Analisis Perilaku Konsumen Jasa Katering Untuk Keperluan Pesta di Surabaya

Pramudita Ananta Prabowo
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan perilaku konsumen pengguna jasa katering untuk keperluan pesta di Surabaya. Jenis penelitiaan yang digunakan adalah riset deskriptif dengan menggunakan 9 elemen perilaku konsumen. sampel penelitian ini menggunakan metode pengolahan data tabel frekuensi, diagram batang, dan tabulasi silang. Proses mendapatkan responden pada penelitian ini menggunakan *convenience sampling.* Penelitian ini mendapatkan temuan berdasarkan jenis kelamin responden, distribusi frekuensi usia, pekerjaan, rata – rata pengeluaran, jenis jasa katering untuk keperluan pesta yang sering digunakan, alasan terbanyak, pihak yang sering mempengaruhi responden , kapan responden menggunakan jasa katering untuk keperluan pesta, katering untuk keperluan pesta yang sering digunakan responden, responden mendapatkan informasi katering., frekuensi responden menggunakan jasa katering untuk keperluan pesta dan tanggapan responden setelah menggunakan jasa katering untuk keperluan pesta

Kata kunci : *Consumer Behavior,* riset deskriptif, *convenience sampling*

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe the behavior of consumers of services catering for both parties in Surabaya. Penelitiaan type used is descriptive research by using 9 elements in consumer behavior. This sample uses the method of data processing frequency tables, bar charts, and cross tabulation. The process of getting the respondents in this study used convenience sampling. This study get the findings by sex of respondents, frequency distribution of age, occupation, average - the average expenditure, type of catering services for party purposes are frequently used, the reason most, which often affect the respondent, when respondents used for the purposes of a party catering services, catering for purposes are frequently used party respondent, the respondent informed the catering., the frequency of respondents use the services catering for both parties and the responses after using catering services for party purposes

Keywords: *Consumer Behavior, descriptive research, convenience sampling*

Pendahuluan

Katering adalah jenis penyelenggaraan makanan yang tempat memasak makanan berbeda dengan tempat menghidangkan makanan.

Bentuk penyelenggaraan makanan seperti ini bersifat komersial. Makanan jadi diangkut ke tempat lain untuk dihidangkan, misalnya ke tempat penyelenggaraan pesta, jamuan makan, rapat, pertemuan, kantin, atau kafetaria pada pusat industri (Sjahmien Moehyi, 1992, p.5).

Perkembangan katering yang ada tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan yang ditawarkan, namun ada beberapa hal selain itu yang dapat mempengaruhi bagaimana katering untuk keperluan pesta tersebut dapat digemari oleh konsumennya. Katering untuk keperluan pesta yang ada harus dapat mengkatagorikan konsumen yang dituju, sehingga katering untuk keperluan pesta tersebut dapat berfokus pada jenis konsumen tersebut. Selain itu perkembangan katering juga didukung dengan adanya faktor eksternal seperti perubahan demografis, perubahan sosial, dan perubahan perekonomian

Hasil sigi awal terhadap Perilaku Konsumen jasa katering untuk keperluan pesta di Surabaya menunjukkan terdapat berbagai macam perilaku yang berbeda pada setiap responden. Perilaku tersebut mulai dari jenis jasa yang sering digunakan, alasan utama, pihak yang mempengaruhi, kapan menggunakan jasa katering, katering yang sering digunakan, sumber informasi, frekuensi menggunakan, dan tanggapan setelah menggunakan.

