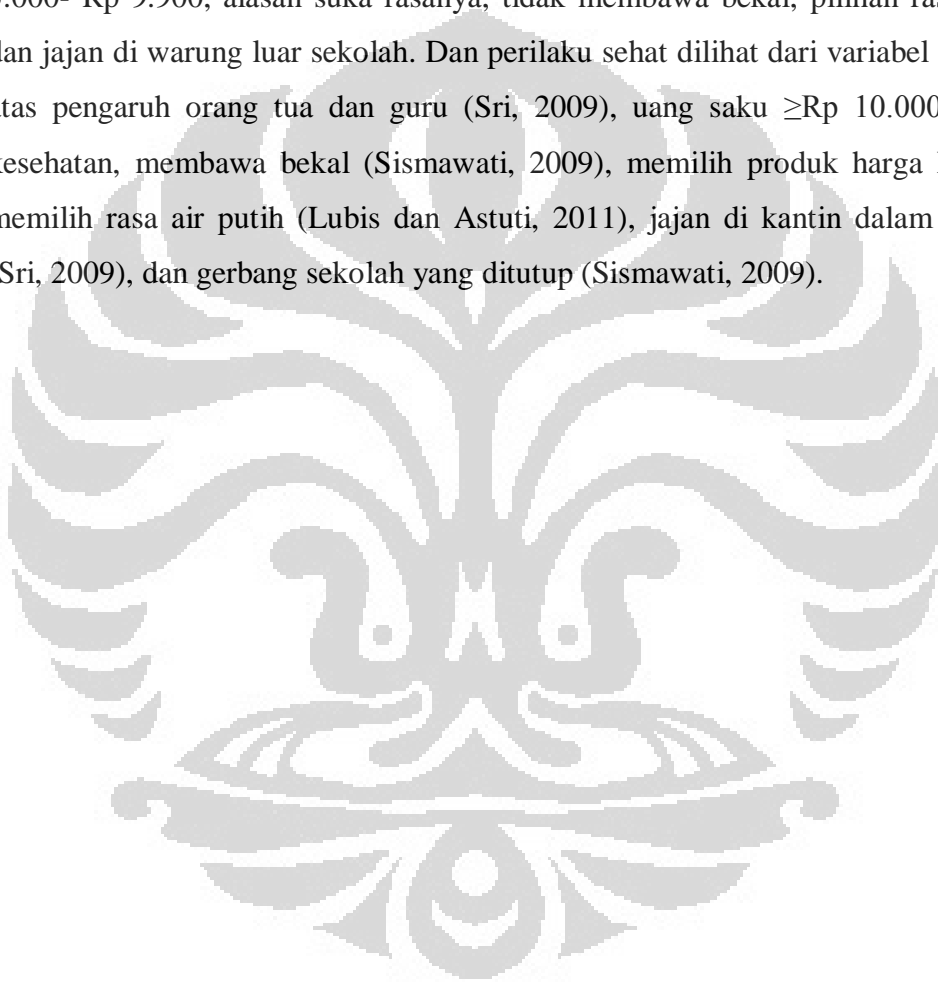
Menurut Amstrong dan Kotler (1997: 177) keputusan pembelian konsumen akan terwujud untuk membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa muncul di antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut ditunjukkan dalam gambar berikut ini.

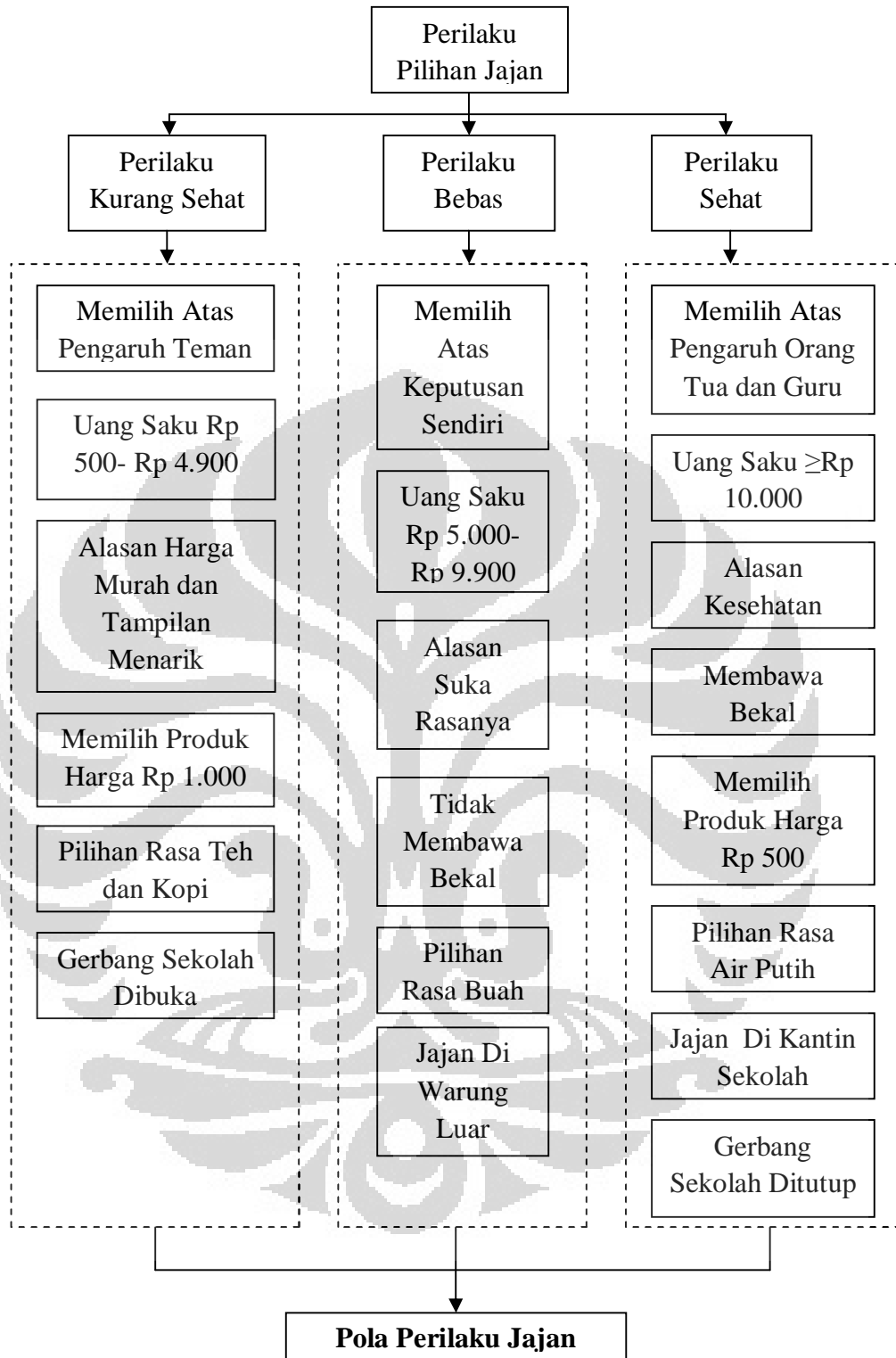


**Gambar 2.3: Siklus Proses dan Faktor Pengambilan Keputusan Konsumen**

Sumber: Amstrong dan Kotler (1997)

Dalam hal ini perilaku jajan anak sekolah dasar dibagi menjadi tiga, yaitu perilaku kurang sehat, perilaku bebas, dan perilaku sehat (Gambar 2.4). Perilaku kurang sehat dilihat dari variabel di antaranya memilih karena pengaruh teman, uang saku Rp 500- Rp 4.900, alasan harga murah dan tampilan menarik, memilih produk harga Rp 1.000, pilihan rasa teh dan kopi, dan gerbang sekolah dibuka. Perilaku bebas dilihat dari variabel memilih atas keputusan sendiri, uang saku Rp 5.000- Rp 9.900, alasan suka rasanya, tidak membawa bekal, pilihan rasa buah, dan jajan di warung luar sekolah. Dan perilaku sehat dilihat dari variabel memilih atas pengaruh orang tua dan guru (Sri, 2009), uang saku  $\geq$ Rp 10.000, alasan kesehatan, membawa bekal (Sismawati, 2009), memilih produk harga Rp 500, memilih rasa air putih (Lubis dan Astuti, 2011), jajan di kantin dalam sekolah (Sri, 2009), dan gerbang sekolah yang ditutup (Sismawati, 2009).





**Gambar 2.4: Pola Perilaku Jajan**



## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Daerah Penelitian**

Pada penelitian ini daerah yang menjadi kajian adalah Kecamatan Duren Sawit Kotamadya Jakarta Timur. Unit analisis yang dipakai adalah titik lokasi sekolah dasar dan murid kelas 6 sebagai obyek penelitian.

#### **3.2 Obyek Penelitian**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti bisa berupa sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang dijadikan obyek penelitian (Mustafa, 2003). Populasi terdiri atas sekumpulan obyek yang menjadi pusat perhatian, yang di dalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Karena penelitian ini membahas tentang bagaimana pola perilaku jajan AMDK anak-anak sekolah dasar di Kecamatan Duren Sawit, sehingga populasi pada penelitian ini adalah seluruh anak sekolah dasar di 77 sekolah dasar pagi yang ada di Kecamatan Duren Sawit yaitu 10.385 siswa (Duren Sawit, 2010).

##### **3.2.2. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi. Sampel adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci (Mustafa, 2003). Sampel pada penelitian ini adalah 370 berbanding 10.385 siswa sekolah dasar di Kecamatan Duren Sawit (Sekaran, 1992) dengan rincian pembagian lokasi sekolah sebagai berikut:

1. Tujuh puluh tujuh Sekolah Dasar Negeri pagi se-Kecamatan Duren Sawit, dan dari 77 sekolah diambil 21 sekolah sebagai titik sampel dan unit analisis, ini dikarenakan:
  - a. Banyaknya lokasi sekolah yang menumpuk (satu lokasi bisa terdapat 2 sampai 4 sekolah sekaligus). Jika ada hal seperti itu dipilih satu sekolah yang terbanyak muridnya untuk alasan efektifitas dan ketersediaan data;

b. Mendapatkan sebaran merata yang proporsional secara ruang (sebaran lokasi sekolah merata dalam satu Kecamatan).

2. Komposisinya:

- Kelurahan Duren Sawit 3 sekolah dari 14 sekolah pagi,
- Kelurahan Klender 5 sekolah dari 15 sekolah pagi,
- Kelurahan Malaka Jaya 1 sekolah dari 11 sekolah pagi,
- Kelurahan Malaka Sari 1 sekolah dari 8 sekolah pagi,
- Kelurahan Pondok Bambu 5 sekolah dari 15 sekolah pagi,
- Kelurahan Pondok Kelapa 3 sekolah dari 8 sekolah pagi,
- Kelurahan Pondok Kopi 3 sekolah dari 6 sekolah pagi, dan
- setiap titik sampel jumlah responden berbeda mengikuti kaidah  $370: 10.385$ , atau 3,6% dari jumlah total siswa di sekolah. Karena tingginya homogenitas sampel 3,6% menjadi 2,8%.

