

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Responden Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato

Karakteristik konsumen Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan atau uang saku per bulan. Karakteristik digunakan untuk melihat latar belakang dari setiap konsumen yang ada di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato Yogyakarta. Konsumen yang menjadi responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan karakteristik sebagai berikut.

#### 1. Jenis Kelamin

Tabel 1. Sebaran Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Perempuan	65	65
Laki-laki	35	35

Konsumen gelato di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato berdasarkan pada tabel 4 lebih didominasi dengan perempuan yaitu sebanyak 65%, sedangkan konsumen laki-laki sebanyak 35%. Hal ini dikarenakan perempuan lebih suka mengonsumsi makanan yang manis dan bervariasi, selain itu biasanya laki-laki lebih menunggu untuk diajak bergabung dalam membeli gelato, sehingga lebih banyak konsumen perempuan dari pada laki-laki. Hal ini didukung oleh penelitian Li dan Houston (2001) bahwa perempuan lebih banyak sebagai konsumen makanan dari pada pria.

## 2. Usia

Tabel 2. Sebaran Konsumen Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
17-26	87	87
27-36	8	8
37-46	3	3
47-56	2	2

Konsumen *gelato* yang menjadi responden di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato Yogyakarta terbagi dalam 4 rentang usia, dimana konsumen terbanyak pada usia 17-26 tahun yaitu sebanyak 87%, hal ini dikarenakan tingkan keinginan dan rasa penasaran terhadap makanan yang baru lebih besar sehingga untuk mengkonsumsi gelato lebih didominasi oleh konsumen dengan usia muda, selain itu dikarenakan gerai Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato berada di kawasan mahasiswa dan pelajar. Tetapi tidak menutup kemungkinan untuk usia diatas 26 tahun juga mengkonsumsi gelato sebanyak 13%.

## 3. Pendidikan

Tabel 3. Sebaran Konsumen Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Sekolah Menengah Atas	54	54
Perguruan Tinggi	46	46

Konsumen yang menjadi responden di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato memiliki karakteristik pendidikan dari SMA sebanyak 54% dan PT sebanyak 46%. Hal ini dikarenakan daerah penelitian di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato berada di lokasi yang berada dekat dengan pusat kota dan terdapat beberapa universitas, sehingga konsumen dengan latar belakang pendidikan SMA dan PT lebih banyak mendatangi dan mengkonsumsi gelato di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato.

#### 4. Pekerjaan

Tabel 4. Sebaran Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Mahasiswa	69	69
POLRI	2	2
Dosen	2	2
interpreneur	2	2
Pelajar	2	2
Karyawan	18	18
Belum Bekerja	5	5

Berdasarkan tabel 7, konsumen *gelato* di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato didominasi oleh mahasiswa sebanyak 69%, hal ini dikarenakan lokasi yang dekat dengan pusat kota dan lebih strategis bagi para mahasiswa yang ada di daerah Jl. Kaliurang dan Jl. Gejayan. Selain itu konsumen dengan latar belakang karyawan sebanyak 18% juga suka mengonsumsi gelato di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato, dan sisanya konsumen dengan latar belakang pekerjaan sebagai dosen, *enterpreneur*, pelajar, dan juga belum bekerja tertarik untuk mengonsumsi gelato.

#### 5. Pendapatan atau uang saku per bulan

Tabel 5. Sebaran Konsumen Berdasarkan Pendapatan Atau Uang Saku Per Bulan

Pendapatan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<1.000.000	20	20
1.000.001-3.000.000	57	57
>3.000.000	23	23

Konsumen *gelato* yang menjadi responden di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato memiliki latar belakang pendapatan atau uang saku perbulan antara Rp. 1.000.000 hingga Rp. 3.000.000 sebanyak 57%, sedangkan < Rp. 1.000.000

sebanyak 20%, dan >Rp. 3.000.000 sebanyak 23%. Hal ini berarti konsumen gelato dapat dari berbagai kalangan karena harga gelato terjangkau bagi siapa saja. Pada penelitian Joshi (2012) mengenai *a study on customer preference and satisfaction towards restaurant in Dehradun City* menyatakan bahwa konsumen yang melakukan transaksi memiliki penghasilan yang lumayan tinggi, hal ini sama dengan karakteristik pendapatan responden di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato.

## **B. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Gelato di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato**

### **1. Tempo Del Gelato**

Pada penelitian ini nilai KMO sebesar 0,693 dimana lebih besar dari 0,50 sehingga proses analisis dapat dilanjutkan dan dianggap layak untuk dilakukan analisis faktor. Selain itu, nilai signifikansi *bartlett's test* yaitu  $0,000 < 0,005$  hal ini berarti proses analisis dapat dilakukan.

Setelah dilakukannya pengujian dengan *KMO dan Bartlett's Test* selanjutnya untuk menganalisis faktor yang terbentuk maka dilakukan uji *Anti-image Matrices*. Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah setiap aitem berpengaruh terhadap preferensi konsumen *gelato* di Tempo Del Gelato dengan melihat nilai koefisien yang terdapat dari tabel *Anti-image Correlation*. Apabila terdapat nilai yang  $< 0,50$  maka aitem tersebut harus dieliminasi dan kemudian dilakukan pengujian ulang. Apabila terdapat lebih dari satu nilai korelasi  $< 0,50$  maka nilai korelasi yang terkecil yang akan di hilangkan kemudian akan dilihat hasil korelasinnya. Apabila setelah dihilangkan satu nilai korelasi  $< 0,50$  dan masih terdapat nilai korelasi  $< 0,50$  maka nilai tersebut dieliminasi lagi dan begitu seterusnya.

Tabel 6. *Anti-image Matrices* Tempo Del Gelato

No	<i>Anti-image Correlation</i> Aitem	Korelasi
1	Tempo Del Gelato sering terdapat promo paket spesial (P1.1)	<b>0,446</b>
2	Tempo Del Gelato memiliki harga yang wajar (P1.2)	0,702
3	Penyajian pesanan di Tempo Del Gelato selalu bersih/higienis (P2.3)	0,785
4	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki kandungan nutrisi yang baik (P2.4)	0,598
5	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki rasa yang sesuai dengan selera (P2.5)	0,590
6	Ukuran penyajian gelato di Tempo Del Gelato memiliki porsi yang pas (P2.6)	0,684
7	Tempo Del Gelato memiliki variasi menu yang beragam (P2.7)	0,709
8	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki tekstur yang lebih lembut (P2.8)	0,762
9	Menu di Tempo Del Gelato memiliki tampilan warna yang lebih menarik (P2.9)	0,752
10	Tempo Del Gelato berada dilokasi yang lebih strategis (P3.10)	0,711
11	Tempo Del Gelato memiliki suasana yang lebih nyaman (P3.11)	0,670
12	Tempo Del Gelato memiliki fasilitas yang lengkap (P3.12)	0,694
13	Tempo Del Gelato memiliki ruangan yang luas (P3.12)	0,519
14	Tempo Del Gelato memiliki ruangan yang bersih (P3.14)	0,804
15	Menu di Tempo Del Gelato mudah di ingat (P4.15)	0,613
16	Saya merasa bangga saat mengkonsumsi gelato di Tempo Del Gelato (P4.16)	<b>0,311</b>
17	Pelayanan sesuai dengan pesanan (P5.17)	0,735
18	Pesanan disajikan dengan cepat (P5.18)	0,674
19	Tempo Del Gelato memiliki karyawan yang ramah (P5.19)	0,602
20	Tempo Del Gelato memiliki karyawan yang tanggap (P5.20)	0,631
21	Karyawan di Tempo Del Gelato informatif (P5.21)	0,614