Metode Penelitian

Penelitian ini berjenis riset *deskriptif* , yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai perilaku konsumen jasa katering untuk keperluan pesta di Surabaya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumen. Perilaku Konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, dan mengevaluasi jasa katering untuk keperluan pesta di Surabaya. Menurut **Schiffman dan Kanuk** (2007: 3) Perilaku konsumen adalah sebagai berikut: *"Consumer behavior is defined as the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of product and service that they expect will satisfy their needs. Consumer*

Behavior focuses on how individuals make decisions to spend their available resources (time, money, effort) on consumption related items"

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner untuk mendapatkan data. Sedangkan target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang sudah pernah menggunakan jasa katering untuk keperluan pesta di Surabaya dari 2 perusahaan berbeda dalam 2 tahun terkahir dan menggunakan jasa katering tersebut untuk kepentingan pribadi. Jasa katering yang digunakan adalah jenis – jenis menu yang ditawarkan. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah konsumen, baik laki – laki maupun perempuan yang pernah menggunakan jasa katering untuk keperluan pesta di Surabaya, dengan pendidikan minimal SMP (lulus SMP) dan berdomisili di Surabaya.

Penelitian ini mengambil responden sebanyak 120, dimana menurut Hair et al (1998) dan Ferdinand (2002) Ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian adalah antara 100 sampai dengan 200 responden. Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras nominal sehingga skala pengukuran yang digunakan adalah kategori yang merupakan tanda atau label atau symbol untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan objek dengan kecocokan satu per satu antara angka dan objeknya. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Tabel frekuensi, persentase diagram batang, dan tabulasi silang.

Hasil dan Pembahasan

A. Karakteristik Responden

Hasil penelitian ini menunjukkan profil responden terbanyak dari penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan S1 sebesar 50,8%, memiliki usia antara 23-28 tahun sebesar 30%, berprofesi sebagai karyawan swasta sebesar 36,7%, memiliki pengeluaran >Rp 3.000.000 per bulan sebesar 40%. Profil responden terbanyak pada penelitian ini adalah responden banyak menggunakan menu prasmanan sebesar 35,8%, memilih

praktis sebagai alasan utama responden sebesar 29,2%, dipengaruhi oleh teman sebesar 35%, menggunakan jasa katering pada saat acara syukuran sebesar 43,3%, menggunakan Sonokembang Katering sebesar 25,8%, memperoleh informasi mengenai katering melalui teman sebesar 40%, frekuensi menggunakan jasa katering 1 – 2 kali pertahun sebesar 50,8%, dan merasa puas setelah menggunakan jasa katering sebesar 65,8%.

B. Analisa Tabulasi Silang

Berdasarkan pada pendidikan terakhir responden, diketahui responden dengan pendidikan akhir S1 terbanyak menggunakan jasa menu prasmanan. Alasan utama menggunakan katering dikarenakan praktis, dan mayoritas dipengaruhi oleh teman. Responden tersebut mayoritas menggunakan jasa katering pada acara syukuran, dan mayoritas menggunakan jasa Sonokembang Katering. Resonden mendapatkan informasi katering untuk acara pesta melalui teman, menggunakan jasa katering sekitar 1-2 kali pertahun dan merasa puas dikarenakan sesuai dengan keinginan.

Berdasarkan jenis kelamin, responden dengan jenis kelamin laki – laki terbanyak menggunakan jasa menu prasmanan, begitupula responden dengan jenis kelamin perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki – laki dan perempuan memilih alasan utama memakai jasa katering dikarenakan praktis. Pihak yang mempengaruhi responden laki – laki mayoritas dipengaruhi oleh pasangan hidup, sedangkan responden perempuan lebih dipengaruhi oleh teman. Responden laki – laki dan perempuan menggunakan jasa katering pada saat syukuran, sedangkan untuk responden laki – laki mayoritas menggunakan PUTA katering, berbeda dengan responden perempuan lebih memilih Sonokembang katering. Responden laki – laki mendapatkan informasi melalui keluarga, sedangkan pada responden perempuan mendapatkan informasi melalui teman. Responden laki – laki dan perempuan menggunakan jasa katering sebanyak 1 -2 kali pertahun, dan merasa puas setelah menggunakan jasa katering. Responden laki-laki merasa puas dikarenakan pelayanan/ kualitas

yang memuaskan, sedangkan pada responden perempuan merasa puas dikarenakan sesuai dengan keinginan.

