

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Profil Konsumen

Profil konsumen merupakan gambaran identitas yang dapat menonjolkan karakteristik dari seseorang yang membedakan dirinya dengan konsumen lainnya. Profil konsumen bakso jamur goreng “Mr. Jareng” meliputi jenis kelamin, uang saku/pendapatan dan makanan favorit. Pada dasarnya jika melihat sebaran jenis kelamin, tingkatan umur, uang saku, dan makanan favorit konsumen yang merata menandakan bahwa bakso jamur goreng “Mr. Jareng” ini juga dikonsumsi oleh semua kalangan. Hal ini menandakan bahwa bakso jamur goreng “Mr. Jareng” sudah dapat diterima oleh berbagai kalangan konsumen di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### 1. Pelajar dan mahasiswa

Yogyakarta merupakan kota yang dikenal oleh masyarakat luas sebagai kota pelajar. Yogyakarta memiliki berbagai sekolah, dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Setiap sekolah sudah pasti memiliki kantin yang menjual makanan untuk memenuhi kebutuhan pelajar ataupun mahasiswa waktu jam istirahat. Hal ini menjadikan pelajar dan mahasiswa menjadi konsumen yang

Tabel 7. Profil Konsumen Bakso Jamur Goreng “Mr. Jareng” Pada Segmen Pelajar dan Mahasiswa

Atribut Profil Konsumen	PELAJAR				MAHASISWA			
	Sepi		Ramai		Sepi		Ramai	
	Jml	(%)	Jml	(%)	Jml	(%)	Jml	(%)
1. Jenis Kelamin								
Laki-laki	8	30	22	37	11	37	15	25
Perempuan	22	70	38	63	19	63	45	75
Jumlah	30	100	60	100	30	100	60	100
3. Uang saku (Rp/hari)								
5.000 - 10.900	13	43	24	40	0	0	0	0
11.000 - 16.900	15	50	32	53	0	0	0	0
17.000 - 22.900	2	7	3	5	9	30	12	20
23.000 - 28.900	0	0	1	2	10	33	23	38
29.000 - 35.000	0	0	0	0	11	37	25	42
Jumlah	30	100	60	100	30	100	60	100
4. Makanan Favorit								
Bakso	4	13	16	27	5	17	17	28
Mie ayam	6	20	11	18	3	10	12	20
Gorengan	16	54	25	42	18	60	20	34
Siomay	4	13	6	10	0	0	3	5
Batagor	0	0	2	3	4	13	8	13
Jumlah	30	100	60	100	30	100	60	100

Tabel 7 menunjukkan profil konsumen bakso jamur goreng “Mr. Jareng” dilihat dari sisi jenis kelamin, uang saku dan makanan favorit. Pada segmen pelajar kondisi penjualan sepi, responden diambil dari konsumen yang membeli bakso jamur goreng “Mr. Jareng” di kantin SMP. Jika dilihat dari atribut jenis kelamin konsumen yang mengkonsumsi bakso jamur goreng “Mr. Jareng” didominasi oleh perempuan. Lebih dari 50% konsumen adalah perempuan. Sementara itu, untuk uang saku rata-rata konsumen bakso jamur goreng “Mr. Jareng” pada kondisi sepi ini memiliki uang saku berkisar antara Rp.5.000- Rp.10.900 dan Rp.11.000- Rp.16.900. Uang saku ini digunakan untuk jajan makan dan uang transportasi naik bis. Dilihat dari segi makanan favorit lebih

favoritnya gorengan, 14 responden atau 87,5% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan apabila perempuan suka *mengemil*.

Pada segmen pelajar ramai, kantin yang menjadi sampel penelitian adalah kantin SMA. Tidak jauh berbeda dengan kondisi penjualan sepi, responden pada segmen ini lebih dari 50% adalah perempuan, perempuan lebih suka jajan yang kuantitasnya sedikit tapi variasi makanannya banyak. Atribut uang saku, sebagian besar responden memiliki uang saku bekisar antara Rp.11.000-Rp. 16.900, uang saku bagi mereka untuk jajan dan uang transportasi, baik untuk naik bis ataupun uang bensin. Untuk makanan favorit konsumen pada segmen ini adalah gorengan, lebih dari 80% responden perempuan menyukai gorengan sebagai makanan favoritnya.