Pada tabel 9, terdapat nilai korelasai  $<0,50$  yaitu pada aitem Tempo Del Gelato sering terdapat promo paket spesial (P1.1) dan saya merasa bangga saat mengkonsumsi gelato di Tempo Del Gelato (P4.16) dengan nilai korelasi P1.1 sebesar 0,446 dan P4.16 sebesar 0,311, sehingga harus dilakukannya eliminasi pada aitem P4.16 karena diketahui bahwa aitem P4.16 tidak dapat memenuhi persyaratan untuk mengungkap faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli produk gelato di Tempo Del Gelato.

Tabel 7. *Anti-image Matrices* setelah mengeliminasi item P4.16 Tempo Del Gelato

NO	<i>Anti-image Correlation</i> Aitem	Korelasi
1	Tempo Del Gelato sering terdapat promo paket spesial (P1.1)	<b>0,477</b>
2	Tempo Del Gelato memiliki harga yang wajar (P1.2)	0,704
3	Penyajian pesanan di Tempo Del Gelato selalu bersih/higienis (P2.3)	0,779
4	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki kandungan nutrisi yang baik (P2.4)	0,606
5	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki rasa yang sesuai dengan selera (P2.5)	0,626
6	Ukuran penyajian gelato di Tempo Del Gelato memiliki porsi yang pas (P2.6)	0,693
7	Tempo Del Gelato memiliki variasi menu yang beragam (P2.7)	0,728
8	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki tekstur yang lebih lembut (P2.8)	0,766
9	Menu di Tempo Del Gelato memiliki tampilan warna yang lebih menarik (P2.9)	0,747
10	Tempo Del Gelato berada dilokasi yang lebih strategis (P3.10)	0,783
11	Tempo Del Gelato memiliki suasana yang lebih nyaman (P3.11)	0,661
12	Tempo Del Gelato memiliki fasilitas yang lengkap (P3.12)	0,727
13	Tempo Del Gelato memiliki ruangan yang luas (P3.12)	0,582
14	Tempo Del Gelato memiliki ruangan yang bersih (P3.14)	0,815
15	Menu di Tempo Del Gelato mudah di ingat (P4.15)	0,663
16	Pelayanan sesuai dengan pesanan (P5.17)	0,716
17	Pesanan disajikan dengan cepat (P5.18)	0,670
18	Tempo Del Gelato memiliki karyawan yang ramah (P5.19)	0,598
19	Tempo Del Gelato memiliki karyawan yang tanggap (P5.20)	0,644
20	Karyawan di Tempo Del Gelato informatif (P5.21)	0,601

Setelah dilakukannya eleminasi aitem P4.16 pada tabel 10 terdapat 20 item yang nilai koefisiennya berubah dari tabel 9, nilai koefisien pada tabel 9 berubah dan cenderung mengalami kenaikan, hal ini dikarenakan setelah dilakukannya eleminasi pada aitem yang tidak memenuhi syarat, maka aitem lainnya akan menyesuaikan nilai koefisiennya sehingga tersisa sedikit aitem yang benar-benar mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Tempo Del Gelato. Dari 20 item tersebut aitem Tempo Del Gelato sering terdapat promo paket spesial (P1.1) mengalami kenaikan nilai koefisien tetapi tetap berada di bawah 0,50 sehingga harus dilakukan pengujian ulang dan item P1.1 harus dieliminasi.

Tabel 8. *Anti-image Matrices* setelah mengeliminasi item P1.1

NO	<i>Anti-image Correlation</i>	Korelasi
	Aitem	
1	Tempo Del Gelato memiliki harga yang wajar (P1.2)	0,690
2	Penyajian pesanan di Tempo Del Gelato selalu bersih/higienis (P2.3)	0,774
3	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki kandungan nutrisi yang baik (P2.4)	0,601
4	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki rasa yang sesuai dengan selera (P2.5)	0,626
5	Ukuran penyajian gelato di Tempo Del Gelato memiliki porsi yang pas (P2.6)	0,771
6	Tempo Del Gelato memiliki variasi menu yang beragam (P2.7)	0,706
7	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki tekstur yang lebih lembut (P2.8)	0,767
8	Menu di Tempo Del Gelato memiliki tampilan warna yang lebih menarik (P2.9)	0,752
9	Tempo Del Gelato berada dilokasi yang lebih strategis (P3.10)	0,780
10	Tempo Del Gelato memiliki suasana yang lebih nyaman (P3.11)	0,643
11	Tempo Del Gelato memiliki fasilitas yang lengkap (P3.12)	0,734
12	Tempo Del Gelato memiliki ruangan yang luas (P3.12)	0,570
13	Tempo Del Gelato memiliki ruangan yang bersih (P3.14)	0,808
14	Menu di Tempo Del Gelato mudah di ingat (P4.15)	0,660
15	Pelayanan sesuai dengan pesanan (P5.17)	0,732
16	Pesanan disajikan dengan cepat (P5.18)	0,666
17	Tempo Del Gelato memiliki karyawan yang ramah (P5.19)	0,606
18	Tempo Del Gelato memiliki karyawan yang tanggap (P5.20)	0,655
19	Karyawan di Tempo Del Gelato informatif (P5.21)	0,588

Setelah dilakukannya eliminasi pada aitem Tempo Del Gelato sering terdapat promo paket spesial (P1.1) dan tersisa 19 item untuk dilakukan analisis lebih lanjut maka nilai koefisien semua item sudah memenuhi persyaratan yaitu  $>0,50$  dan dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

*Communalities* merupakan persentase dari aitem atau variabel-variabel yang ada, semakin besar nilai *communalities* maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Pada tabel 12 dapat diketahui bahwa aitem Tempo Del Gelato memiliki harga yang wajar (P1.2) memiliki nilai *communalities* sebesar 0,446 yang artinya sebesar 44,6% aitem ini dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Kemudian untuk nilai *communalities* tertinggi terdapat pada aitem