Berdasarkan pada usia responden, responden dengan usia 23-28 tahun memilih menu nasi kotak, dengan alasan utama efisiensi waktu dan praktis. Sedangkan pihak yang mempengaruhi responden mayoritas adalah teman, dan sering menggunakan jasa katering pada saat syukuran. Katering yang sering digunakan responden adalah Sonokembang katering, dan pihak responden sering mendapatkan informasinya melalui teman. Responden menggunakan jasa katering mayoritas sebanyak 1 – 2 kali pertahun, dan responden merasa puas dikarenakan sesuai dengan keinginan.

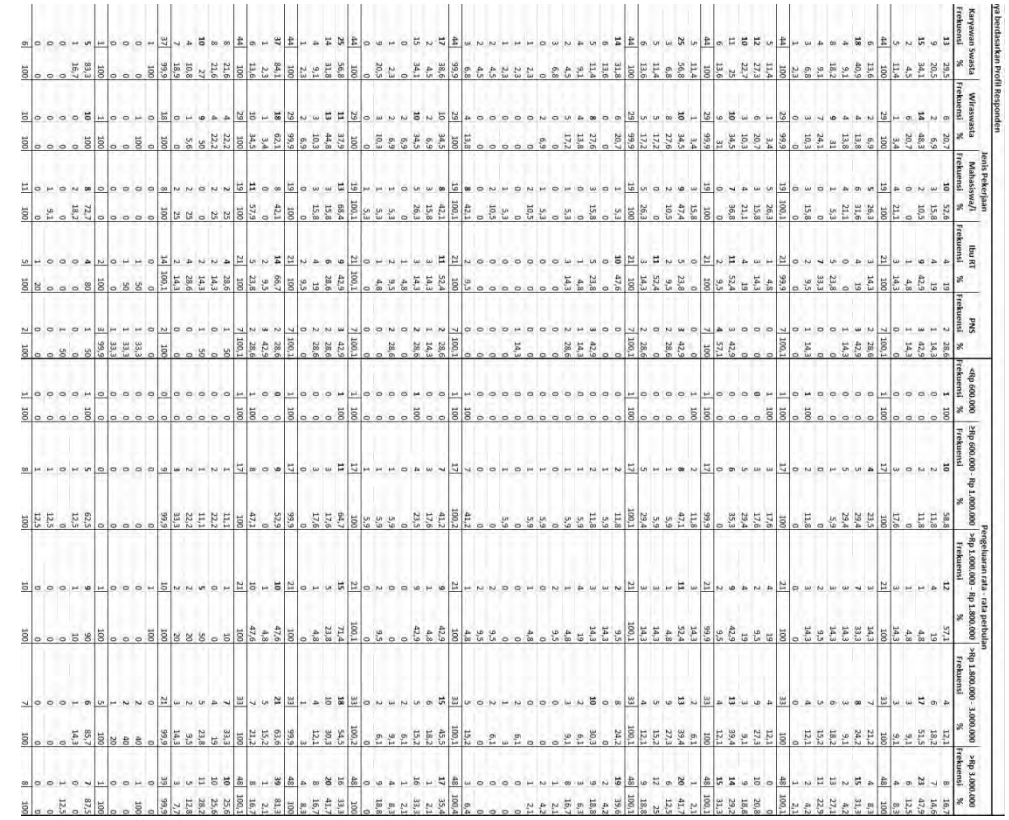
Berdasarkan pada jenis pekerjaan, responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta mayoritas menggunakan jasa menu prasmanan, dan memilih alasan praktis dalam menggunakan jasa katering untuk keperluan pesta. Responden dengan pekerjaan karyawan swasta mayoritas dipengaruhi oleh keluarga, dan menggunakan jasa katering pada saat mengadakan syukuran. Katering yang sering digunakan adalah Sonokembang katering, dan mendapatkan informasi melalui teman. Responden menggunakan jasa katering sebanyak 1 – 2 kali pertahun dan merasa puas dikarenakan sesuai dengan keinginan.