### 3.2.3. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam menentukan lokasi titik sampel sekolah dasar melalui *area sampling*. Teknik *area sampling* dipilih karena populasi penelitiannya tersebar di berbagai wilayah (Mustafa, 2003). Teknik ini sangat tepat karena melihat lokasi sekolah dasar yang tersebar di tujuh kelurahan dengan jumlah yang beragam.

Teknik pemilihan titik sampel pada penelitian ini akan dilakukan pada semua kelurahan di Kecamatan Duren Sawit yaitu Kelurahan Duren Sawit, Kelurahan Klender, Kelurahan Malaka Jaya, Kelurahan Malaka Sari, Kelurahan Pondok Bambu, Kelurahan Pondok Kelapa, dan Kelurahan Pondok Kopi. Dari setiap kelurahan tersebut dipilih titik sampel secara acak dengan lokasi proporsional secara ruang. Jika ada sekolah yang mengumpul dipilih satu sekolah dasar yang memiliki jumlah siswa terbanyak sebagai titik sampel.

Jumlah titik sampel dalam setiap kelurahan tidak sama. Hal ini terjadi karena jumlah sekolahnya berbeda-beda dan lokasinya yang beragam. Oleh karena itu dipakai teknik *area sampling*.

### 3.3. Metode Pengumpulan Data

Data dan informasi yang diperlukan untuk mengkaji permasalahan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

#### 3.3.1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya. Dalam hal ini berarti mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Dalam menyusun kuesioner, yang diberikan adalah pertanyaan tertutup (*close ended questions*). Hal ini selain memudahkan dalam melakukan penilaian jawaban responden dan menganalisis data, tapi juga memudahkan responden untuk menjawab karena telah tersedianya pilihan jawaban. Guru setempat didelegasikan untuk memilih siswa siswi yang menjadi responden.

#### 3.3.2. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dengan melakukan pencarian dan pemilihan dokumen-dokumen, serta literatur yang mendukung yaitu:

1. Data Jumlah Siswa per Sekolah Dasar se-Kecamatan Duren Sawit dari Kasi Dikdas Kecamatan Duren Sawit,
2. Administrasi Kecamatan Duren Sawit (Mastra, 2007), dan
3. Persebaran Sekolah Dasar Negeri (Mastra, 2007).

### 3.4. Pengolahan Data dan Pembuatan Peta

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini akan melewati beberapa tahapan yaitu:

1. memplot semua lokasi sekolah dasar di Kec. Duren Sawit,
2. data yang diperoleh berupa angka dari kuesioner dibuat matriks hasil kuesioner,
3. supaya seragam data angka pada matriks dirubah menjadi bentuk persentase 0%-100% (terlampir),
4. data persentase khusus variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan disajikan dalam peta satu per satu (kesehatan, uang saku, sosial, dan lainnya),
5. data variabel-variabel penentu perilaku kurang sehat (gerbang dibuka, pengaruh teman, harga murah, dll), perilaku bebas (keputusan sendiri, jajan di

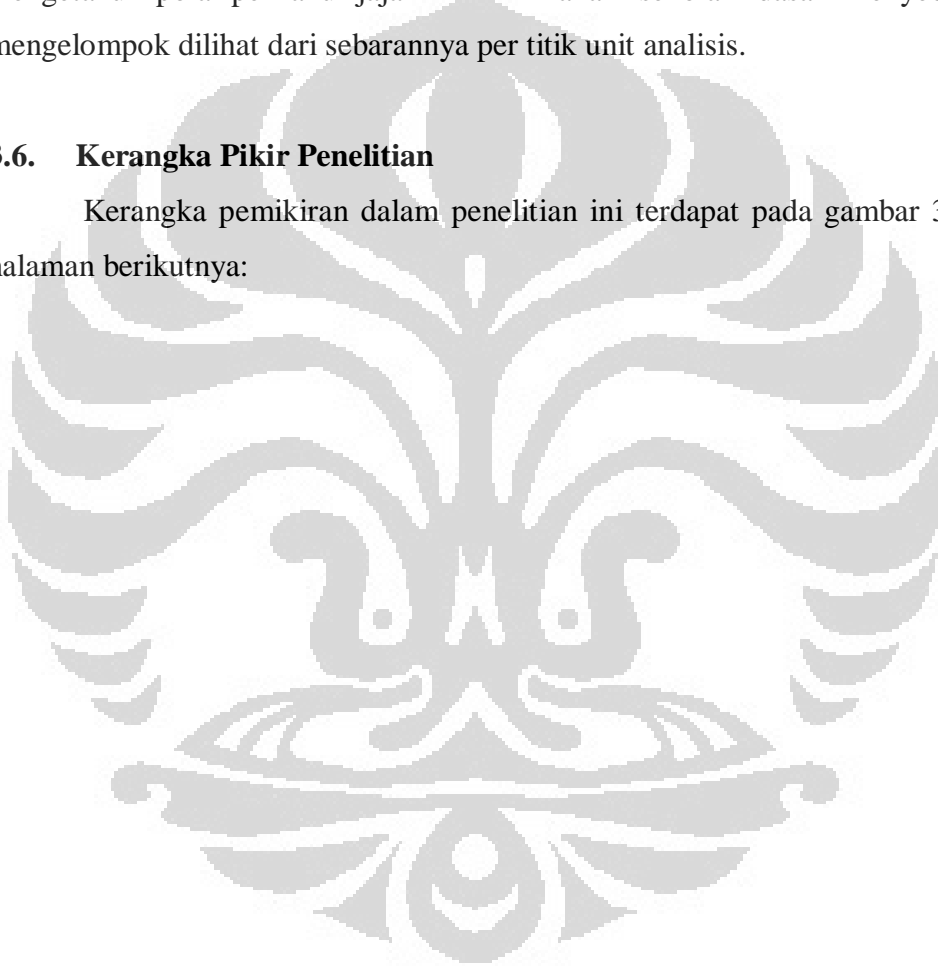
warung luar, dll), dan perilaku sehat (pilihan rasa air putih, membawa bekal, pengaruh guru, dll) disatukan dalam bentuk *Pie Chart* dengan perilaku kurang sehat berwarna merah, perilaku bebas berwarna kuning, dan perilaku sehat berwarna hijau menghasilkan peta perilaku jajan.

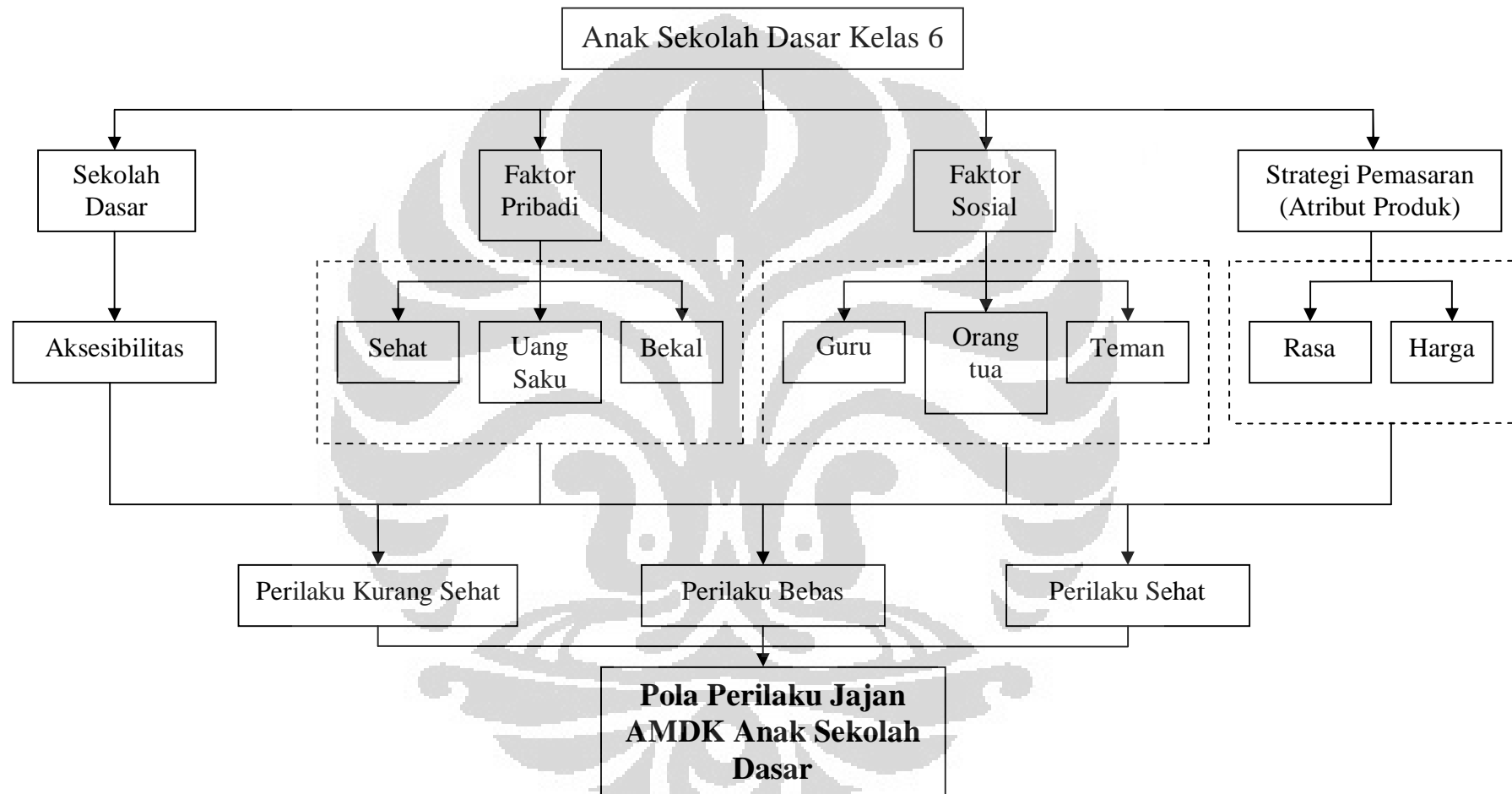
### **3.5. Analisis Data**

Peta perilaku jajan dianalisis dengan metode analisis deskripsi untuk mengetahui pola perilaku jajan AMDK anak sekolah dasar menyebar atau mengelompok dilihat dari sebarannya per titik unit analisis.

### **3.6. Kerangka Pikir Penelitian**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini terdapat pada gambar 3.1 pada halaman berikutnya:





**Gambar 3.1**  
**Kerangka Pikir Penelitian**

## BAB 4

### GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

Pada penelitian ini daerah yang menjadi kajian adalah Kecamatan Duren Sawit Kota Administrasi Jakarta Timur.