1	6,459	33,997	33,997	6,459	33,997	33,997	3,253	17,121	17,121
2	2,038	10,725	44,722	2,038	10,725	44,722	2,736	14,399	31,520
3	1,635	8,608	53,330	1,635	8,608	53,330	2,527	13,299	44,818
4	1,417	7,458	60,788	1,417	7,458	60,788	2,192	11,536	56,354
5	1,194	6,284	67,071	1,194	6,284	67,071	2,036	10,717	67,071
6	0,953	5,015	72,086						
7	0,875	4,608	76,694						
8	0,789	4,151	80,845						
9	0,691	3,638	84,483						
10	0,547	2,877	87,361						
11	0,483	2,544	89,904						
12	0,430	2,263	92,167						
13	0,385	2,026	94,192						
14	0,336	1,767	95,959						
15	0,233	1,225	97,184						
16	0,204	1,076	98,260						
17	0,154	0,810	99,070						
18	0,099	0,521	99,591						
19	0,078	0,409	100,000						

Pada tabel 14 terdapat 5 *component matrix*, berarti terdapat 5 faktor yang memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata dari 19 variabel. Setiap aitem memiliki *factor loading* dari tiap-tiap *component*, hal ini menjelaskan bahwa setiap aitem hanya termasuk pada salah satu *component*. Variabel yang merupakan bagian dari satu *component* merupakan yang memiliki nilai *factor loading* > 0,50 dan tanda (-) atau (+) hanya menunjukkan arah korelasi dan tidak berpengaruh terhadap *factor loading* yang dihasilkan.

Tabel 11. *Rotated Component Matrix*

Aitem	Component				
	1	2	3	4	5
P1.2	0,324	<b>0,553</b>	0,143	0,110	0,053

P2.3	0,359	<b>0,506</b>	0,004	0,407	0,206
P2.4	0,237	0,207	<b>0,691</b>	-0,305	0,135
P2.5	<b>0,837</b>	-0,069	0,214	0,069	0,163
P2.6	0,518	<b>0,521</b>	0,285	-0,104	-0,381
P2.7	<b>0,613</b>	0,285	0,297	0,111	0,015
P2.8	<b>0,659</b>	0,288	-0,130	0,167	0,239
P2.9	<b>0,653</b>	0,001	0,207	0,484	-0,024
P3.10	0,275	0,018	<b>0,675</b>	0,367	0,011
P3.11	0,337	0,102	0,400	<b>0,656</b>	-0,099
P3.12	0,189	0,199	-0,043	<b>0,729</b>	-0,033
P3.13	-0,031	0,113	0,108	0,521	<b>0,593</b>
P3.14	0,204	0,382	<b>0,577</b>	0,414	0,098
P4.15	-0,031	0,047	<b>0,823</b>	0,100	0,283
P5.17	<b>0,642</b>	0,298	0,071	0,182	0,078
P5.18	0,252	0,055	0,109	-0,096	<b>0,748</b>
P5.19	0,061	<b>0,852</b>	0,075	0,131	0,114
P5.20	0,065	<b>0,741</b>	0,133	0,122	0,501
P5.21	0,069	0,335	0,272	-0,091	<b>0,679</b>

Pada tabel 15 terdapat 5 faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap *gelato* di Tempo Del Gelato yaitu faktor produk, dikatakan faktor produk karena faktor ini terdiri dari butir-butir produk dan memiliki nilai *loading factor* tertinggi yaitu 83,7% dengan *eigenvalues* sebesar 645,9% (tabel. 13) dan faktor ini dapat menjelaskan sebesar 33,997% (tabel. 13) terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap *gelato* di Tempo Del Gelato. Dari kelima aitem terdapat satu aitem yang tidak berkesinambungan dengan keempat aitem lainnya yaitu pelayanan sesuai dengan pesanan, hal ini dikarenakan apabila konsumen memilih salah satu varian rasa dari produk yang ada, pelayanan yang diberikan dan *gelato* yang disajikan sesuai dengan pesanan konsumen, sehingga aitem ini dapat melebur ke faktor produk.

Tabel 12. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen di Tempo Del Gelato

No	Aitem	<i>Loading Factor</i>	Identifikasi Faktor
----	-------	-----------------------	---------------------

1	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki rasa yang sesuai dengan selera (P2.5)	0,837	1. Produk
2	Tempo Del Gelato memiliki variasi menu yang beragam (P2.7)	0,613	
3	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki tekstur yang lebih lembut (P2.8)	0,659	
4	Menu di Tempo Del Gelato memiliki tampilan warna yang lebih menarik (P2.9)	0,653	
5	Pelayanan sesuai dengan pesanan (P5.17)	0,642	
1	Tempo Del Gelato memiliki harga yang wajar (P1.2)	0,553	2. Kualitas dan Pelayanan
2	Penyajian pesanan di Tempo Del Gelato selalu bersih/higienis (P2.3)	0,506	
3	Ukuran penyajian gelato di Tempo Del Gelato memiliki porsi yang pas (P2.6)	0,521	
4	Tempo Del Gelato memiliki karyawan yang ramah (P5.19)	0,852	
5	Tempo Del Gelato memiliki karyawan yang tanggap (P5.20)	0,741	
1	Menu yang disajikan di Tempo Del Gelato memiliki kandungan nutrisi yang baik (P2.4)	0,691	3. Menu dan Suasana
2	Tempo Del Gelato berada dilokasi yang lebih strategis (P3.10)	0,675	
3	Tempo Del Gelato memiliki ruangan yang bersih (P3.14)	0,577	
4	Menu di Tempo Del Gelato mudah di ingat (P4.15)	0,823	
1	Tempo Del Gelato memiliki suasana yang lebih nyaman (P3.11)	0,656	4. Fasilitas
2	Tempo Del Gelato memiliki fasilitas yang lengkap (P3.12)	0,729	
1	Tempo Del Gelato memiliki ruangan yang luas (P3.13)	0,591	5. Kecepatan
2	Pesanan disajikan dengan cepat (P5.18)	0,748	
3	Karyawan di Tempo Del Gelato informatif (P5.21)	0,679	

Faktor kedua dapat disebut dengan faktor kualitas dan pelayanan, hal ini dikarenakan dari kelima butir faktor yang terbentuk cenderung mengarah ke pada pelayanan karyawan terhadap konsumen dan kualitas produk *gelato*. Faktor ini dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Tempo Del Gelato karena memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 203,8% (tabel. 13) dengan *total variace*

sebesar 10,725% (tabel.13) yang artinya faktor ini dapat mengungkap faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Tempo Del Gelato.