Berdasarkan pengeluaran rata – rata perbulan, responden dengan pengeluaran >Rp 3.000.000 menggunakan jasa menu prasmanan, dengan alasan utama Praktis. Responden mayoritas dipengaruhi oleh pasangan hidup, dan menggunakan jasa katering pada saat syukuran. Responden mayoritas memilih Sonokembang katering, dan mendapatkan informasi melalui teman. Responden menggunakan jasa katering sebanyak 3 – 4 kali pertahun dan merasa puas dikarenakan sesuai dengan keinginan.

Tabel 1
Tabulasi silang perilaku konsumen jasa katering untuk keperluan pesta di Surabaya

Tabel 34 Tabulasi silang Perilaku Konsumen Katering Untuk Keperluan Pesta di Suraba

Indikator perilaku konsumen	Profil Responden	Pendidikan Terakhir								Jenis Kelamin				Usia									
		S2		S1		Diploma		SMA		Laki - Laki		Perempuan		17-22		23-28		29-33		34-40		>40	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%
Jenis pelayanan yang sering digunakan	Menu Nasi Kotak	1	6,3	13	21,3	10	52,6	11	45,8	18	30	17	28,3	10	58,8	13	36,1	6	20,7	3	15	3	16,7
	Menu Nasi Tumpeng	1	6,3	13	21,3	2	10,5	3	12,5	10	16,7	9	15	3	17,6	4	11,1	6	20,7	3	15	3	16,7
	Menu Prasmanan	7	43,8	30	49,2	3	15,8	3	12,5	20	33,3	23	38,3	2	11,8	10	27,8	11	37,9	11	55	9	50
	Menu Meja Bundar	5	31,3	3	4,9	1	5,3	1	4,2	8	13,3	2	3,3	0	0	3	8,3	3	10,3	3	15	1	5,6
	Menu Kue Basah/ Kering	2	12,5	2	3,3	3	15,8	6	25	4	6,7	9	15	2	11,8	6	16,7	3	10,3	0	0	2	11,1
	Total	16	100	61	100	19	100	24	100	60	100	60	99,9	17	100	36	100	29	99,9	20	100	18	100,1
Alasan utama menggunakan katering pesta	Efisiensi Waktu	2	12,5	8	13,1	4	21,1	4	16,7	6	10	12	20	4	23,5	9	25	2	6,9	0	0	3	16,7
	Praktis	3	18,8	22	36,1	3	15,8	7	29,2	19	31,7	16	26,7	7	41,2	9	25	7	24,1	5	25	7	38,9
	Lebih Hemat	1	6,3	3	4,9	5	26,3	4	16,7	8	13,3	5	8,3	3	17,6	6	16,7	4	13,8	0	0	0	0
	Berkualitas baik	7	43,8	11	18	4	21,1	1	4,2	12	20	11	18,3	0	0	4	11,1	10	34,5	6	30	3	16,7
	Terkenal	2	12,5	11	18	1	5,3	4	16,7	7	11,7	11	18,3	0	0	4	11,1	4	13,8	7	35	3	16,7
	Dekat dengan rumah	1	6,3	5	8,2	2	10,5	4	16,7	7	11,7	5	8,3	3	17,6	4	11,1	2	6,9	1	5	2	11,1
	Milik saudara	0	0	1	1,6	0	0	0	0	1	1,7	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	0	0
	Total	16	100	61	99,9	19	100,1	24	100,2	60	100	60	99,9	17	99,9	36	100	29	100	20	100	18	100,1
Pihak yang mempengaruhi	Orang tua	0	0	5	8,2	5	26,3	2	8,3	7	11,7	5	8,3	4	23,5	4	11,1	3	10,3	1	5	0	0
	Keluarga	1	6,3	14	23	4	21,1	5	20,8	8	13,3	16	26,7	3	17,6	10	27,8	7	24,1	1	5	3	16,7
	Diri Sendiri	1	6,3	9	14,8	4	21,1	7	29,2	12	20	9	15	4	23,5	5	13,9	3	10,3	7	35	2	11,1