Pada segmen pelajar, baik di kantin dengan penjualan sepi maupun ramai dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumennya adalah perempuan. Perbandingan konsumen perempuan dan laki-laki sekitar 2:1, artinya bakso jamur goreng "Mr. Jareng" disukai oleh konsumen perempuan, hal tersebut dimungkinkan karena laki-laki lebih cenderung memilih jajanan atau makanan yang lebih mengenyangkan misalnya nasi rames, mengingat aktivitas yang dilakukan laki-laki memerlukan tenaga lebih besar dibandingkan perempuan. Sementara itu konsumen perempuan lebih menyukai jajan dan mengemil. Persentase konsumen perempuan pada segmen ini adalah lebih dari enam puluh persen yaitu sebesar 70% untuk tingkat penjualan sepi dan 64% untuk tingkat penjualan ramai. Sementara itu untuk atribut uang saku yaitu uang yang didapat

menunjukkan hasil bahwa pelajar yang mendapat uang saku antara Rp.11.000 – Rp.16.999 mendominasi menjadi konsumen bakso jamur goreng “Mr. Jareng”. Konsumen bakso jamur goreng “Mr. Jareng” pada segmen pelajar baik pada penjualan sepi maupun ramai sebesar lebih dari 40% dari total konsumen, sebagian besar uang jajan mereka adalah Rp.15.000. Harga bakso jamur goreng “Mr. Jareng” sebesar Rp.1.500, dengan uang saku Rp.15.000, harga tersebut cukup terjangkau di kantong pelajar. Segi makanan favorit konsumen pada segmen pelajar baik pada penjualan sepi maupun ramai makanan favoritnya adalah jajanan yang serba digoreng, sedangkan bakso jamur goreng “Mr. Jareng” merupakan jenis makanan yang diolah dengan cara digoreng, dengan kata lain bakso jamur goreng “Mr Jareng” merupakan salah satu jenis makanan favorit pada segmen pelajar.

Sama halnya dengan segmen pelajar, pada segmen mahasiswa baik pada penjualan sepi maupun ramai konsumen sebagian besar berjenis kelamin perempuan. Banyaknya konsumen perempuan dikarenakan perempuan lebih memilih makanan dengan pertimbangan rasa, kebersihan dan kemasan, sedangkan untuk konsumen dengan jenis kelamin laki-laki lebih cenderung memilih makanan dengan pertimbangan kuantitas, semakin banyak kuantitas makanan yang mereka makan akan semakin kenyang pula perut mereka tanpa mempertimbangkan rasa ataupun kemasan. Sementara itu, untuk uang saku harian pada segmen mahasiswa pada penjualan sepi maupun penjualan ramai uang saku mereka sebagian besar pada rentang Rp.30.000 hingga Rp.35.000. Sama halnya pada segmen pelajar,

mengingat waktu yang terbagi dengan tugas-tugas maka mereka lebih cenderung memilih makanan yang praktis untuk dikonsumsi.

## 2. Masyarakat Umum

Selain sekolah dan kampus, untuk mengembangkan wilayah pangsa pasarnya bakso jamur goreng "Mr. Jareng" juga dijual di angkringan dan burjo. Konsumen disini lebih variatif dibandingkan di sekolah maupun kampus. Tabel 8 berikut ini memperlihatkan profil konsumen bakso jamur goreng "Mr. Jareng" pada segmen masyarakat umum:

Tabel 8. Profil Konsumen Bakso Jamur Goreng "Mr. Jareng" Pada Segmen Masyarakat Umum