Faktor ketiga dapat disebut dengan faktor menu dan *tangibles*. Faktor ini disebut faktor menu dan *tangibles* dikarenakan *factor loading* tertinggi yaitu 82,3% (tabel.15) hal ini menunjukkan bahwa konsumen Tempo Del Gelato mengingat menu yang ada selain itu terdapat dua faktor yang mengarah kepada gerai *gelato*, sehingga faktor menu dan *tangibles* ini dapat mempengaruhi preferensi konsumen gelato untuk memilih gerai. Dengan nilai *eigenvalues* sebesar 163,5% (tabel.13) dan *total variance* sebesar 8,608% (tabel.13) faktor ini dapat mengungkap preferensi konsumen terhadap gelato di Tempo Del Gelato.

Faktor ke empat dapat disebut dengan faktor fasilitas, hal ini dikarenakan terdapat dua butir pernyataan yaitu mengenai suasana yang nyaman dan fasilitas yang lengkap. Responden pada penelitian ini mengungkapkan bahwa apabila suatu gerai memiliki fasilitas yang lengkap mengakibatkan kenyamanan konsumen yang berkunjung ke gerai tersebut, sehingga kedua butir ini mengelompok menjadi satu faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Tempo Del Gelato. Selain itu nilai *eigenvalue* sebesar 141,7% (tabel.13) dan dapat mengungkap faktor preferensi konsumen sebesar 7,458% (tabel.13).

Faktor ke lima disebut dengan faktor kecepatan, hal ini dikarenakan *loading factor* tertinggi yaitu sebesar 74,8% (tabel. 15) selain itu pada aitem lainnya juga saling mempengaruhi seperti karyawan yang informatif dan ruangan yang luas, artinya ketiga aitem yang terdapat pada faktor ini mengarah kepada layanan tetapi yang lebih tersorot yaitu faktor kecepatan pelayanan yang diberikan. Pada faktor

Kecepatan terdapat eigen values sebesar 119.4% (tabel.13) dan faktor ini dapat mengungkap preferensi konsumen terhadap gelato di Tempo Del Gelato sebesar 6,284% (tabel.13).

## 2. Ciao Gelato

Diketahui bahwa KMO pada Ciao Gelato sebesar 0,706 dimana  $KMO >$  dari pada nilai korelasi 0,50 dan nilai signifikansi pada *Bartlett's Test* sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi  $< 0,005$  sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut untuk analisis faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato.

Setelah dilakukannya pengujian dengan KMO dan Bartlett's Test selanjutnya untuk menganalisis faktor yang terbentuk maka dilakukan uji *Anti-image Matrices*. Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah setiap item berpengaruh terhadap preferensi konsumen gelato di Tempo Del Gelato dengan melihat nilai koefisien yang terdapat dari tabel *Anti-image Correlation*. Apabila terdapat nilai yang  $< 0,50$  maka aitem tersebut harus di eliminasi dan kemudian dilakukan pengujian ulang. Apabila terdapat lebih dari satu nilai korelasi  $< 0,50$  maka nilai korelasi yang terkecil yang akan di hilangkan kemudian akan dilihat hasil korelasinnya. Apabila setelah di hilangkan satu nilai korelasi  $< 0,50$  dan masih terdapat nilai korelasi  $< 0,50$  maka nilai tersebut di eliminasi lagi dan begitu seterusnya.

Tabel 13. *Anti-image Matrices* Ciao Gelato

NO	<i>Anti-image Correlation</i> Aitem	Korelasi
1	Ciao Gelato memiliki harga yang relatif murah (P1.1)	0,585
2	Ciao Gelato sering terdapat promo paket spesial (P1.2)	<b>0,397</b>
3	Ciao Gelato memiliki harga yang wajar (P1.3)	0,614

4	Penyajian pesana di Ciao Gelato selalu bersih/higienis (P2.4)	0,617
5	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki kandungan nutrisi yang baik (P2.5)	0,545
6	Menu di Ciao Gelato memiliki rasa yang sesuai dengan selera (P2.6)	0,673
7	Menu di Ciao Gelato memiliki porsi yang pas (P2.7)	0,569
8	Ciao Gelato memiliki variasi menu yang lebih beragam (P2.8)	0,583
9	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki tekstur yang lebih lembut (P2.9)	0,626
10	Menu di Ciao Gelato memiliki tampilan warna yang lebih menarik (P2.10)	0,727
11	Ciao Gelato berada di lokasi yang lebih strategis (P3.11)	0,691
12	Ciao Gelato memiliki suasana yang lebih nyaman (P3.12)	0,700
13	Ciao Gelato memiliki fasilitas yang lengkap (P3.13)	0,749
14	Ciao Gelato memiliki lahan parkir yang luas (P3.14)	0,661
15	Ciao Gelato memiliki ruangan yang luas (P3.15)	0,713
16	Ciao Gelato memiliki ruangan yang bersih (P3.16)	0,773
17	Ciao Gelato merupakan nama perusahaan yang terkenal (P4.17)	0,520
18	Menu di Ciao Gelato mudah di ingat (P4.18)	0,613
19	Saya mendapat rekomendasi untuk mengkonsumsi gelato di Ciao Gelato dari seseorang (P4.19)	<b>0,246</b>
20	Saya merasa bangga saat mengkonsumsi gelato di Ciao Gelato (P4.20)	0,534
21	Pelayanan sesuai dengan pesanan (P5.21)	0,727
22	Pesanan disajikan dengan cepat (P5.22)	0,673
23	Ciao Gelato memiliki karyawan yang ramah (P5.23)	0,573
24	Ciao Gelato memiliki karyawan yang tanggap (P5.24)	<b>0,449</b>
25	Karyawan di Ciao Gelato Informatif (P5.25)	<b>0,466</b>

Pada tabel 16 terdapat 25 aitem yang sudah dilakukan pengujian menggunakan *Anti-image Correlation*. Dari 25 aitem, terdapat 4 aitem yang memiliki nilai koefisien  $< 0,50$  sehingga nilai koefisien terkecil harus dileminsi dan dilakukan pengujian ulang. Dari keempat aitem tersebut nilai koefisien terkecil pada butir P4.19 yaitu sebesar 0,246 sehingga harus dieliminasi.