	Teman	9	56,3	19	31,1	4	21,1	10	41,7	16	26,7	26	43,3	6	35,3	15	41,7	9	31	7	35	5	27,8
	Pasangan Hidup	5	31,3	14	23	2	10,5	0	0	17	28,3	4	6,7	0	0	2	5,6	7	24,1	4	20	8	44,4
	Total	16	100	61	100,1	19	100,1	24	100	60	100	60	100	17	99,9	36	100	29	99,8	20	100	18	100
Kapan menggunakan jasa katering pesta	Ulang Tahun	0	0	5	8,2	3	15,8	1	4,2	4	6,7	5	8,3	4	23,5	3	8,3	1	3,4	1	5	0	0
	Syukuran	5	31,3	31	50,8	6	31,6	10	41,7	32	53,3	20	33,3	7	41,2	21	58,3	8	27,6	10	50	6	33,3
	Pernikahan	2	12,5	11	18	1	5,3	3	12,5	10	16,7	7	11,7	2	11,8	4	11,1	4	13,8	2	10	5	27,8
	Arisan	3	18,8	9	14,8	4	21,1	5	20,8	2	3,3	19	31,7	0	0	3	8,3	8	27,6	4	20	6	33,3
	Rapat/ Pesta Keluarga	6	37,5	5	8,2	5	26,3	5	20,8	12	20	9	15	4	23,5	5	13,9	8	27,6	3	15	1	5,6
	Total	16	100	61	100	19	100,1	24	100	60	100	60	100	17	100	36	99,9	29	100	20	100	18	100
Katering pesta yang sering digunakan	Sonokembang katering	6	37,5	20	32,8	3	15,8	2	8,3	13	21,7	18	30	1	5,9	9	25	5	17,2	7	35	9	50
	Jagadhita Katering	0	0	4	6,6	0	0	2	8,3	5	8,3	1	1,7	0	0	4	11,1	1	3,4	1	5	0	0
	PUTA Katering	3	18,8	13	21,3	3	15,8	5	20,8	15	25	9	15	2	11,8	8	22,2	5	17,2	6	30	3	16,7
	Hidayah Katering	1	6,3	5	8,2	3	15,8	1	4,2	6	10	4	6,7	0	0	3	8,3	3	10,3	2	10	2	11,1
	Safira Katering	4	25	6	9,8	1	5,3	2	8,3	5	8,3	8	13,3	0	0	3	8,3	6	20,7	2	10	2	11,1
	Nikmat Katering	0	0	1	1,6	0	0	2	8,3	1	1,7	2	3,3	0	0	2	5,6	1	3,4	0	0	0	0
	Katering Ibu	0	0	1	1,6	1	5,3	1	4,2	2	3,3	1	1,7	0	0	1	2,8	2	6,9	0	0	0	0
	Anggrek Katering	0	0	2	3,3	0	0	1	4,2	2	3,3	1	1,7	2	11,8	0	0	1	3,4	0	0	0	0
	Inda Katering	0	0	1	1,6	1	5,3	0	0	1	1,7	1	1,7	0	0	0	0	1	3,4	0	0	1	5,6
	Ami Katering	0	0	1	1,6	1	5,3	0	0	0	0	2	3,3	1	5,9	1	2,8	0	0	0	0	0	0
	Mawar Katering	1	6,3	1	1,6	1	5,3	1	4,2	2	3,3	2	3,3	2	11,8	1	2,8	0	0	1	5	0	0
	Melati Katering	0	0	2	3,3	0	0	0	0	1	1,7	1	1,7	1	5,9	1	2,8	0	0	0	0	0	0
	dan lain-lain..	1	6,3	4	6,6	5	26,3	7	29,2	7	11,7	10	16,7	8	47,1	3	8,3	4	13,8	1	5	1	5,6
	Total	16	100	61	99,9	19	100,2	24	100	60	100	60	100,1	17	100	36	100	29	99,7	20	100	18	100,1
Darimana mendapatkan informasi katering pesta	Teman	6	37,5	24	39,3	6	31,6	12	50	20	33,3	28	46,7	7	41,2	18	50	10	34,5	8	40	5	27,8
	Tetangga	1	6,3	3	4,9	2	10,5	5	20,8	1	1,7	10	16,7	3	17,6	3	8,3	2	6,9	1	5	2	11,1
	Keluarga	5	31,3	20	32,8	6	31,6	4	16,7	23	38,3	12	20	5	29,4	9	25	11	37,9	5	25	5	27,8
	Iklan	1	6,3	2	3,3	0	0	0	0	2	3,3	1	1,7	0	0	1	2,8	0	0	1	5	1	5,6
	Pameran	1	6,3	4	6,6	2	10,5	1	4,2	5	8,3	3	5	1	5,9	0	0	3	10,3	1	5	3	16,7
	Brosur	2	12,5	8	13,1	2	10,5	2	8,3	9	15	5	8,3	0	0	5	13,9	3	10,3	4	20	2	11,1