#### 4.1. Batas dan Luas Wilayah

Kecamatan Duren Sawit merupakan kecamatan di Kota Administrasi Jakarta Timur. Kecamatan ini memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara	: Kecamatan Cakung & Kecamatan Pulo Gadung
Sebelah Timur	: Kelurahan Bintara Kotamadya Bekasi
Sebelah Selatan	: Kelurahan Jatibening Kotamadya Bekasi
Sebelah Barat	: Kali Sunter Kecamatan Jatinegara.

Kecamatan Duren Sawit mempunyai luas wilayah 2.264,96 ha, yang terdiri atas tujuh kelurahan, 96 RW dan 1.102 RT. Masing-masing kelurahan mempunyai luas sebagai berikut:

**Tabel 4.1. Luas Wilayah Per Kelurahan**

No.	Kelurahan	Luas (ha)
1.	Klender	304,50
2.	Pondok bambu	489,70
3.	Duren Sawit	455,55
4.	Malaka Sari	138,88
5.	Malaka Jaya	98,18
6.	Pondok Kopi	206,00
7.	Pondok Kelapa	572,15

Sumber: Laporan Kegiatan Pemerintahan Kecamatan Duren Sawit Bulan Februari 2011 (Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur Kecamatan Duren Sawit, 2011)

#### 4.2. Penggunaan Tanah

Kecamatan Duren Sawit yang memiliki luas wilayah 2.264,96 ha, penggunaan tanahnya dibagi menjadi tujuh cakupan besar antara lain tanah yang digunakan sebagai lahan pemukiman, lahan pertanian, lahan perdagangan, lahan perindustrian, lahan perkantoran, lahan terminal dan lahan-lahan lainnya, dimana

secara lebih detail luas penggunaan masing-masing lahan disajikan pada tabel 4.2 dibawah ini:

**Tabel 4.2. Luas Penggunaan Tanah**

No.	Penggunaan Tanah	Luas (ha)
1.	Lahan Pemukiman	1.397,17
2.	Lahan Pertanian	294,20
3.	Lahan Perdagangan	85,07
4.	Lahan Perindustrian	65,24
5.	Lahan Perkantoran	1,72
6.	Lahan Terminal	0,50
7.	Lahan Lain-lain	421,06

Sumber: Laporan Kegiatan Pemerintahan Kecamatan Duren Sawit Bulan Februari 2011  
(Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur Kecamatan Duren Sawit, 2011)

#### 4.3. Sarana Pendidikan

Kecamatan Duren Sawit memiliki sarana pendukung dalam pendidikan di Indonesia khususnya di wilayah Jakarta Timur. Dalam kecamatan ini sekolah tersedia dari tingkat Taman Kanak-Kanak (TK), Sekolah Dasar/ Madrasah Ibtidaiyah (SD/MI), Sekolah Lanjutan Pertama/ Madrasah Tsanawiyah (SLTP/MTS), Sekolah Menengah Umum/ Madrasah Aliyah (SMU/MA), hingga perguruan tinggi. Selain itu juga tersedia Sekolah Luar Biasa (SLB) yang diperuntukan untuk anak-anak yang memiliki keterbatasan dalam hal fisik maupun mental dibanding anak-anak pada umumnya. Angka pasti jumlah sekolah berdasarkan tingkatan dapat dilihat pada tabel 4.3.

Kemudian karena penelitian ini berhubungan dengan anak sekolah dasar maka berikut dapat dilihat data berupa sarana pendidikan khusus tingkat sekolah dasar (SD) yang jumlahnya disajikan berdasarkan per kelurahan di Kecamatan Duren Sawit. Berikut pada tabel 4.4 dapat dilihat gambaran secara rinci.

#### 4.4. Jumlah Siswa Sekolah Dasar Negeri

Jumlah siswa Sekolah Dasar per kelurahan di Kecamatan Duren Sawit dapat dilihat secara detail pada tabel 4.5.

**Tabel 4.3. Jumlah Sekolah**

No.	Sekolah	Jumlah
1.	Taman Kanak-kanak ( TK )	4.218
2.	Sekolah Dasar ( SD/ MI )	40.269
3.	Sekolah Lanjutan Pertama ( SLTP/ MTS)	20.604
4.	Sekolah Menengah Umum ( SMU/ MA )	23
5.	Perguruan Tinggi ( PT )	6.454
6.	SLB	167

Sumber: Laporan Kegiatan Pemerintahan Kecamatan Duren Sawit Bulan Februari 2011  
(Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur Kecamatan Duren Sawit, 2011)

**Tabel 4.4. Sarana Pendidikan Sekolah Dasar (SD)/ Madrasah Ibtidaiyah (MI)**

No.	Kelurahan	SD/ MI
1.	Klender	38
2.	Pondok Bambu	35
3.	Duren Sawit	19
4.	Malaka Sari	13
5.	Malaka Jaya	20
6.	Pondok Kopi	13
7.	Pondok Kelapa	12

Sumber: Laporan Kegiatan Pemerintahan Kecamatan Duren Sawit Bulan Februari 2011  
(Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur Kecamatan Duren Sawit, 2011)

**Tabel 4.5. Jumlah Siswa SDN per kelurahan Duren Sawit**

No.	Kelurahan	SD/ MI
1.	Klender	5.964
2.	Pondok Bambu	4.436
3.	Duren Sawit	5.165
4.	Malaka Sari	1.987
5.	Malaka Jaya	5.001
6.	Pondok Kopi	3.474
7.	Pondok Kelapa	4.390

Sumber: Kasi Dikdas Duren Sawit (2011)



## **BAB 5**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bagian hasil dan pembahasan dibahas mengenai hasil pengumpulan dan pengolahan data, serta pembahasan pola perilaku jajan pada anak sekolah dasar yang diuraikan dalam empat pokok bagian yaitu proses pengambilan keputusan, faktor perilaku konsumen, atribut produk, dan aksesibilitas.

#### **5.1 Proses Pengambilan Keputusan**

Berdasarkan hasil survei pada proses pengambilan keputusan anak sekolah dasar melalui lima tahapan secara berurutan dan sistematis. Pertama dimulai dengan tahap pengenalan masalah di mana ada pengenalan kebutuhan untuk minum atau adanya rasa haus.

Kemudian memasuki tahap kedua pencarian informasi ketika anak-anak mulai mencari informasi mengenai minuman yang akan mereka konsumsi. Pencarian informasi yang terjadi hanya bersifat eksternal bersumber pada rujukan orang lain yaitu orang tua, teman, dan guru.

Selanjutnya melalui tahap ketiga evaluasi alternatif anak-anak mencari informasi, yaitu mencari pilihan terbaik dari berbagai macam minuman melalui variabel kesehatan yang paling menjadi penentu, kemudian diikuti rasa yang enak, dan harga jajanan sebagai pertimbangan.

Setelah tahap ketiga, memasuki tahap keempat dimana terjadi pengambilan keputusan transaksi berupa pembelian, anak-anak menentukan pilihannya. Terakhir tahapan yang dilewati menilai setelah melakukan pembelian produk (pasca pembelian) yaitu timbulnya rasa kepuasan dan adanya pembelian berulang kemudian mereferensikan ke teman.

Jadi tahapan proses pengambilan keputusan ternyata berlaku tidak hanya pada konsumen dewasa namun juga pada konsumen level anak-anak meskipun dengan tingkat yang sederhana dalam prosesnya.

## **5.2 Faktor Perilaku Konsumen**

Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian tertentu. Perilaku pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

### **5.2.1 Faktor Budaya**

Faktor budaya memiliki pengaruh yang paling luas dalam menentukan keinginan dan perilaku yang paling mendasar apalagi level anak-anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarga. Namun pada penelitian ini faktor budaya tidak dipakai karena sulitnya mengidentifikasi variabel nilai budaya pada level anak sekolah dasar dalam pembelian air minum dalam kemasan gelas.

### **5.2.2 Faktor Sosial**

Hasil survei menemukan faktor sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku anak-anak dalam pembelian, yaitu kelompok primer (teman, guru, dan orang tua). Sajian pola pengaruh sosial dan pribadi dapat dilihat pada peta 5 dan Tabel 5.1 di bawah ini.

Faktor sosial dengan variabel teman ada dalam proses pengambilan keputusan, namun jumlahnya sedikit. Beberapa titik sampel yang dipengaruhi variabel tersebut tersebar dominan di wilayah tenggara dan tengah dengan tiga titik sampel dan timur laut satu titik sampel. Ini pun persentasenya tidak besar, antara 8%-13%. Khusus untuk SDN Duren Sawit 06 (wilayah tengah) persentasenya cukup besar, yaitu 56%. Ini membuktikan bahwa khusus untuk SDN Duren Sawit 06 siswa siswinya bersosialisasi cukup tinggi dalam pengaruh promosi air minum gelas.

Pengaruh sosial dari guru sedikit mempengaruhi keputusan jajan. Dari 21 titik sampel hanya 3 yang dipengaruhi oleh guru dengan persentasenya tidak besar, terdapat di wilayah tengah, barat laut, dan tenggara, yaitu SDN Duren Sawit 16 dengan persentase 20%, SDN Klender 21 dengan persentase 25%, dan SDN Pondok Kelapa 06 dengan persentase 4%. Dari data ini membuktikan bahwa guru kelas enam di tiga SD tersebut peduli dan memberikan pendidikan terhadap kualitas air minum dalam kemasan gelas yang sehat, seperti SDN Klender 21 (wilayah barat laut).

Pengaruh sosial dari orang tua hanya terdapat di 8 titik sampel yang tersebar di wilayah barat laut, utara, barat daya, timur, dan tenggara dengan persentase yang tidak begitu besar, antara 8%-30%. Dapat disimpulkan orang tua tidak memiliki banyak pengaruh dalam pengambilan keputusan anak SD memilih air minum dalam kemasan gelas. Sedangkan SDN Pondok Kelapa 07 membuktikan bahwa orang tua berpengaruh 30 % dalam memilih bagi siswa siswi di sana.