Atribut Profil Konsumen	MASYARAKAT UMUM			
	Sepi		Ramai	
	Jml	(%)	Jml	(%)
<b>1. Jenis Kelamin</b>				
Laki-laki	16	53	17	57
Perempuan	14	47	13	43
Jumlah	30	100	30	100
<b>3. Pendapatan per bulan (Rp)</b>				
500.000-899.900	8	27	6	20
900.000 – 1.299.900	17	57	18	60
1.300.000 – 1.699.900.	3	10	3	10
1.700.000 – 2.099.900	2	6	3	10
2.100.000 – 2.500.000	30	100	30	100
Jumlah				
<b>4. Makanan Favorit</b>				
Bakso	8	27	6	20
Mie ayam	3	10	2	7
Gorengan	15	50	17	57
Siomay	1	3	1	3
Batagor	3	10	4	13
Jumlah	30	100	30	100

Berbeda halnya dengan segmen pelajar dan mahasiswa, pada masyarakat umum konsumen yang banyak membeli bakso jamur goreng "Mr. Jareng" adalah

pada segmen masyarakat umum adalah di warung burjo dan angkringan, dimana kebanyakan warung burjo dan angkringan ini menjadi salah satu tempat berkumpulnya laki-laki untuk bersosialisasi atau membahas topik yang sedang *trend* baik di wilayah mereka tinggal maupun di wilayah lainnya. Selain hal tersebut diatas konsumen yang berjenis kelamin perempuan memiliki kebiasaan dan tempat berbelanja yang berbeda, perempuan lebih sering berbelanja di pasar, mal ataupun warung, disamping itu kebutuhan perempuan pada masyarakat umum lebih didominasi oleh kebutuhan sehari-hari sedangkan bakso jamur goreng "Mr. Jareng" merupakan jenis makanan pelengkap sehingga bakso jamur goreng "Mr. Jareng" kurang diminati oleh masyarakat umum dengan jenis kelamin perempuan.

Pada segmen pelajar dan mahasiswa kita mengenal atribut uang saku, pada segmen masyarakat umum ini atribut uang saku berbeda definisinya. Pada segmen masyarakat umum biasanya sudah memiliki pendapatan sendiri, tidak mendapatkan kiriman dari orang tua, sehingga dalam perhitungan pendapatan pada segmen ini berbeda dengan segmen pelajar maupun mahasiswa. Pada segmen ini pendapatan adalah uang yang didapatnya dari hasil bekerja selama satu bulan, sebagian besar pendapatan mereka pada segmen masyarakat ini, baik pada penjualan sepi maupun ramai adalah antara Rp.900.000 – Rp.1.299.900 dengan persentase 57% dan 60%, sedangkan sisanya menyebar merata. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen bakso jamur goreng "Mr. Jareng" berpenghasilan menengah, dimana rata-rata pendapatan ini di atas upah minimum

Untuk makanan favorit pada segmen masyarakat umum sama seperti segmen pelajar dan mahasiswa, lebih dari 50% responden masyarakat umum menyukai gorengan. Pada umumnya masyarakat Yogyakarta menyukai gorengan.

## B. Motivasi

Mengonsumsi suatu produk dalam hal ini bakso jamur goreng "Mr. Jareng" tentunya merupakan suatu realisasi dari sebuah alasan tertentu yang kuat serta mendorong konsumen tersebut untuk bertidak. Berikut pembahasan motivasi konsumen bakso jamur goreng "Mr. Jareng":

Tabel 9. Motivasi Konsumen Bakso Jamur Goreng "Mr. Jareng"