Tabel 14. *Anti-image Matrices* setelah mengeliminasi item P4.19

NO	<i>Anti-image Correlation</i> Aitem	Korelasi
1	Ciao Gelato memiliki harga yang relatif murah (P1.1)	0,582
2	Ciao Gelato sering terdapat promo paket spesial (P1.2)	<b>0,363</b>
3	Ciao Gelato memiliki harga yang wajar (P1.3)	0,637

4	Penyajian pesana di Ciao Gelato selalu bersih/higienis (P2.4)	0,677
5	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki kandungan nutrisi yang baik (P2.5)	0,528
6	Menu di Ciao Gelato memiliki rasa yang sesuai dengan selera (P2.6)	0,657
7	Menu di Ciao Gelato memiliki porsi yang pas (P2.7)	0,594
8	Ciao Gelato memiliki variasi menu yang lebih beragam (P2.8)	0,625
9	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki tekstur yang lebih lembut (P2.9)	0,726
10	Menu di Ciao Gelato memiliki tampilan warna yang lebih menarik (P2.10)	0,738
11	Ciao Gelato berada di lokasi yang lebih strategis (P3.11)	0,679
12	Ciao Gelato memiliki suasana yang lebih nyaman (P3.12)	0,682
13	Ciao Gelato memiliki fasilitas yang lengkap (P3.13)	0,749
14	Ciao Gelato memiliki lahan parkir yang luas (P3.14)	0,683
15	Ciao Gelato memiliki ruangan yang luas (P3.15)	0,714
16	Ciao Gelato memiliki ruangan yang bersih (P3.16)	0,781
17	Ciao Gelato merupakan nama perusahaan yang terkenal (P4.17)	0,698
18	Menu di Ciao Gelato mudah di ingat (P4.18)	0,633
19	Saya merasa bangga saat mengkonsumsi gelato di Ciao Gelato (P4.20)	0,509
20	Pelayanan sesuai dengan pesanan (P5.21)	0,720
21	Pesanan disajikan dengan cepat (P5.22)	0,660
22	Ciao Gelato memiliki karyawan yang ramah (P5.23)	0,609
23	Ciao Gelato memiliki karyawan yang tanggap (P5.24)	<b>0,452</b>
24	Karyawan di Ciao Gelato Informatif (P5.25)	0,534

Pada tabel 17 sudah dilakukan eliminasi untuk aitem P4.19 sehingga nilai koefisien mengalami perubahan yang fluktuatif. Dari perubahan nilai koefisien ini dapat dilihat bahwa aitem yang dapat menjadi faktor preferensi konsumen terhadap *gelato* di Ciao Gelato semakin terlihat dengan melihat nilai koefisien yang mengalami naik dan turun tersebut. Setelah dilakukannya eliminasi terdapat 2 aitem yang memiliki nilai koefisien  $< 0,50$  sehingga aitem terkecil harus dieliminasi. Pada

aitem Ciao Gelato sering terdapat promo paket spesial (P1.2) nilai koefisien sebesar  $0,363 < 0,50$  sehingga aitem ini harus dieliminasi dan dilakukan penujian ulang.

Tabel 15. *Anti-image Matrices* setelah mengeliminasi item P1.2

NO	<i>Anti-image Correlation</i> Aitem	Korelasi
1	Ciao Gelato memiliki harga yang relatif murah (P1.1)	0,576
2	Ciao Gelato memiliki harga yang wajar (P1.3)	0,620
3	Penyajian pesana di Ciao Gelato selalu bersih/higienis (P2.4)	0,670
4	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki kandungan nutrisi yang baik (P2.5)	0,506
5	Menu di Ciao Gelato memiliki rasa yang sesuai dengan selera (P2.6)	0,660
6	Menu di Ciao Gelato memiliki porsi yang pas (P2.7)	0,580
7	Ciao Gelato memiliki variasi menu yang lebih beragam (P2.8)	0,657
8	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki tekstur yang lebih lembut (P2.9)	0,730
9	Menu di Ciao Gelato memiliki tampilan warna yang lebih menarik (P2.10)	0,782
10	Ciao Gelato beradi di lokasi yang lebih strategis (P3.11)	0,662
11	Ciao Gelato memiliki suasana yang lebih nyaman (P3.12)	0,663
12	Ciao Gelato memiliki fasilitas yang lengkap (P3.13)	0,740
13	Ciao Gelato memiliki lahan parkir yang luas (P3.14)	0,729
14	Ciao Gelato memiliki ruangan yang luas (P3.15)	0,716
15	Ciao Gelato memiliki ruangan yang bersih (P3.16)	0,845
16	Ciao Gelato merupakan nama perusahaan yang terkenal (P4.17)	0,712
17	Menu di Ciao Gelato mudah di ingat (P4.18)	0,609
18	Saya merasa bangga saat mengkonsumsi gelato di Ciao Gelato (P4.20)	<b>0,493</b>
19	Pelayanan sesuai dengan pesanan (P5.21)	0,712
20	Pesanan disajikan dengan cepat (P5.22)	0,647
21	Ciao Gelato memiliki karyawan yang ramah (P5.23)	0,602
22	Ciao Gelato memiliki karyawan yang tanggap (P5.24)	<b>0,448</b>
23	Karyawan di Ciao Gelato Informatif (P5.25)	0,532

Pada tabel 18 setelah dilakukannya eliminasi aitem nilai koefisien mengalami perubahan kembali dan terdapat 2 aitem yang masih dibawah 0,50. Pada aitem saya merasa bangga saat mengkonsumsi gelato di Ciao Gelato (P4.20) nilai koefisien sebelumnya sebesar 0,509 tetapi setelah dilakukannya eliminasi aitem



ini mengalami penurunan menjadi 0,493, hal ini membuktikan bahwa aitem ini tidak dapat mengungkap faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato, sehingga harus dilakukannya eliminasi.

Tabel 16. *Anti-image Matrices* setelah mengeliminasi item P5.24

NO	<i>Anti-image Correlation</i> Aitem	Korelasi
1	Ciao Gelato memiliki harga yang relatif murah (P1.1)	0,541
2	Ciao Gelato memiliki harga yang wajar (P1.3)	0,651
3	Penyajian pesana di Ciao Gelato selalu bersih/higienis (P2.4)	0,647
4	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki kandungan nutrisi yang baik (P2.5)	0,580
5	Menu di Ciao Gelato memiliki rasa yang sesuai dengan selera (P2.6)	0,672
6	Menu di Ciao Gelato memiliki porsi yang pas (P2.7)	0,722
7	Ciao Gelato memiliki variasi menu yang lebih beragam (P2.8)	0,648
8	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki tekstur yang lebih lembut (P2.9)	0,707
9	Menu di Ciao Gelato memiliki tampilan warna yang lebih menarik (P2.10)	0,755
10	Ciao Gelato berada di lokasi yang lebih strategis (P3.11)	0,683
11	Ciao Gelato memiliki suasana yang lebih nyaman (P3.12)	0,748
12	Ciao Gelato memiliki fasilitas yang lengkap (P3.13)	0,861
13	Ciao Gelato memiliki lahan parkir yang luas (P3.14)	0,713
14	Ciao Gelato memiliki ruangan yang luas (P3.15)	0,801
15	Ciao Gelato memiliki ruangan yang bersih (P3.16)	0,853
16	Ciao Gelato merupakan nama perusahaan yang terkenal (P4.17)	0,804
17	Menu di Ciao Gelato mudah di ingat (P4.18)	0,563
18	Saya merasa bangga saat mengkonsumsi gelato di Ciao Gelato (P4.20)	0,659
19	Pelayanan sesuai dengan pesanan (P5.21)	0,764
20	Pesanan disajikan dengan cepat (P5.22)	0,717
21	Ciao Gelato memiliki karyawan yang ramah (P5.23)	0,746
22	Karyawan di Ciao Gelato Informatif (P5.25)	0,576

Pada tabel 19 setelah dilakukan eliminasi pada aitem Ciao Gelato memiliki karyawan yang tanggap (P5.24) tersisa 22 aitem yang memenuhi persyaratan untuk dilakukan analisis lebih lanjut, sehingga semua aitem tersebut dapat mengungkap

faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato.