**Tabel 5.1 Faktor Sosial dan Pribadi sebagai Pengaruh Pengambilan Keputusan**

No.	Titik Sampel	Keputusan Sendiri (%)	Pengaruh Teman (%)	Pengaruh Guru (%)	Pengaruh Orang Tua (%)
1	SDN Duren Sawit 06	44	56	0	0
2	SDN Duren Sawit 07	100	0	0	0
3	SDN Duren Sawit 16	80	0	20	0
4	SDN Klender 01	100	0	0	0
5	SDN Klender 04	92	8	0	0
6	SDN Klender 10	91	0	0	9
7	SDN Klender 15	80	0	0	20
8	SDN Klender 21	62	0	25	13
9	SDN Malaka Jaya 07	92	8	0	0
10	SDN Malaka Sari 04	100	0	0	0
11	SDN Pondok Bambu 03	100	0	0	0
12	SDN Pondok Bambu 04	100	0	0	0
13	SDN Pondok Bambu 07	78	11	0	11
14	SDN Pondok Bambu 11	100	0	0	0
15	SDN Pondok Bambu 15	100	0	0	0
16	SDN Pondok Kelapa 01	87	13	0	0
17	SDN Pondok Kelapa 06	88	4	4	4
18	SDN Pondok Kelapa 07	60	10	0	30
19	SDN Pondok Kopi 03	90	0	0	10
20	SDN Pondok Kopi 04	92	0	0	8
21	SDN Pondok Kopi 07	100	0	0	0

Sumber : Survey Lapangan dan Pengolahan Data, 2011

Sedangkan variabel keputusan sendiri merupakan variabel dominan penentu keputusan pembelian air minum dalam kemasan gelas bagi anak sekolah dasar dibanding variabel-variabel dari faktor sosial. Variabel ini terdapat di seluruh titik sampel. Delapan titik sampel menunjukkan angka 100%, yang

didominasi di wilayah timur (5 titik), sisanya di selatan, barat, dan utara. Data ini membuktikan bahwa anak SD kelas 6 sudah mandiri dalam mengambil keputusan beli air minum dalam kemasan gelas. Persentase terkecil terdapat di SDN Duren Sawit 06 yang memang sebagian besar dipengaruhi oleh teman dan guru.

### 5.2.3 Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi meliputi keadaan ekonomi (jumlah uang saku dan frekuensi pembelian) dan gaya hidup (kesehatan dan rasa enak).

**Tabel 5.2 Klasifikasi Uang Saku per Hari**

No.	Titik Sampel	Rp 500 – Rp 2.900 (%)	Rp 3.000 - Rp 4.900 (%)	Rp 5.000 - Rp 9.900 (%)	≥ Rp 10.000 (%)
1	SDN Duren Sawit 06	0	44	56	0
2	SDN Duren Sawit 07	0	0	100	0
3	SDN Duren Sawit 16	0	20	80	0
4	SDN Klender 01	0	38	62	0
5	SDN Klender 04	15	0	85	0
6	SDN Klender 10	9	9	82	0
7	SDN Klender 15	30	10	60	0
8	SDN Klender 21	0	25	75	0
9	SDN Malaka Jaya 07	8	8	84	0
10	SDN Malaka Sari 04	9	0	91	0
11	SDN Pondok Bambu 03	0	10	90	0
12	SDN Pondok Bambu 04	8	25	67	0
13	SDN Pondok Bambu 07	0	33	67	0
14	SDN Pondok Bambu 11	0	0	100	0
15	SDN Pondok Bambu 15	0	40	40	0
16	SDN Pondok Kelapa 01	0	0	93	7
17	SDN Pondok Kelapa 06	7	27	54	12
18	SDN Pondok Kelapa 07	0	10	90	0
19	SDN Pondok Kopi 03	0	0	90	10
20	SDN Pondok Kopi 04	0	4	56	40
21	SDN Pondok Kopi 07	0	8	92	0

Sumber : Survey Lapangan dan Pengolahan Data, 2011

Pada faktor pribadi yang dilihat dari keadaan ekonomi yaitu variabel uang saku, 100% anak membawa uang saku, meskipun banyak yang membawa bekal. Sajian variabel keputusan menurut uang saku dapat dilihat pada peta 6. Untuk kelas uang saku didominasi pada Rp 5.000-Rp 9.900 terdapat di seluruh titik

sampel dengan persentase besar. Dalam angka pasti sebagian besar yaitu Rp 5.000, sisanya yaitu Rp 7.000 dan Rp 8.000.

Dominasi kedua yaitu kelas uang saku Rp 3.000-Rp 4.900, terdapat di hampir seluruh titik sampel dengan persentase tidak begitu besar antara 4%-44%. Dominasi sebaran terdapat di wilayah tengah, timur, dan barat laut.

Dominasi ketiga yaitu Rp 500-Rp 2.900 dengan cakupan persentase antara 7% (SDN Pondok Kelapa 06) sampai 30% (SDN Klender 15) tersebar dominan di wilayah barat laut dan utara. Kelas ini mewakili latar belakang ekonomi siswa yang rendah.

Dominasi keempat yaitu kelas di atas Rp 10.000. Kelas uang saku ini hanya terdapat di empat titik sampel yang tersebar di wilayah timur laut, timur, dan tenggara di antaranya yaitu SDN Pondok Kelapa 01 dengan persentase 7%, SDN Pondok Kelapa 06 dengan persentase 12%, SDN Pondok Kopi 03 dengan persentase 10%, dan SDN Pondok Kopi 04 dengan persentase 40%. SDN Pondok Kopi 04 memang memiliki latar belakang ekonomi menengah atas.

Selain variabel jumlah uang jajan, faktor pribadi yang dilihat dari keadaan ekonomi juga dapat dilihat dari variabel frekuensi pembelian. Frekuensi pembelian minuman berhubungan terhadap kecenderungan kombinasi antara daya beli dan kebutuhan anak terhadap air di sekolah. Sajian variabel keputusan menurut frekuensi beli perhari dapat dilihat pada peta 7 dan tabel 5.3.

Dominasi pertama dipegang oleh kisaran 1-2 kali per hari, dengan kisaran persentase yang tinggi antara 54% sampai 100% terdapat di seluruh titik sampel. Empat titik sampel memegang persentase 100% yang tersebar di wilayah barat (dominan) dan utara hanya satu titik. Wilayah tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar anak sekolah dasar membeli air minum dalam kemasan gelas hanya untuk menghilangkan rasa haus, tanpa motivasi lain.

Dominasi kedua adalah kisaran beli 3-4 kali per hari terdapat hampir di seluruh titik sampel dengan kisaran persentase antara 0% sampai 38%. Pada tahap ini responden mulai menunjukkan kombinasi antara rasa suka, idealisme, dan daya beli yang tinggi terhadap air minum dalam kemasan gelas pilihannya, seperti suka karena rasanya yang enak (SDN Klender 01 suka minuman rasa teh) dan karena kesehatan (SDN Klender 21 dan SDN Pondok Kopi 07).

Dominasi ketiga adalah kisaran pembelian per hari lebih dari empat kali. Dominasi ini hanya terdapat di dua titik sampel. Kisaran ini menggambarkan kombinasi antara daya beli yang tinggi dan kebutuhan yang tinggi juga. Ini diketahui peneliti dari responden di SDN Pondok Kopi 04. Responden SDN Pondok Kopi 04 memiliki daya beli yang tinggi (jumlah uang saku) dan kebutuhan terhadap air yang tinggi untuk olahraga. Ternyata ada hubungan antara kisaran ini dengan jumlah uang saku yang tinggi.

**Tabel 5.3 Frekuensi Pembelian per Hari**

No.	Titik Sampel	1-2 kali (%)	3-4 kali (%)	>4 kali (%)
1	SDN Duren Sawit 06	67	33	0
2	SDN Duren Sawit 07	85	15	0
3	SDN Duren Sawit 16	90	10	0
4	SDN Klender 01	75	25	0
5	SDN Klender 04	92	8	0
6	SDN Klender 10	82	18	0
7	SDN Klender 15	90	10	0
8	SDN Klender 21	63	37	0
9	SDN Malaka Jaya 07	100	0	0
10	SDN Malaka Sari 04	82	18	0
11	SDN Pondok Bambu 03	100	0	0
12	SDN Pondok Bambu 04	92	8	0
13	SDN Pondok Bambu 07	78	22	0
14	SDN Pondok Bambu 11	100	0	0
15	SDN Pondok Bambu 15	100	0	0
16	SDN Pondok Kelapa 01	74	13	13
17	SDN Pondok Kelapa 06	96	4	0
18	SDN Pondok Kelapa 07	70	30	0
19	SDN Pondok Kopi 03	90	10	0
20	SDN Pondok Kopi 04	64	20	16
21	SDN Pondok Kopi 07	54	38	8

Sumber : Survey Lapang dan Pengolahan Data, 2011

Selain keadaan ekonomi faktor pribadi dipengaruhi juga oleh gaya hidup yang dilihat dari dua variabel yaitu kesehatan dan rasa enak. Bagi anak sekolah dasar ternyata alasan kesehatan merupakan variabel paling berpengaruh dalam alasan memilih minuman dibandingkan variabel rasa enak dan harga murah. Bahkan dari hasil survei membuktikan bahwa variabel atribut produk seperti kemasan dan warna produk yang menarik sama sekali tidak berpengaruh.

Kepedulian anak sekolah dasar terhadap kesehatannya ditunjukkan dengan besarnya angka persentase berdasarkan hasil survei dengan kisaran yang menarik antara 0% sampai 100%. Angka 0% terdapat di wilayah barat laut dan utara, dan angka 100% terdapat di wilayah barat daya dan timur. Menurut penulis berdasarkan hasil survei, untuk responden SDN Pondok Bambu 11 memang terlihat begitu peduli terhadap kesehatan, hal ini dikarenakan mendapat masukan yang kuat dari guru untuk berhati-hati dalam memilih jajanan khususnya air minum dalam kemasan gelas. Sajian pengaruh keputusan dari variabel kesehatan ini dapat dilihat pada peta 8 dan tabel 5.4.

**Tabel 5.4 Alasan Pembelian**

No.	Titik Sampel	Variabel Kesehatan (%)	Variabel Suka Rasanya (%)	Variabel Harga Murah (%)	Variabel Warna Menarik (%)	Variabel Kemasan Menarik (%)
1	SDN Duren Sawit 06	23	44	33	0	0
2	SDN Duren Sawit 07	54	38	8	0	0
3	SDN Duren Sawit 16	50	50	0	0	0
4	SDN Klender 01	0	88	12	0	0
5	SDN Klender 04	38	54	8	0	0
6	SDN Klender 10	36	55	9	0	0
7	SDN Klender 15	30	40	30	0	0
8	SDN Klender 21	50	25	25	0	0
9	SDN Malaka Jaya 07	62	23	15	0	0
10	SDN Malaka Sari 04	9	82	9	0	0
11	SDN Pondok Bambu 03	40	60	0	0	0
12	SDN Pondok Bambu 04	0	100	0	0	0
13	SDN Pondok Bambu 07	44	33	23	0	0
14	SDN Pondok Bambu 11	100	0	0	0	0
15	SDN Pondok Bambu 15	70	30	0	0	0
16	SDN Pondok Kelapa 01	40	53	7	0	0
17	SDN Pondok Kelapa 06	30	8	62	0	0
18	SDN Pondok Kelapa 07	40	10	50	0	0
19	SDN Pondok Kopi 03	70	30	0	0	0
20	SDN Pondok Kopi 04	72	28	0	0	0
21	SDN Pondok Kopi 07	85	15	0	0	0

Sumber : Survey Lapangan dan Pengolahan Data, 2011

Suka rasa minuman yang enak menjadi variabel kedua setelah alasan kesehatan jika dilihat dari faktor gaya hidup. Dalam penelitian sebelumnya dari

Eunike Tyas Suci membuktikan bahwa rasa yang enak adalah variabel pertama keputusan jajan anak sekolah dasar untuk jajanan makanan.