Atribut	Pelajar				Mahasiswa				Masyarakat Umum			
	Sepi		Ramai		Sepi		Ramai		Sepi		Ramai	
	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Harga	47	53	40	60	40	60	30	70	63	37	57	43
Rasa	40	60	10	90	33	67	12	88	17	83	23	77
Tekstur	43	57	42	58	43	57	39	61	67	33	53	47
Kemasan	50	50	40	60	87	13	60	40	57	43	60	40
Kepraktisan	50	50	26	74	40	60	22	78	30	70	37	53
Keamanan	47	53	40	60	47	53	39	61	33	67	33	67
Kebersihan	43	57	33	67	50	50	37	63	43	57	33	67
Mudah didapat	47	53	70	30	60	40	71	29	57	43	57	43
Keberadaan saos	60	40	22	78	43	57	27	73	23	77	13	87
Kandungan gizi	57	43	61	39	57	43	26	74	57	43	53	47
Kebiasaan	57	43	90	10	63	37	56	44	67	33	70	30
Ikut teman	53	47	70	30	73	27	66	34	60	40	77	23

Tabel 9 menunjukkan motivasi konsumen bakso jamur goreng "Mr. Jareng" pada tiga segmen yaitu segmen pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum yang dilihat dari 12 atribut yaitu atribut segi harga, rasa, tekstur, kemasan, kepraktisan,

Pada segmen pelajar yang terdiri dari pelajar tingkat SMP dan SMA, pada kondisi penjualan sepi konsumen memilih atribut harga, rasa, tekstur, keamanan, kebersihan, mudah didapat dan ikut teman yang memotivasi mereka membeli bakso jamur goreng "Mr. Jareng" dan atribut keberadaan saos, kandungan gizi dan kebiasaan tidak menjadi motivasi. Atribut kemasan dan kepraktisan memiliki nilai yang sama untuk pilihan ya dan tidak menjadi motivasi, hal ini dimungkinkan pada penjualan sepi atribut kemasan dan atribut kepraktisan tidak terlalu menjadi pertimbangan dalam memilih jajanan. Pada kondisi penjualan ramai pilihan atribut harga, rasa, tekstur, kemasan, kepraktisan, keamanan, kebersihan, dan keberadaan saos menjadi motivasi dalam membeli bakso jamur goreng "Mr. Jareng". Sedangkan untuk pilihan tidak termotivasi pada atribut mudah didapat, kandungan gizi, kebiasaan dan ikut teman.

Pada segmen pelajar ini, dilihat kedua kondisi tersebut, atribut yang menjadi motivasi konsumen dalam membeli bakso jamur goreng "Mr. Jareng" hampir sama. Harga menjadi motivasi pada kedua kondisi ini karena konsumen menganggap harga bakso jamur goreng "Mr. Jareng" masih terjangkau dengan uang saku yang diberikan orang tuanya setiap harinya. Rasa dan tekstur menjadi atribut selanjutnya yang memotivasi konsumen pada segmen pelajar ini, rasa yang enak, tidak membosankan dan tektur jamur yang menyerupai daging ayam menjadi alasan mereka membeli bakso jamur goreng "Mr. Jareng". Keamanan dan kebersihan atribut berikutnya yang memotivasi dikedua segmen ini, bakso jamur goreng "Mr. Jareng" dalam proses penitipannya diberikan serangkaian

syarat-syarat keamanan dan kebersihan bakso jamur goreng “Mr. Jareng” diperbolehkan dijual di kantin sekolah. Adanya jaminan keamanan dan kebersihan tersebut menjadi motivasi konsumen membeli bakso jamur goreng “Mr. Jareng”. Untuk atribut mudah didapat dan ikut teman hanya menjadi motivasi konsumen pada kondisi penjualan sepi. Bakso jamur goreng “Mr. Jareng” dijual di dalam kantin sekolah sehingga para pelajar sebagai konsumen mudah untuk mendapatkannya dan adanya sikap para pelajar yang memiliki grup-grup/kelompok tertentu, sehingga motivasi mereka membeli bakso jamur goreng “Mr. Jareng” hanya ikut teman-temannya. Atribut kemasan, kepraktisan dan keberadaan saos menjadi motivasi konsumen bakso jamur goreng “Mr. Jareng” pada kondisi penjualan ramai. Terbatasnya waktu istirahat, dengan adanya kemasan dan praktis mengkonsumsinya menjadikan motivasi dalam membeli bakso jamur goreng “Mr. Jareng” Dari kedua belas atribut tersebut pada segmen pelajar atribut rasa menjadi atribut yang dominan dalam memilih jajanan dengan nilai 60% dan 90% pada kondisi penjualan sepi maupun ramai. Rasa yang enak menjadikan alasan konsumen untuk membeli bakso jamur goreng “Mr. Jareng”.