Tabel 17. *Communalities*

Aitem	<i>Extraction</i>
P1.1	0,832
P1.3	0,798
P2.4	0,781
P2.5	0,709
P2.6	0,824
P2.7	0,690
P2.8	0,760
P2.9	0,678
P2.10	0,677
P3.11	0,614
P3.12	0,697
P3.13	0,667
P3.14	0,746
P3.15	0,668
P3.16	0,697
P4.17	0,645
P4.18	0,436
P4.20	0,818
P5.21	0,710
P5.22	0,783
P5.23	0,842
P5.25	0,677

*Communalities* merupakan persentase dari aitem atau variabel-variabel yang ada, semakin besar nilai *communalities* maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. Pada tabel 20 dapat diketahui bahwa aitem atau variabel memiliki nilai *communalities* > 0,50 sehingga semua aitem atau variabel tergolong tinggi sehingga semua aitem atau variabel memiliki hubungan yang erat dengan faktor yang terbentuk. Pada aitem Ciao Gelato memiliki harga yang relatif murah (P1.1) memiliki nilai *communalities* tertinggi yaitu 0,832 artinya sebesar 83,2% item P1.1 memiliki hubungan yang erat dengan faktor yang terbentuk.

Tabel 18. *Total Variance Explained*

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,931	31,505	31,505	6,931	31,505	31,505	4,278	19,444	19,444
2	2,960	13,457	44,962	2,960	13,457	44,962	3,008	13,674	33,119
3	1,964	8,925	53,887	1,964	8,925	53,887	2,241	10,187	43,306
4	1,568	7,128	61,015	1,568	7,128	61,015	2,194	9,974	53,280
5	1,307	5,941	66,956	1,307	5,941	66,956	2,168	9,853	63,132
6	1,019	4,631	71,586	1,019	4,631	71,586	1,860	8,454	71,586
7	0,923	4,196	75,782						
8	0,890	4,046	79,828						
9	0,731	3,324	83,153						
10	0,592	2,689	85,842						
11	0,546	2,482	88,324						
12	0,472	2,143	90,467						
13	0,416	1,893	92,360						
14	0,354	1,607	93,967						
15	0,287	1,305	95,272						
16	0,243	1,103	96,376						
17	0,197	0,898	97,273						
18	0,183	0,830	98,103						
19	0,140	0,634	98,738						
20	0,123	0,559	99,296						
21	0,088	0,399	99,695						
22	0,067	0,305	100,000						

Pada tabel 21 terdapat *total variance explained* dimana menunjukkan bahwa terdapat 6 faktor yang terbentuk. Seperti yang sudah dijelaskan pada tabel 13 apabila total eigenvalues  $< 1$  maka *factoring* dapat diberhentikan, sehingga untuk mengungkap preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato terdapat 6 faktor yang terbentuk dengan nilai total berturut-turut sebesar 6,931, 2,960, 1,964, 1,568, 1,307, 1,019 hal ini berarti keenam faktor tersebut memenuhi kriteria dan faktor selanjutnya di bawah 1 yakni 0,932 sehingga proses faktoring dapat dihentikan pada faktor ke enam.

Pada tabel 22 terdapat 6 *component matrix*, berarti terdapat 6 faktor yang memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata dari 22 variabel. Setiap aitem memiliki *factor loading* dari tiap-tiap *component*, hal ini menjelaskan bahwa setiap aitem hanya termasuk pada salah satu *component*.

Variabel yang merupakan bagian dari satu *component* merupakan yang memiliki nilai *factor loading* > 0,50 dan tanda (-) atau (+) hanya menunjukkan arah korelasi dan tidak berpengaruh terhadap *factor loading* yang dihasilkan.

Tabel 19. *Rotated Component Matrix*

Aitem	Component					
	1	2	3	4	5	6
P1.1	0,032	0,013	0,058	0,105	0,026	<b>0,903</b>
P1.3	0,054	0,085	0,203	0,022	0,127	<b>0,854</b>
P2.4	<b>0,773</b>	-0,009	-0,223	0,245	0,192	0,191
P2.5	-0,103	0,370	0,424	0,266	<b>0,551</b>	-0,080
P2.6	0,192	0,517	0,163	-0,158	<b>0,671</b>	0,134
P2.7	-0,017	0,292	0,142	0,102	<b>0,703</b>	0,281
P2.8	0,176	<b>0,808</b>	-0,174	-0,129	0,156	0,071
P2.9	0,059	<b>0,727</b>	0,167	0,090	0,331	0,021
P2.10	0,233	<b>0,687</b>	0,118	0,286	0,220	0,085
P3.11	0,460	0,263	<b>0,509</b>	-0,130	0,169	0,169
P3.12	0,494	0,196	-0,063	0,260	<b>0,565</b>	-0,153
P3.13	<b>0,591</b>	0,236	0,075	0,490	0,010	0,127
P3.14	<b>0,796</b>	0,101	0,156	-0,197	-0,136	-0,143
P3.15	<b>0,760</b>	0,052	0,157	-0,217	0,123	-0,038
P3.16	<b>0,719</b>	0,296	0,020	0,276	-0,116	0,047
P4.17	-0,070	<b>0,690</b>	0,261	0,305	0,044	-0,038
P4.18	0,268	-0,037	<b>0,556</b>	0,171	0,108	0,114
P4.20	0,007	0,192	<b>0,853</b>	0,163	0,077	0,147
P5.21	<b>0,547</b>	0,092	0,417	0,340	0,331	0,058
P5.22	<b>0,738</b>	-0,152	0,403	0,169	0,085	0,131
P5.23	0,270	0,217	0,274	<b>0,799</b>	-0,080	0,056
P5.25	-0,112	0,052	0,118	<b>0,702</b>	0,380	0,101

Pada tabel 23 terdapat 6 faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato yaitu faktor fasilitas, hal ini dikarenakan faktor ini terdiri dari faktor suasana, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan, selain itu faktor ini memiliki nilai *loading factor* tertinggi sebesar 79,6% (tabel.23) dengan

*eigenvalues* sebesar 693,1% (tabel.21) dan faktor ini dapat menjelaskan sebesar 31,505% (tabel.21) terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato.