Gambaran umum data untuk variabel suka rasanya kurang lebih sama dengan variabel kesehatan. Kisaran persentasenya menarik, yaitu antara 0% (SDN Pondok Bambu 11) sampai 100% (SDN Pondok Bambu 04). Kisaran persentase 0%-20% tersebar di wilayah timur, tenggara, dan barat daya. Kisaran 80%-100% terdapat di wilayah barat laut dan utara. Sajian menurut variabel keputusan rasa enak ini dapat dilihat pada peta 8.

Variabel terakhir dalam faktor pribadi yaitu bawa bekal atau tidak. Untuk variabel membawa bekal angka 100% terdapat di wilayah tenggara dan barat laut, untuk angka 0% terdapat di wilayah barat, barat daya, dan tengah karena terisi oleh variabel tidak bawa bekal 100%. Sisanya menyebar merata dengan komposisi bervariasi. Lebih lengkapnya bisa dilihat pada tabel 5.5 dan peta 9.

**Tabel 5.5 Pilihan Bawa Bekal**

No.	Titik Sampel	Bawa Bekal (%)	Tidak Bawa Bekal (%)
1	SDN Duren Sawit 06	67	33
2	SDN Duren Sawit 07	54	46
3	SDN Duren Sawit 16	0	100
4	SDN Klender 01	63	37
5	SDN Klender 04	54	46
6	SDN Klender 10	27	73
7	SDN Klender 15	90	10
8	SDN Klender 21	100	0
9	SDN Malaka Jaya 07	31	69
10	SDN Malaka Sari 04	36	64
11	SDN Pondok Bambu 03	20	80
12	SDN Pondok Bambu 04	67	33
13	SDN Pondok Bambu 07	56	44
14	SDN Pondok Bambu 11	0	100
15	SDN Pondok Bambu 15	0	100
16	SDN Pondok Kelapa 01	100	0
17	SDN Pondok Kelapa 06	39	61
18	SDN Pondok Kelapa 07	30	70
19	SDN Pondok Kopi 03	10	90
20	SDN Pondok Kopi 04	36	64
21	SDN Pondok Kopi 07	31	69

Sumber : Survey Lapangan dan Pengolahan Data, 2011

#### 5.2.4 Faktor Psikologis



Hasil survei menunjukkan bahwa pilihan pembelian dipengaruhi faktor motivasi merupakan kebutuhan rasa haus yang mendorong seseorang bertindak dan kebutuhan air yang tinggi karena tingginya aktivitas seperti olahraga.

### 5.3 Atribut Produk

#### 5.3.1 Harga

Atribut produk yang pertama yaitu harga. Harga dibagi dua yaitu Rp 500 dan Rp 1.000. dari hasil survei ternyata responden sebagian besar memilih air minum dalam kemasan gelas harga Rp 500 dari pada harga Rp 1.000 dengan perbandingan sekitar tiga berbanding satu.

**Tabel 5.6 Pilihan Harga Air Minum dalam Kemasan**

No.	Titik Sampel	Rp.500 (%)	Rp.1000 (%)
1	SDN Duren Sawit 06	44	56
2	SDN Duren Sawit 07	100	0
3	SDN Duren Sawit 16	90	10
4	SDN Klender 01	100	0
5	SDN Klender 04	62	38
6	SDN Klender 10	45	55
7	SDN Klender 15	67	33
8	SDN Klender 21	100	0
9	SDN Malaka Jaya 07	62	38
10	SDN Malaka Sari 04	27	73
11	SDN Pondok Bambu 03	80	20
12	SDN Pondok Bambu 04	42	58
13	SDN Pondok Bambu 07	89	11
14	SDN Pondok Bambu 11	100	0
15	SDN Pondok Bambu 15	70	30
16	SDN Pondok Kelapa 01	67	33
17	SDN Pondok Kelapa 06	0	100
18	SDN Pondok Kelapa 07	80	20
19	SDN Pondok Kopi 03	100	0
20	SDN Pondok Kopi 04	68	32
21	SDN Pondok Kopi 07	100	0

Sumber : Survey Lapangan dan Pengolahan Data, 2011

Minuman harga Rp 500 mendominasi pilihan harga dengan alur sebagai berikut. Pertama tingkat kepedulian anak sekolah dasar terhadap kesehatan minuman. Selanjutnya di antara semua minuman yang paling sehat adalah air putih. Dan semua minuman air putih dengan kemasan gelas memiliki memiliki

harga Rp 500 yang sangat terjangkau. Beberapa titik sampel memiliki persentase 100% tersebar di wilayah barat laut, barat daya, selatan, timur, dan tenggara. Kelas minuman harga Rp 1.000 dominan di wilayah barat, tengah, utara, timur laut, dan timur. Sajian variabel keputusan menurut variabel keputusan harga minuman ini dapat dilihat pada peta 10.

### 5.3.2 Rasa

Atribut produk yang kedua yaitu melihat produk dari rasanya, antara lain air putih, rasa buah, teh, dan kopi. Sajian keputusan menurut variabel rasa minuman dapat dilihat pada peta 11. Dari hasil survei rasa air putih merupakan pilihan pertama, yang kemudian diikuti rasa teh, rasa kopi, dan terakhir rasa buah dengan urutan perbandingan 14: 4: 2: 1.

Pada rasa air putih semua titik sampel sekolah memilihnya, dengan kisaran persentase antara 8% sampai 100%. Angka 100% tersebar di wilayah barat laut, barat daya, dan selatan.

Rasa kedua yaitu teh, semua titik sampel memilihnya, kecuali sekolah dengan pilihan 100% air putih. Rasa teh memiliki kisaran persentase antara 4% (SDN Pondok Kopi 04) sampai 75% (SDN Klender 01). SDN Klender 01 sangat menyukai minuman rasa teh karena terdapat minuman rasa teh dengan harga murah yaitu Rp 500 dan lingkungan di sekitar SDN Klender berlatar belakang 01 berlatar belakang ekonomi menengah ke bawah.

Rasa ketiga yang menjadi pilihan adalah rasa kopi. Terdapat 12 titik sampel yang mengikutsertakan rasa kopi sebagai pilihannya dengan kisaran persentase antara 10% (empat sekolah) sampai 46% (SDN Klender 04) tersebar di wilayah barat, tengah, utara, timur laut, dan tenggara.

Rasa terakhir yang menjadi pilihan adalah rasa buah. Ada enam titik sampel yang memilih rasa buah tersebar di wilayah barat, tengah, utara, dan timur laut dengan kisaran persentase antara 7% (SDN Pondok Kelapa 01) sampai 42% (SDN Pondok Bambu 04).

**Tabel 5.7 Pilihan Rasa Air Minum dalam Kemasan**

No.	Titik Sampel	Air Putih (%)	Buah (%)	Teh (%)	Kopi (%)
1	SDN Duren Sawit 06	45	11	22	22
2	SDN Duren Sawit 07	100	0	0	0
3	SDN Duren Sawit 16	70	0	20	10
4	SDN Klender 01	25	0	75	0
5	SDN Klender 04	54	0	0	46
6	SDN Klender 10	46	0	27	27
7	SDN Klender 15	70	0	10	20
8	SDN Klender 21	100	0	0	0
9	SDN Malaka Jaya 07	61	8	8	23
10	SDN Malaka Sari 04	27	9	64	0
11	SDN Pondok Bambu 03	60	10	20	10
12	SDN Pondok Bambu 04	8	42	33	17
13	SDN Pondok Bambu 07	78	0	11	11
14	SDN Pondok Bambu 11	100	0	0	0
15	SDN Pondok Bambu 15	70	0	20	10
16	SDN Pondok Kelapa 01	73	9	20	0
17	SDN Pondok Kelapa 06	89	0	11	0
18	SDN Pondok Kelapa 07	80	0	10	10
19	SDN Pondok Kopi 03	70	0	30	0
20	SDN Pondok Kopi 04	72	8	4	16
21	SDN Pondok Kopi 07	92	0	8	0

Sumber : Survey Lapangan dan Pengolahan Data, 2011

### 5.3.3 Kemasan dan Warna Menarik

Kemasan dan warna merupakan atribut produk yang data hasil surveinya menarik. Pada penelitian sebelumnya untuk produk Coca-cola dan Teh Sosro untuk segmentasi usia menengah ke atas atribut produk berupa kemasan dan warna menarik menentukan keputusan konsumen. Sedangkan dalam penelitian ini ditemukan bahwa kemasan dan warna tidak berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian bagi siswa siswi sekolah dasar kelas enam (tabel 5.4).

### 5.4 Aksesibilitas

Kantin atau warung di luar gerbang sekolah menggambarkan variabel keputusan anak sekolah dasar dilihat dari aksesibilitas, yaitu sekolah mana yang siswa siswinya suka jajan di luar dan di dalam sekolah. Ini juga menggambarkan selera jajan anak sekolah dasar dilihat dari lokasinya, di dalam atau di luar.

**Tabel 5.8 Aksesibilitas**

No.	Titik Sampel	Gerbang Dibuka (%)	Gerbang Ditutup (%)
1	SDN Duren Sawit 06	0	100
2	SDN Duren Sawit 07	0	100
3	SDN Duren Sawit 16	100	0
4	SDN Klender 01	0	100
5	SDN Klender 04	0	100
6	SDN Klender 10	0	100
7	SDN Klender 15	100	0
8	SDN Klender 21	100	0
9	SDN Malaka Jaya 07	0	100
10	SDN Malaka Sari 04	0	100
11	SDN Pondok Bambu 03	0	100
12	SDN Pondok Bambu 04	0	100
13	SDN Pondok Bambu 07	100	0
14	SDN Pondok Bambu 11	100	0
15	SDN Pondok Bambu 15	0	100
16	SDN Pondok Kelapa 01	0	100
17	SDN Pondok Kelapa 06	100	0
18	SDN Pondok Kelapa 07	0	100
19	SDN Pondok Kopi 03	0	100
20	SDN Pondok Kopi 04	0	100
21	SDN Pondok Kopi 07	100	0

Sumber : Survey Lapangan dan Pengolahan Data, 2011

Meskipun sebagian besar sekolah menutup gerbang, namun survei membuktikan bahwa siswa tetap lebih senang jajan di luar. Bagi gerbangnya yang ditutup siswa mengambil kesempatan jajan di luar gerbang saat pulang sekolah. Perbandingan sekolah gerbang ditutup dan dibuka adalah 7 berbanding 14 dan penyajiannya dapat dilihat pada peta 12. Sedangkan menurut hasil survei ternyata siswa Sekolah Dasar (SD) lebih suka jajan di warung luar dibanding jajan di kantin dalam sekolah dengan perbandingan jumlah 11 berbanding 9 dan penyajiannya dapat dilihat pada peta 13.