	Internet	0	0	0	0	1	5,3	0	0	0	0	1	1,7	1	5,9	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total	16	100	61	100	19	100	24	100	60	99,9	60	100,1	17	100	36	100	29	99,9	20	100	18	100,1
Seberapa sering menggunakan jasa katering pesta	1-2 kali pertahun	4	25	34	55,7	10	52,6	13	54,2	36	60	25	41,7	12	70,6	23	63,9	10	34,5	8	40	8	44,4
	3-4 kali pertahun	7	43,8	19	31,1	6	31,6	6	25	16	26,7	22	36,7	2	11,8	12	33,3	11	37,9	6	30	7	38,9
	5-6 kali pertahun	3	18,8	7	11,5	2	10,5	4	16,7	6	10	10	16,7	3	17,6	1	2,8	5	17,2	5	25	2	11,1
	≥7 kali pertahun	2	12,5	1	1,6	1	5,3	1	4,2	2	3,3	3	5	0	0	0	0	3	10,3	1	5	1	5,6
	Total	16	100	61	99,9	19	100	24	100,1	60	100	60	100,1	17	100	36	100	29	99,9	20	100	18	100
Tanggapan setelah menggunakan jasa katering pesta	Puas	11	68,8	46	75,4	11	57,9	11	45,8	40	66,7	39	65	8	47,1	23	63,9	20	69	13	65	15	83,3
	Tidak Puas	0	0	4	6,6	2	10,5	1	4,2	3	5	4	6,7	0	0	1	2,9	2	6,9	2	10	2	11,1
	Cukup Puas	5	31,3	11	18	6	31,6	12	50	17	28,3	17	28,3	9	52,9	12	33,3	7	24,1	5	25	1	5,6
	Total	16	100	61	100	19	100	24	100	60	100	60	100	17	100	36	100	29	100	20	100	18	100
Alasan Puas	Pelayanan/ kualitas memuaskar	3	27,3	13	28,3	2	18,2	1	9,1	13	32,5	6	15,4	0	0	6	26,1	5	25	5	38,5	3	20
	Rasa yang enak	3	27,3	10	21,7	1	9,1	2	18,2	8	20	8	20,5	2	25	5	21,7	3	15	3	23,1	3	20
	Sesuai dengan keinginan	3	27,3	17	37	2	18,2	0	0	9	22,5	13	33,3	2	25	7	30,4	6	30	1	7,7	6	40
	Meringankan beban kerja	1	9,1	2	4,3	4	36,4	4	36,4	4	10	7	17,9	2	25	1	4,3	5	25	1	7,7	2	13,3
	Harganya murah	1	9,1	4	8,7	2	18,2	4	36,4	6	15	5	12,8	2	25	4	17,4	1	5	3	23,1	1	6,7
	Total	11	100	46	100	11	100,1	11	100,1	40	100	39	99,9	8	100	23	99,9	20	100	13	100,1	15	100
Alasan Tidak Puas	Rasa tidak enak	0	0	0	0	0	0	1	100	0	0	1	25	0	0	0	0	1	50	0	0	0	0
	Perjanjian tidak sesuai	0	0	2	50	1	50	0	0	1	33,3	2	50	0	0	1	100	1	50	1	50	0	0
	Pelayanan buruk	0	0	1	25	1	50	0	0	1	33,3	1	25	0	0	0	0	0	0	1	50	1	50
	Harga mahal	0	0	1	25	0	0	0	0	1	33,3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	50
	Total	0	0	4	100	2	100	1	100	3	99,9	4	100	0	0	1	100	2	100	2	100	2	100
Alasan Cukup Puas	Kualitas cukup baik	4	80	11	100	3	50	10	83,3	15	88,2	13	76,5	7	77,8	9	75	6	85,7	5	100	1	100
	Harga terjangkau dan sesuai	0	0	0	0	1	16,7	2	16,7	1	5,9	2	11,8	1	11,1	2	16,7	0	0	0	0	0	0
	Pelayanan cukup bagus	1	20	0	0	0	0	0	0	1	5,9	0	0	0	0	0	0	1	14,3	0	0	0	0
	Praktis	0	0	0	0	1	16,7	0	0	0	0	1	5,9	1	11,1	0	0	0	0	0	0	0	0
	Menu bervariasi	0	0	0	0	1	16,7	0	0	0	0	1	5,9	0	0	1	8,3	0	0	0	0	0	0
	Total	5	100	11	100	6	100,1	12	100	17	100	17	100,1	9	100	12	100	7	100	5	100	1	100