Faktor kedua yaitu menu (tabel.23), hal ini dikarenakan faktor yang terbentuk cenderung mengarah kepada variasi menu yang lebih beragam. Faktor ini dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao gelato karena memiliki *eigenvalue* sebesar 296% (tabel.21) dengan *total variance* sebesar 13,457% (tabel.21) yang berarti faktor ini dapat mengungkap faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato.

Faktor ke tiga yaitu faktor citra produk (tabel.23), hal ini diakibatkan *loading factor* sebesar 85,3% (tabel.23) berkaitan erat dengan responden merasa bangga saat mengkonsumsi gelato di Ciao Gelato dengan *eigenvalue* 196,4% (tabel.21) dan *total variance* 8,925% (tabel.21) yang berarti faktor ini dapat mengungkap faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato. Pada penelitian Isik dan Yasar (2015) mengenai *effect of brand on consumer preferences: a study in turkmenistan* menyatakan bahwa citra produk memiliki nilai signifikansi yang positif terhadap preferensi konsumen, hal ini dapat mendukung faktor citra produk yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen.

Tabel 20. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi di Ciao Gelato

No	Aitem	<i>Loading Factor</i>	Identifikasi Faktor
1	Penyajian pesanan di Ciao Gelato selalu bersih/higienis (P2.4)	0,773	1. Fasilitas

2	Ciao Gelato memiliki fasilitas yang lengkap (P3.13)	0,591	
3	Ciao Gelato memiliki lahan parkir yang luas (P3.14)	0,796	
4	Ciao Gelato memiliki ruangan yang luas (P3.15)	0,760	
5	Ciao Gelato memiliki ruangan yang bersih (P3.16)	0,719	
6	Pelayanan sesuai dengan pesanan (P5.21)	0,547	
7	Pesanan disajikan dengan cepat (P5.22)	0,738	
1	Ciao Gelato memiliki variasi menu yang lebih beragam (P2.8)	0,808	2. Menu
2	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki tekstur yang lebih lembut (P2.9)	0,727	
3	Menu di Ciao Gelato memiliki tampilan warna yang lebih menarik (P2.10)	0,687	
4	Ciao Gelato merupakan nama perusahaan yang terkenal (P4.17)	0,690	
1	Ciao Gelato berada di lokasi yang lebih strategis (P3.11)	0,509	3. Citra Produk
2	Menu di Ciao Gelato mudah di ingat (P4.18)	0,556	
3	Saya merasa bangga saat mengkonsumsi gelato di Ciao Gelato (P4.20)	0,853	
1	Ciao Gelato memiliki karyawan yang ramah (P5.23)	0,799	4. Pelayanan
2	Karyawan di Ciao Gelato Informatif (P5.25)	0,702	
1	Menu yang disajikan di Ciao Gelato memiliki kandungan nutrisi yang baik (P2.5)	0,551	5. Kualitas produk
2	Menu di Ciao Gelato memiliki rasa yang sesuai dengan selera (P2.6)	0,671	
3	Menu di Ciao Gelato memiliki porsi yang pas (P2.7)	0,703	
4	Ciao Gelato memiliki suasana yang lebih nyaman (P3.12)	0,565	
1	Ciao Gelato memiliki harga yang relatif murah (P1.1)	0,903	6. Harga
2	Ciao Gelato memiliki harga yang wajar (P1.3)	0,854	

---

Faktor ke empat yaitu faktor Pelayanan (tabel 23), hal ini dikarenakan faktor keempat cenderung mengungkap bahwa pelayanan di Ciao Gelato informatif dan ramah, sehingga faktor ini dapat disebut dengan faktor layanan dengan nilai *loading*

*factor* sebesar 79,9% (tabel.23). Selain itu, *eigenvalue* 156,8% (tabel.21) dan total variance 7,128% (tabel. 21) yang berarti faktor ini dapat mengungkap faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato sebesar 7,128%.

Faktor ke lima yaitu faktor porsi kualitas produk, hal ini dikarenakan nilai *loading factor* terbesar pada faktor ini yaitu 70,3% (tabel.23) dan cenderung mengarah kepada porsi menu yang pas bagi responden. Selain itu *eigenvalue* pada faktor ini sebesar 130,7% (tabel.21) dan *total variance* sebesar 5,941% (tabel.21) yang berarti faktor ini memiliki dapat mengungkap faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato.

Faktor ke enam yaitu faktor harga, hal ini dikarenakan pada faktor ini mengungkap harga di Ciao Gelato dengan *loading factor* sebesar 90,3% (tabel. 23) dan terdapat dua aitem yang mengarah kepada harga. Selain itu *eigenvalue* pada faktor ini sebesar 101,9% (tabel.21) dan *total variance* sebesar 4,631% (tabel.21) yang artinya faktor ini dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato.

Pada tabel 15 terdapat 5 faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Tempo Del Gelato yaitu faktor produk, faktor kualitas dan pelayanan, faktor menu, faktor fasilitas, dan faktor kecepatan. Pada tabel 23 terdapat 6 faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato yaitu faktor fasilitas, faktor menu, faktor citra produk, faktor pelayanan, faktor kualitas produk, dan faktor harga. Perbedaan faktor yang terbentuk dari kedua gerai gelato tersebut dikarenakan adanya perbedaan aitem yang diteliti, untuk

gerai Tempo Del Gelato terdapat 21 aitem sedangkan untuk gerai Ciao Gelato terdapat 25 aitem. Perbedaan aitem ini dikarenakan saat melakukan uji daya beda aitem dan reliabilitas terdapat aitem yang memiliki nilai koefisien  $<0,25$  sehingga perlu dilakukannya eliminasi. Selain itu perbedaan yang terbentuk dikarenakan analisis faktor menunjukkan bahwa untuk mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen gelato di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato memang berbeda, sehingga terbentuklah 5 faktor untuk Tempo Del Gelato dan 6 faktor untuk Ciao Gelato.

Faktor yang terbentuk dari kedua gerai tersebut memiliki kesamaan yaitu faktor produk, faktor citra produk, dan faktor kualitas produk, hal ini dikarenakan responden sudah mengetahui tentang fakta dan kenyataan produk gelato di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato, dari kedua gerai tersebut memiliki variasi rasa, variasi menu, dan kualitas produk yang sudah melekat di hati konsumen, sehingga terdapat tiga faktor yang membentuk produk.

Kemudian untuk faktor layanan kedua gerai gelato ini sama-sama memberikan layanan terbaiknya, seperti karyawan yang sangat ramah dan informatif, saat penyajian dilakukan secara higienis, sehingga responden sangat nyaman saat berada dan melakukan transaksi di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato.