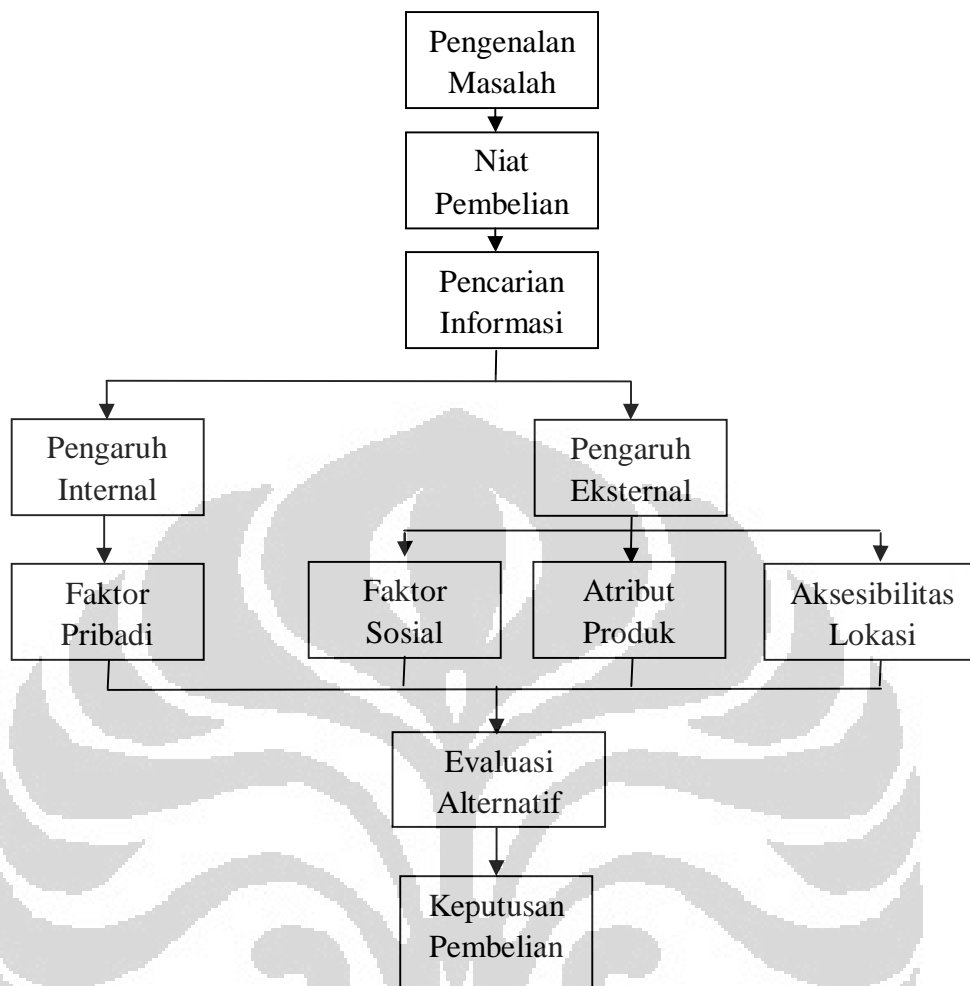
**Tabel 5.9 Pilihan Lokasi Jajan**

No.	Titik Sampel	Jajan di warung luar (%)	Jajan di kantin dalam sekolah (%)
1	SDN Duren Sawit 06	56	44
2	SDN Duren Sawit 07	0	100
3	SDN Duren Sawit 16	10	0
4	SDN Klender 01	38	62
5	SDN Klender 04	69	31
6	SDN Klender 10	9	91
7	SDN Klender 15	90	10
8	SDN Klender 21	63	37
9	SDN Malaka Jaya 07	0	100
10	SDN Malaka Sari 04	46	54
11	SDN Pondok Bambu 03	90	10
12	SDN Pondok Bambu 04	92	8
13	SDN Pondok Bambu 07	100	0
14	SDN Pondok Bambu 11	0	100
15	SDN Pondok Bambu 15	0	100
16	SDN Pondok Kelapa 01	93	7
17	SDN Pondok Kelapa 06	89	11
18	SDN Pondok Kelapa 07	80	20
19	SDN Pondok Kopi 03	50	50
20	SDN Pondok Kopi 04	60	40
21	SDN Pondok Kopi 07	77	23

Sumber : Survey Lapangan dan Pengolahan Data, 2011

### 5.5 Perilaku Jajan Anak Sekolah Dasar

Pada akhirnya terdapat perbedaan dari konsep faktor pengambilan keputusan dan perilaku konsumen secara umum dengan faktor pengambilan keputusan dan perilaku jajan anak sekolah dasar seperti pada Gambar 5.1. Dalam mengambil keputusan anak sekolah dasar dipengaruhi oleh variabel dari faktor sosial seperti teman, guru, dan orang tua; variabel dari faktor pribadi seperti uang saku, kesehatan, frekuensi pembelian per hari, rasa enak, dan bekal; variabel dari faktor atribut produk seperti harga dan rasa minuman; dan variabel dari faktor aksesibilitas dengan gerbang dibuka dan ditutup untuk memilih lokasi jajan di luar sekolah atau di kantin sekolah. Rangkaian proses yang terjadi sangat singkat.



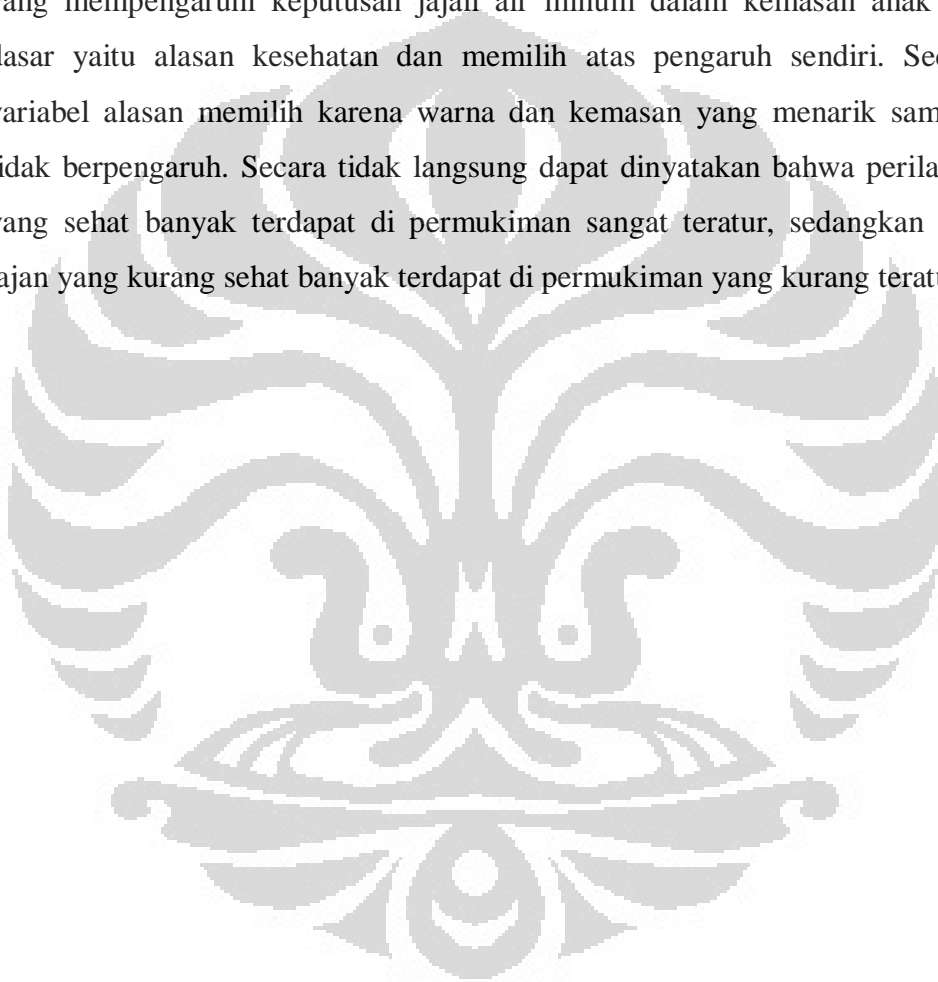
**Gambar 5.1: Faktor Pengambilan Keputusan Jajan Anak Sekolah Dasar**

Untuk perilaku jajan setiap titik sampel terdapat ketiga perilaku, kurang sehat, bebas, dan perilaku sehat, hanya komposisinya yang berbeda-beda tapi tidak begitu bervariasi. Perilaku kurang sehat terdapat di seluruh titik sampel dengan komposisi yang kecil antara 5% sampai 25%, kecuali titik sampel SDN Duren Sawit 07 dengan perilaku kurang sehat 1%. Perilaku bebas juga terdapat di semua titik sampel dengan komposisi yang lebih besar antara 30% sampai 60%. Perilaku sehat juga terdapat di seluruh titik sampel dengan kisaran yang lebih besar lagi yaitu antara 40% sampai 60%. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada peta 14.

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN**

Perilaku jajan yang kurang sehat, bebas, dan perilaku jajan yang sehat terdapat di seluruh titik sampel dengan komposisi berbeda-beda. Kecuali titik sampel SDN Duren Sawit 07 yang terdapat di permukiman sangat teratur hampir sama sekali tidak ada komposisi perilaku jajan kurang sehat. Variabel dominan yang mempengaruhi keputusan jajan air minum dalam kemasan anak sekolah dasar yaitu alasan kesehatan dan memilih atas pengaruh sendiri. Sedangkan variabel alasan memilih karena warna dan kemasan yang menarik sama sekali tidak berpengaruh. Secara tidak langsung dapat dinyatakan bahwa perilaku jajan yang sehat banyak terdapat di permukiman sangat teratur, sedangkan perilaku jajan yang kurang sehat banyak terdapat di permukiman yang kurang teratur.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G & Kotler, P. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Assael, Henry. (1992). *Consumer Behaviour and Marketing Action*. (4<sup>th</sup> ed.) Boston, Massachusetts: PWS-KENT Publishing Company.
- Bambang. (2010, 5 Mei). *Jakarta Krisis Air Bersih*.  
<http://www.antaranews.com/berita/1273058354/jakarta-krisis-air-bersih>
- BPOM. (2007). *Foodwatch: Sistem Keamanan Pangan Terpadu Jajanan Anak*.  
<http://www.pom.go.id/surv/events/jas.asp>.
- Daldjoeni, N. (1992). *Geografi Baru: Organisasi Keruangan dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Alumni
- Depdiknas. (2007). *Manajemen Layanan Khusus: Materi Diklat Pembinaan Kompetensi Calon Kepala sekolah/kepala sekolah*. Jakarta.
- Dwidjoseputro. (1991). *Ekologi Manusia dan Lingkungannya*. Jakarta: Erlangga.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., & Miniard, Paul W. (1995). *Perilaku Konsumen* (Edisi 5), Terj. Budijanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hanna, Nessim & Wozniak, Richard. (2001). *Consumer Behaviour: An Applied Aproach*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Hawkins, Quester Neal. (2002). *Consumer Behaviour: Implications for Marketing Strategy* (3<sup>th</sup> ed.). Roseville: McGraw-Hill Australia Pty Limited.
- Judarwanto, Widodo. (2010, 28 Oktober). *Perilaku Makan Anak Sekolah*.  
<http://www.gizi.net/makalah/download/perilaku%20makan%20anak%20sekolah.pdf>
- Duren Sawit, Kasi Dikdas. (2010). *Laporan Bulanan Agustus 2010*. Jakarta: Kasi Dikdas Kecamatan Duren Sawit.
- Keller, Kevin Lane. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia* (Jilid I). Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. (1992). ( 1992 ). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengedalian*. (Jilid 1 & 2). Jakarta : Erlangga.