Pada segmen mahasiswa kondisi penjualan sepi, atribut-atribut yang memotivasi membeli bakso jamur goreng “Mr. Jareng” adalah adalah harga, rasa, tekstur, kepraktisan, keamanan dan keberadaan saos dan atribut yang tidak memotivasi yaitu kemasan, mudah didapat, kandungan gizi, kebiasaan dan ikut teman, sedangkan untuk atribut kebersihan memiliki nilai yang sama untuk pilihan ya dan tidak termotivasi. Pada kondisi penjualan ramai atribut harga, rasa,

yang termotivasi, dan pilihan atribut yang tidak memotivasi adalah kemasan, mudah didapat, kebiasaan dan ikut teman.

Pada segmen mahasiswa, atribut yang memotivasi membeli bakso jamur goreng "Mr. Jareng" sama dikedua kondisi, hanya ada satu atau dua atribut yang berbeda. Atribut yang memiliki kesamaan pada kedua kondisi ini antara lain: harga, rasa, tekstur, kepraktisan, keamanan dan keberadaan saos. Atribut-atribut yang menjadi motivasi pada segmen ini pun hampir sama pada segmen pelajar, alasan – alasannya pun tidak jauh berbeda. Harga Rp.1.500 sudah bisa mendapatkan satu tusuk bakso jamur, harga yang cukup murah bagi mereka. Rasa yang enak, tekstur jamur yang khas, praktis mengkonsumsinya dan dilengkapi saos menjadi alasan konsumen dalam membeli bakso jamur goreng "Mr. Jareng". Sama halnya pada segmen pelajar, untuk bisa menitipkan pada kantin-kantin kampus harus memenuhi kriteria makanan yang aman dikonsumsi. Adanya kriteria tersebut menjadi jaminan, apabila bakso jamur goreng "Mr. Jareng" menjadi makanan yang aman dikonsumsi. Atribut yang dominan untuk pilihan pada kedua kondisi penjualan tersebut adalah atribut rasa untuk segmen mahasiswa dengan nilai 67% untuk penjualan sepi dan 88% untuk penjualan ramai.

Pada segmen masyarakat umum untuk kondisi penjualan sepi atribut yang memotivasi adalah rasa, kepraktisan, keamanan, kebersihan dan keberadaan saos. Sedangkan pilihan atribut tidak memotivasi yaitu harga, tekstur, kemasan, kepraktisan, mudah didapat, kandungan gizi, kebiasaan dan ikut teman. Pada

adalah rasa, kepraktisan, keamanan, kebersihan, dan keberadaan saos, sedangkan untuk pilihan atribut tidak termotivasi terletak pada atribut harga, tekstur, kemasan, kepraktisan, mudah didapat, kandungan gizi, kebiasaan dan ikut teman. Pada segmen ini, atribut yang menjadi motivasi konsumen membeli bakso jamur goreng “Mr. Jareng” sama, baik dalam kondisi penjualan sepi maupun kondisi penjualan sepi. Rasa yang enak menjadi motivasi yang paling banyak dipilih responden, kepraktisan menjadi atribut yang memotivasi selanjutnya, angkringan dan warung burjo tempat yang sering untuk diskusi laki-laki, dengan adanya bakso jamur goreng “Mr. Jareng” yang ditusuk, membuat praktis dalam mengkonsumsinya. Penyajian yang bersih, membuat konsumen meyakini bahwa bakso jamur goreng “Mr. Jareng” aman dikonsumsi. Adanya saos menjadi pembeda variasi makanan yang ada di angkringan maupun warung burjo, sehingga saos menjadi salah satu atribut yang memotivasi untuk membeli bakso jamur goreng “Mr. Jareng”.