Faktor menu menjadi faktor yang sama-sama berpengaruh di kedua gerai gelato ini, dikarena menu yang tersedia sangat mudah diingat seperti *cone*, *small cup*, dan *medium cup*. Dari ketiga menu tersebut tersedia di gerai Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato sehingga apabila konsumen berkunjung kedua gerai tersebut tidak kebingungan untuk memilih menu. Selain itu, variasi menu yang tersedia juga



cukup banyak, lebih dari 40 varian menu dapat di pilih di kedua gerai tersebut mulai dari rasa manis hingga rasa buah-buahan yang *fresh*.

Faktor fasilitas juga menjadi faktor yang sama-sama berpengaruh di kedua gerai gelato ini, hal ini dikarenakan faktor fasilitas membuat konsumen merasa nyaman saat berada di kedua gerai tersebut. Dari 100 responden yang diteliti terdapat 69% mahasiswa sehingga banyak dari mahasiswa yang berkunjung ke kedua gerai ini sambil mengerjakan tugas, selain itu 39% sisanya juga pasti merasa nyaman saat berada di kedua gerai ini karena fasilitas yang lengkap.

Faktor kecepatan dan faktor harga juga mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk gelato, hal ini dikarenakan pesanan yang disajikan dengan cepat membuat konsumen senang karena tidak harus menunggu lama, selain itu dengan harga gelato yang terjangkau dapat membuat semua orang dengan berbagai latar belakang pendapatan dapat merasakan kelezatan gelato.

### C. Faktor-Faktor yang Dominan Terhadap Preferensi Konsumen Gelato

Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Tempo Del Glato terdapat 5 faktor dan di Ciao Gelato terdapat 6 faktor. Faktor-faktor ini terbentuk akibat kecenderungan atau pilihan mengapa seseorang mau memilih gerai gelato antara di Tempo Del Gelato dan Ciao Gelato. Setiap responden tentu memiliki pilihan sendiri terhadap suatu produk, sehingga faktor setiap faktor memiliki korelasi yang berbeda dan tentunya diantara faktor-faktor tersebut terdapat faktor yang dominan untuk mempengaruhi preferensi konsumen.

Tabel 21. Korelasi Pengaruh Terhadap Preferensi Konsumen Tempo Del Gelato

Faktor	Korelasi
Produk	<b>0,589</b>

Kualitas dan Pelayanan	0,314
Menu dan suasana	<b>0,845</b>
fasilitas	<b>0,839</b>
Kecepatan	<b>0,562</b>

Pada tabel 24 korelasi atau faktor-faktor yang lebih besar pengaruhnya terhadap gelato di Tempo Del Gelato yaitu pada faktor menu dan suasana, faktor fasilitas dan pelayanan, faktor produk, dan faktor kecepatan. Korelasi faktor menu sebesar 0,845 dimana jauh diatas 0,50 sehingga faktor ini memiliki korelasi yang tinggi. Selain itu, faktor menu berpengaruh karena gelai gelato di Tempo Del Gelato memang sangat diminati oleh masyarakat, peneliti saat menanyakan mengenai apakah yang menyebabkan responden memilih gerai Tempo Del Gelato, rata-rata responden mengatakan menu yang terdapat di gerai Tempo Del Gelato lebih beragam dan rasanya lebih lembut, hal ini menjadi faktor yang menyebabkan responden lebih memilih kepada gerai Tempo Del Gelato.

Faktor fasilitas dan pelayanan memiliki tingkat korelasi kedua yaitu sebesar 0,839 hal ini dikarenakan banyak responden yang menyampaikan bahwa suasana di Tempo Del Gelato sangat nyaman, dengan konsep *vitage* yang diusung membuat responden senang untuk berfoto karena konsepnya sangat modren. Selain suasana, fasilitas yang lengkap memudahkan responden untuk melakukan sesuatu seperti toilet, mushola, petunjuk menu, air mineral, dan stop kontak. Kerena terdapat banyak mahasiswa yang berkunjung tidak jarang para mahasiswa mengerjakan tugas di gerai Tempo Del Gelato dengan fasilitas yang lengkap dan suasana yang mendukung memuat konsumen yang berprofesi sebagai mahasiswa senang dan nyaman untuk mengerjakan tugas disana.

Faktor produk memiliki tingkat korelasi ke tiga yaitu sebesar 0,589, hal ini dikarenakan produk gelato yang ada di Tempo Del Gelato sangat bervariasi, sehingga responden memiliki banyak pilihan untuk produk gelato mulai dari varian manis hingga yang segar tersedia di Tempo Del Gelato, tetapi sayangnya gerai Tempo Del Gelato hanya menyuguhkan produk gelato saja tidak terdapat menu makanan. Faktor ini didukung oleh penelitian oleh Anojan (2015) mengenai *consumer's preference and consumer's buying behavior on soft drinks: a case study in Northern Province of Sri Lanka* bahwa faktor produk mempengaruhi konsumen pada memilih produk

Faktor kecepatan memiliki tingkat korelasi ke empat yaitu sebesar 0,562, hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh karyawan saat konsumen melakukan pesanan *gelato* tidak terlalu menunggu lama, sehingga konsumen merasa nyaman saat melakukan transaksi di Tempo Del Gelato.

Tabel 22. Korelasi Pengaruh Terhadap Preferensi Konsumen Ciao Gelato

Faktor	Korelasi
Fasilitas	<b>0,587</b>
Menu	0,462
Citra Produk	0,436
Pelayanan	<b>0,740</b>
Kualitas Produk	0,032
Harga	0,156

Pada tabel 25 korelasi yang lebih dominan mengenai faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen gelato di Ciao Gelato pada faktor pelayanan yaitu sebesar 0,740 dimana jauh dari 0,50 sehingga faktor ini memiliki korelasi yang tinggi untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap gelato di Ciao Gelato. Hal ini dikarenakan responden menyatakan bahwa layanan karyawan terhadap konsumen ramah dan informatif.

Hal ini juga peneliti ketahu saat melakukan penelitian di gerai Ciao Gelato, bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat ramah dan informatif. Pelayanan yang ramah dan informatif menjadi daya tarik dan rasa nyaman bagi konsumen sehingga hal ini dapat menyebabkan faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen untuk memilih gerai Ciao Gelato saat ingin mengonsumsi gelato.

Faktor fasilitas memiliki tingkat korelasi ke dua yaitu sebesar 0,587 hal ini dikarenakan konsep gerai yang diusung membuat konsumen merasa nyaman saat berada Ciao Gelato, selain itu dengan fasilitas yang terdapat di sana memudahkan konsumen untuk mendapatkan *service* lebih seperti saat mengerjakan tugas atau sekedar mengobrol bersama rekan. Selain itu, gerai Ciao Gelato memiliki dua ruangan yang memisahkan antara konsumen yang ingin merokok dan tidak merokok, sehingga konsumen merasa memiliki ruangan yang tepat saat berada di gerai Ciao Gelato.