- Lubis, Petti dan Astuti, Lutfi Dwi Puji. (2011). *Manfaat Minum Air Putih Setelah Bangun Tidur*. <http://vivanews.com/news/read/209836-manfaat-minum-air-putih-setelah-bangun-tidur>.
- Mastra, Riadika. (2007). *Megapolitan Map & Street Guide*. Jakarta: BIP.
- Mowen, John C., Minor, Michael. (1998). *Consumer Behaviour* (5<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Mustafa, Hasan. (2003). *Metode Penelitian*. Universitas Katolik Parahyangan: FISIP.
- Petter, J. Paul & Jerry C. Olson. (1999). *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran)*. Jakarta: Erlangga.
- Primaputra, Donny. (2004). Tesis Penilaian dan Pemilihan Alternatif Merek Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Notebook. Universitas Indonesia: FISIP.
- Putri, Virna Berliana. (2008). Sarana dan Prasarana Kantin Sehat. <http://www.kulinologi.biz/preview.php?view&id=181>.
- Ramdhany, Dadan Mochamad. (2004). Pencemaran Air Tanah Oleh Koli- Fekal (Studi Kasus : Sumur Gali Penduduk di Wilayah Sekitar Sungai Cikapundung Hilir Desa Citereup Kecamatan Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. Tesis Program Studi Ilmu Lingkungan Universitas Indonesia.
- Ramones. (2009). Wilayah Potensial Pasar Bank Rakyat Indonesia di Jakarta Selatan. Depok: FMIPA UI.
- Sciffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar. (2000). *Consumer Behaviour* (8<sup>th</sup> ed). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sekaran, Uma. (1992). *Research Methods for Bussiness: A Skill Building Approach* (2<sup>th</sup> ed).
- Siahaan, Manahan. (2003). Tesis Analisis Atribut Minuman Ringan Produk Coca Cola Sebagai Faktor Kepuasan Pelanggan. Universitas Indonesia: Fakultas Ekonomi.
- Sismawati, Wenny. (2009). *Hubungan Antara Tingkat Kepedulian Orang Tua Dengan Perilaku Jajan Anak Di SDN Pati Wetan 01 Kabupaten Pati*. UNS: FISIP.

- Suci, Eunike Sri Tyas. (2009). *Gambaran Perilaku Jajan Murid Sekolah Dasar di Jakarta*. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta. *Psikobuana* 2009, Vol 1, No. 1, 29-38. [www.psikobuana.com/doc/29-38%20-%20Jajan.pdf](http://www.psikobuana.com/doc/29-38%20-%20Jajan.pdf).
- Surawira, Unus. (1996). *Air Dalam Kehidupan Lingkungan Yang Sehat*. Bandung. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Solomon, Michael R. (1996). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being* (3<sup>th</sup> ed) Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Sumarwan, Ujang. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tri Wibowo, Arinto & Kurniawan, Iwan. (2010). *Konsumsi Air Kemasan Meningkat, Siapa Untung?* <http://bisnis.vivanews.com/news/read/186813-konsumsi-air-kemasan-meningkat--siapa-untung->.
- Wells, William D. & Prentsky, David. (1996). *Consumer Behaviour*. John Willey & Sons, Inc.
- Wilastono, Hendro. (2001). *Tesis Riset Evaluasi Persepsi Konsumen Terhadap Kemasan Produk Teh Sosro*. Universitas Indonesia: Fakultas Ekonomi.

**Lampiran: Data Variabel  
dalam persen**

Sekolah	BK	TTP	WR	KN	BB	TBB	US1	US2	US3	US4	AP	B	T	K	H1	H2	F1	F2	F3	S	OT	G	T	RE	WM	KM	HM	K
SDN Duren Sawit 06	0	100	56	44	67	33	0	44	56	0	45	11	22	22	44	56	67	33	0	44	0	0	56	44	0	0	33	23
SDN Duren Sawit 07	0	100	0	100	54	46	0	0	100	0	100	0	0	0	100	0	85	15	0	100	0	0	0	38	0	0	8	54
SDN Duren Sawit 16	100	0	10	0	0	100	0	20	80	0	70	0	20	10	90	10	90	10	0	80	0	20	0	50	0	0	0	50
SDN Klender 01	0	100	38	62	63	37	0	38	62	0	25	0	75	0	100	0	75	25	0	100	0	0	0	88	0	0	12	0
SDN Klender 04	0	100	69	31	54	46	15	0	85	0	54	0	0	46	62	38	92	8	0	92	0	0	8	54	0	0	8	38
SDN Klender 10	0	100	9	91	27	73	9	9	82	0	46	0	27	27	45	55	82	18	0	91	9	0	0	55	0	0	9	36
SDN Klender 15	100	0	90	10	90	10	30	10	60	0	70	0	10	20	67	33	90	10	0	80	20	0	0	40	0	0	30	30
SDN Klender 21	100	0	63	37	100	0	0	25	75	0	100	0	0	0	100	0	63	37	0	62	13	25	0	25	0	0	25	50
SDN Malaka Jaya 07	0	100	0	100	31	69	8	8	84	0	61	8	8	23	62	38	100	0	0	92	0	0	8	23	0	0	15	62
SDN Malaka Sari 04	0	100	46	54	36	64	9	0	91	0	27	9	64	0	27	73	82	18	0	100	0	0	0	82	0	0	9	9
SDN Pondok Bambu 03	0	100	90	10	20	80	0	10	90	0	60	10	20	10	80	20	100	0	0	100	0	0	0	60	0	0	0	40
SDN Pondok Bambu 04	0	100	92	8	67	33	8	25	67	0	8	42	33	17	42	58	92	8	0	100	0	0	0	100	0	0	0	0
SDN Pondok Bambu 07	100	0	100	0	56	44	0	33	67	0	78	0	11	11	89	11	78	22	0	78	11	0	11	33	0	0	23	44
SDN Pondok Bambu 11	100	0	0	100	0	100	0	0	100	0	100	0	0	0	100	0	100	0	0	100	0	0	0	0	0	0	0	100
SDN Pondok Bambu 15	0	100	0	100	0	100	20	40	40	0	70	0	20	10	70	30	100	0	0	100	0	0	0	30	0	0	0	70
SDN Pondok Kelapa 01	0	100	93	7	100	0	0	0	93	7	73	7	20	0	67	33	74	13	13	87	0	0	13	53	0	0	7	40
SDN Pondok Kelapa 06	100	0	89	11	39	61	7	27	54	12	89	0	11	0	100	0	96	4	0	88	4	4	4	8	0	0	62	30
SDN Pondok Kelapa 07	0	100	80	20	30	70	0	10	90	0	80	0	10	10	80	20	70	30	0	60	30	0	10	10	0	0	50	40
SDN Pondok Kopi 03	0	100	50	50	10	90	0	0	90	10	70	0	30	0	100	0	90	10	0	90	10	0	0	30	0	0	0	70
SDN Pondok Kopi 04	0	100	60	40	36	64	0	4	56	40	72	8	4	16	68	32	64	20	16	92	8	0	0	28	0	0	0	72
SDN Pondok Kopi 07	100	0	77	23	31	69	0	8	92	0	92	0	8	0	100	0	54	38	8	100	0	0	0	15	0	0	0	85
Jumlah	700	1400	1112	898	911	1189	106	311	1614	69	1390	95	393	222	1593	507	1744	319	37	1836	105	49	110	866	0	0	291	943

**Keterangan:**

BK = Gerbang Dibuka  
TTP = Gerbang Ditutup  
WR = Jajan Di Warung Luar  
KN = Jajan Di Kantin Dalam  
BB = Bawa Bekal  
TBB = Tidak Bawa Bekal

US1=Uang Saku Rp500-Rp2900  
US2=Uang Saku Rp3000-Rp4900  
US3=Uang Saku Rp5000-Rp9900  
US4=Uang Saku ≥Rp10.000  
AP = Rasa Air Putih  
B = Rasa Buah

T = Rasa Teh  
K = Rasa Kopi  
H1 = Harga Rp500  
H2 = Harga Rp1.000  
F1 = Beli 1-2X perhari  
F2 = Beli 3-4X perhari

F3 = Beli ≥4X perhari  
S = Pengaruh Sendiri  
OT = Pengaruh Orang Tua  
G = Pengaruh Guru  
T = Pengaruh Teman  
RE = Rasanya Enak

WM = Warna Menarik  
KM = Kemasan Menarik  
HM = Harga Murah  
K = Kesehatan

### Kuesioner Penelitian (Siswa SD)

#### Biodata

- No. :  
Nama :  
Kelas :  
Etnis :  
Ektrakurikuler (yang diikuti) :  
Alamat Rumah :  
No. Telp/HP yang bisa dihubungi :  
Kendaraan ke sekolah : a. jalan kaki  
b. sepeda  
c. sepeda motor  
d. mobil atau bus  
e. lainnya  
Lama perjalanan ke sekolah (pilih) : a. 0-10 menit  
b. 10-30 menit  
c. 30-60 menit  
d. > 60 menit

#### Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan nomor 1-5 pilih satu di antara dua pilihan (“ ya” atau tidak”)

1. Apakah diperbolehkan jajan keluar sekolah?  
a. Ya b. Tidak
2. Apakah ada warung di luar gerbang sekolah anda?  
a. Ada b. Tidak

**Jika jawaban “ada” (pertanyaan nomor 2) maka lanjutkan ke pertanyaan nomor 3, jika “tidak” lanjut ke pertanyaan nomor 4**