Dari ketiga segmen rasa menjadi motivasi yang paling banyak dipilih responden. Rasa yang enak, tidak membosankan dan cocok di lidah konsumen, sehingga bakso jamur goreng “Mr. Jareng” menjadi makanan yang disukai konsumen.

### **C. Korelasi Atribut Motivasi dengan Kondisi Penjualan**

Motivasi konsumen dalam membeli bakso jamur goreng “Mr. Jareng” tentunya berbeda-beda pada kondisi penjualan sepi maupun pada kondisi penjualan ramai.. Motivasi yang berbeda pada setiap segmen terdapat beberapa

penjualan baik sepi maupun kondisi penjualan ramai. Seberapa besar hubungan antara motivasi dan kondisi penjualan dianalisis menggunakan uji phi. Berikut hasil analisis korelasi antara motivasi setiap atribut dan kondisi penjualan pada segmen pelajar:

Tabel 10. Hubungan antara motivasi setiap atribut dan kondisi penjualan pada ketiga segmen.

Atribut	Pelajar		Mahasiswa		Masyarakat Umum	
	$\pi$	$\rho$	$\pi$	$\rho$	$\pi$	$\rho$
Harga	-0,016	0,878	0,193**	0,067	0,193	0,598
Rasa	0,282*	0,008	0,236*	0,025	0,236	0,519
Tekstur	0,094	0,37	0,207*	0,05	0,207	0,292
Kemasan	-0,048	0,648	0,049	0,643	0,049	0,793
Kepraktisan	0,154	0,143	0,213*	0,043	0,213	0,184
Kebersihan	-0,033	0,755	0,096	0,361	0,096	1
Keamanan	0,168	0,111	0,095	0,367	0,095	0,426
Mudah didapat	-0,231*	0,028	-0,15	0,143	-0,15	1
Keberadaan saos	-0,018	0,862	0,048	0,648	0,048	0,317
Kandungan gizi	0,084	0,425	0,224*	0,034	0,224	0,795
Kebiasaan	-0,312*	0,003	0,08	0,451	0,08	0,781
Ikut teman	-0,064	0,546	0,1	0,343	0,1	0,165

Keterangan: \* Signifikan  $\alpha= 5\%$

\*\*Signifikan  $\alpha= 10\%$

Tabel 10. memperlihatkan dari 12 atribut motivasi, pada segmen pelajar hanya ada tiga atribut yang memiliki korelasi yang signifikan pada taraf signifikansi 5%. Tiga atribut tersebut adalah rasa, mudah didapat dan kebiasaan. Rasa signifikan pada alfa 5% dengan demikian menolak  $H_0$ , artinya atribut rasa memiliki korelasi dengan kondisi penjualan. Koefisien korelasi rasa sebesar 0,282, bernilai positif, artinya rasa semakin menjadi motif konsumen dalam membeli bakso jamur goreng "Mr. Jareng" maka kondisi penjualannya akan semakin ramai. Bila dihubungkan dengan tabel 9, dari kedua kondisi penjualan

alfa 5%, sehingga menolak  $H_0$ , artinya ada korelasi antara atribut mudah didapat dan kebiasaan dengan kondisi penjualan bakso jamur goreng “Mr. Jareng”. Nilai korelasi atribut mudah didapat dan kebiasaan negatif  $-0,231$  dan  $-0,312$  maka kedua atribut ini memiliki korelasi yang negatif (berlawanan) dengan kondisi penjualan. Semakin konsumen atribut mudah mendapatkan dan kebiasaan menjadi motif konsumen dalam mengonsumsi bakso jamur goreng “Mr. Jareng” maka penjualan bakso jamur goreng akan menurun, menjadi sepi. Hal menunjukkan apabila konsumen sudah bosan dalam mengonsumsi bakso jamur goreng “Mr. Jareng” maka konsumen akan mengurangi pembeliannya. Sedangkan untuk atribut lainnya yaitu harga, rasa, kemasan, kepraktisan, kebersihan, keberadaan saos, kandungan gizi, dan ikut teman tidak signifikan pada alfa 5% maupun 10% terhadap kondisi penjualan bakso jamur goreng “Mr. Jareng”, hal ini memberikan arti bahwa kedelapan atribut tersebut tidak ada hubungan atau tidak ada pengaruh pada kondisi penjualan bakso jamur goreng “Mr. Jareng”.