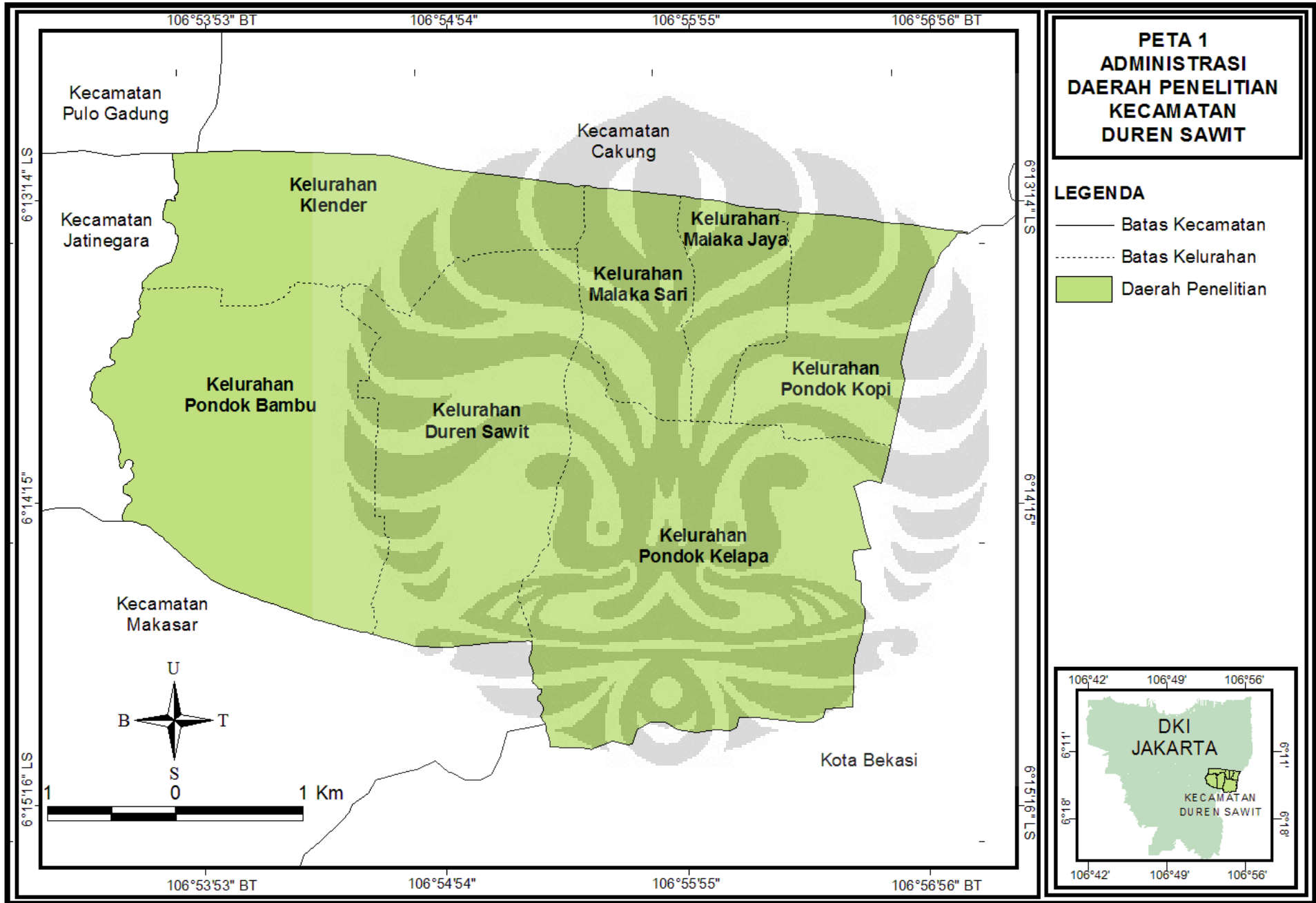
3. Apakah warung tersebut biasa dikunjungi?  
a. Ya b. Tidak
4. Apakah anda membawa bekal ke sekolah?  
a. Ya (jika  $\geq 3$  hari/ minggu)  
b. Tidak (jika  $< 3$  hari/ minggu)
5. Apakah anda mendapatkan uang saku setiap hari?  
a. Ya b. Tidak

**Jika jawaban “Ya” (lanjut ke pertanyaan 6, namun bila “tidak” berhenti sampai di sini.**

6. Berapa jumlah uang saku anda setiap hari?  
(....) Rp. 500- Rp. 3.000  
(....) Rp.3.000-Rp. 5.000  
(....) Rp.5.000-Rp. 10.000  
(....) >Rp 10.000

**Isi dengan mencontreng (√) berdasarkan “pilihan” yang sudah disediakan**

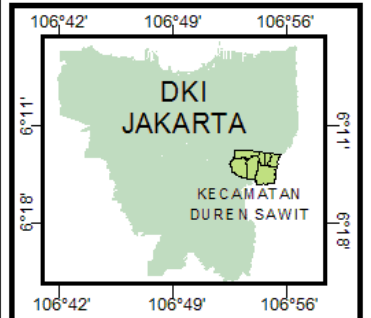
7. Apa merek minuman yang biasa anda beli? (sebutkan 1 merek) .....
8. Karakteristik minuman yang dipilih, contreng (√) berdasarkan “pilihan” yang sudah disediakan
  - a. Warna air
    - (....) bening
    - (....) satu warna, namun redup
    - (....) satu warna, namun terang/ mencolok
    - (....) warna-warni (es teller)
  - b. Warna kemasan
    - Wadah
      - (....) bening
      - (....) berwarna
    - Tutup
      - (....) satu warna cerah
      - (....) satu warna redup
      - (....) banyak warna cerah
      - (....) banyak warna redup
    - Rasa
      - (....) air putih
      - (....) buah
      - (....) teh
      - (....) kopi
      - (....) lainnya
  - c. Volume minuman
    - (....)
    - (....)
  - d. Harga
    - (....) Rp. 500
    - (....) Rp.1.000
9. Berapa frekuensi (jumlah pembelian) minuman tersebut per hari?
  - (....) 1-2
  - (....) 3-4
  - (....) >4
10. Siapa yang mempengaruhi anda dalam memutuskan memilih (membeli) minuman dengan merek tersebut?
  - (....) sendiri
  - (....) orang tua
  - (....) guru
  - (....) teman
  - (....) lainnya
11. Apa alasan Anda memilih minuman tersebut?
  - (....) rasa
  - (....) warna menarik
  - (....) kesehatan
  - (....) kemasan menarik
  - (....) harga murah
12. Catatan lain:

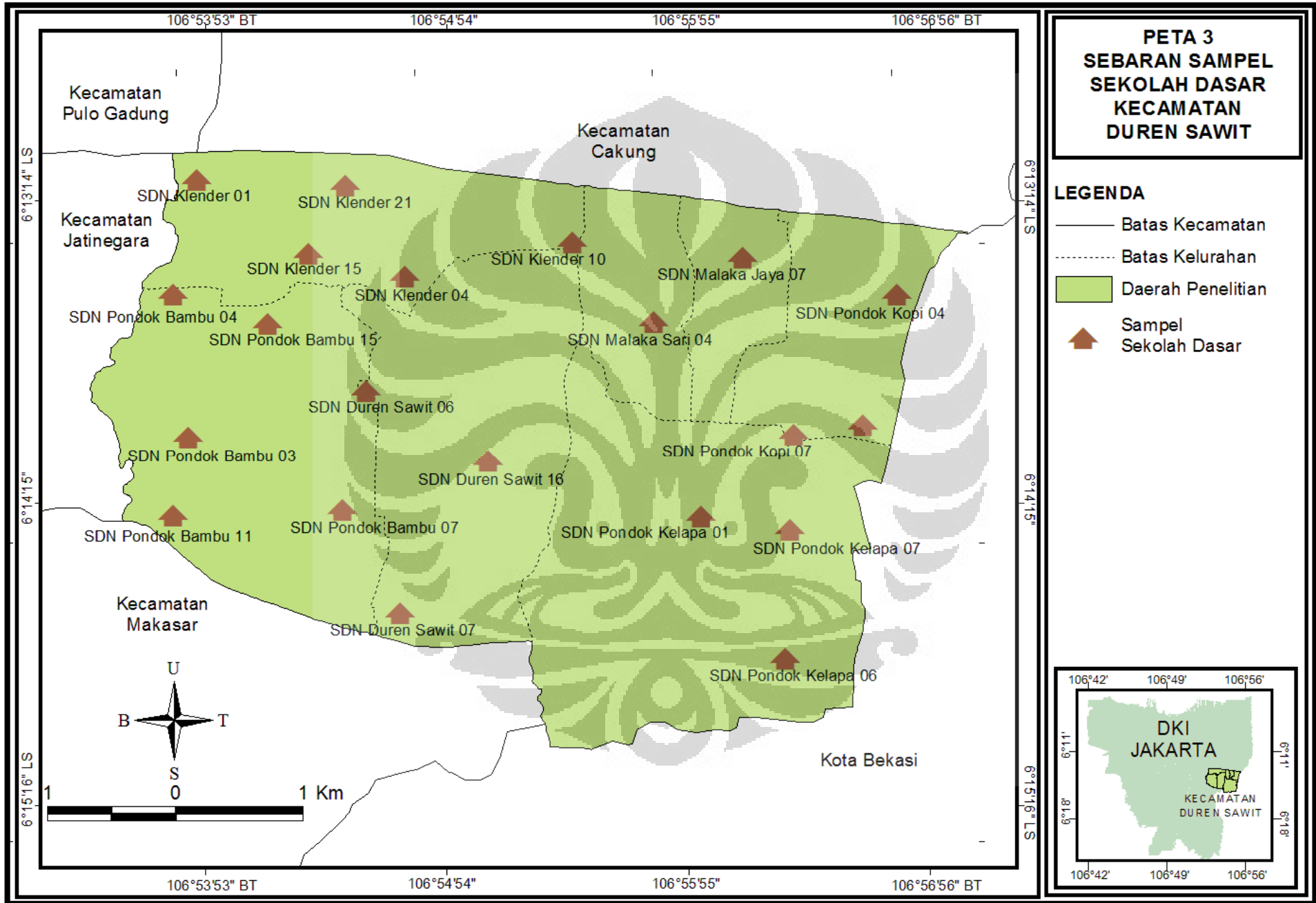




**PETA 2  
SEBARAN POPULASI  
SEKOLAH DASAR  
KECAMATAN  
DUREN SAWIT**

- LEGENDA**
- Batas Kecamatan
  - Batas Kelurahan
  - Daerah Penelitian
  - ▲ Populasi Sekolah Dasar





**PETA 3  
SEBARAN SAMPEL  
SEKOLAH DASAR  
KECAMATAN  
DUREN SAWIT**

- LEGENDA**
- Batas Kecamatan
  - - - Batas Kelurahan
  - Daerah Penelitian
  - ▲ Sampel Sekolah Dasar