Selanjutnya, hubungan antara atribut motivasi dengan kondisi penjualan pada segmen mahasiswa. Hasil uji phi diatas dari 12 atribut terdapat 4 atribut yang signifikan positif alfa 5% dan satu atribut signifikan pada alfa 10%. Keempat atribut, rasa, tekstur, kepraktisan, dan kandungan gizi menolak  $H_0$  pada alfa 5%, sedangkan harga menolak  $H_0$  pada alfa 10%. Pada alfa 5%, atribut harga tidak signifikan, terima  $H_0$ , namun karena tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini maksimal 10%, maka kelima atribut tersebut tolak  $H_0$  artinya

Atribut harga, nilai korelasi harga positif sebesar 0,193. Bagi konsumen harga bakso jamur goreng "Mr. Jareng" terjangkau dengan uang saku mereka, dengan harga bakso jamur goreng "Mr. Jareng" semakin menjadi motif konsumen sehingga penjualannya pun akan ramai. Atribut rasa, nilai hubungan atribut rasa dengan kondisi penjualan adalah 0,236 artinya sama seperti pada segmen pelajar, rasa menjadi motif konsumen maka akan meningkatkan penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng". Atribut tekstur nilai korelasinya 0,207. Atribut tekstur menjadi motif konsumen dalam mengkonsumsi bakso jamur goreng "Mr. Jareng" maka semakin ramai penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng". Atribut kepraktisan memiliki nilai korelasi sebesar 0,213 artinya adalah bakso jamur goreng menjadi makanan alternatif pengganti makan utama sehingga dengan meningkatnya fungsi kepraktisan maka penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng" akan meningkatkan penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng". Kandungan gizi memiliki nilai korelasi adalah 0,224 positif, artinya semakin konsumen mengetahui manfaat dan kandungan gizi jamur tiram akan meningkatkan penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng". Mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang gizi, mengutamakan makanan yang memiliki kandungan gizi yang bermanfaat untuk tubuh.

Atribut lainnya yaitu kemasan, kebersihan, keamanan, mudah didapat, keberadaan saos, kebiasaan dan ikut teman, korelasinya tidak signifikan pada alfa 5% maupun 10%., artinya tolak  $H_0$ , sehingga ketujuh atribut ini tidak ada korelasi dengan kondisi penjualan. Penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng" ramai

Hubungan masing-masing atribut motivasi dengan kondisi penjualan sepi atau ramai pada segmen masyarakat umum. Hasil uji phi diatas menunjukkan bahwa dari 12 atribut motivasi tersebut tidak ada satupun atribut yang nilainya signifikan pada alfa 5% dan 10%, menerima Ho. Keduabelas atribut tersebut tidak ada korelasi dengan kondisi penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng" pada angkringan maupun warung burjo baik pada kondisi penjualan sepi maupun ramai. Hal ini disebabkan oleh bakso jamur di angkringan maupun warung burjo bukan menjadi makanan utama atau pun tujuan utama konsumen pergi ke warung burjo maupun angkringan. Mayoritas masyarakat umum yang datang ke warung burjo maupun ke angkringan sebatas untuk bersosialisai dan bertukar pendapat sehingga bakso jamur goreng "Mr. Jareng" hanya sebatas menjadi makanan