Sumber : Hasil olah data, SPSS 18.0 for Windows

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil tabulasi silang tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen pengguna jasa katering untuk acara pesta lebih banyak berusia 23 – 28 tahun, dengan pengeluaran rutin terbanyak sebesar >Rp 3.000.000 per bulan dan berprofesi sebagai karyawan swasta. Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan penelitian, sebagian besar konsumen jasa katering untuk acara pesta di Surabaya memilih Sonokembang Katering dan menu prasmanan sebagai jasa yang digunakan. Sonokembang lebih dipilih karena konsumen merasa lebih praktis ketika menggunakan jasa katering tersebut. Dilihat dari siapa yang paling mempengaruhi, teman merupakan pihak yang paling berpengaruh dalam pemilihan jasa katering untuk acara pesta di Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui waktu palaing banyak konsumen menggunakan jasa katering adalah pada saat mengadakan acara syukuran. Berdasarkan hasil penelitian terbanyak konsumen menggunakan jasa katering sebanyak 1-2

kali pertahunnya, dan mayoritas merasa puas setelah menggunakan jasa katering.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari data yang telah diperoleh dan diolah, telah diperoleh bagaimana perilaku konsumen jasa katering untuk keperluan pesta di Surabaya. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut dapat direkomendasikan kepada para pengusaha diharapkan dapat menentukan strategi yang lebih baik, seperti inovasi yang terus dilakukan pada menu prasmanan dan berupaya menanamkan pemikiran kepada konsumen bahwa dengan menggunakan jasa katering untuk keperluan pesta akan menjadi praktis.

Pengusaha jasa katering harus dapat selalu menjaga kualitas dari pelayanannya, hal ini diharapkan untuk memberi kesan baik terhadap konsumen dan konsumen yang bersangkutan akan merekomendasikan katering tersebut terhadapt teman – temannya. Rata – rata konsumen yang menggunakan jasa katering sekitar 1-2 kali pertahun harus dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pihak katering. Diharapkan frekuensi konsumen menggunakan jasa katering untuk keperluan pesta selalu memberikan rasa puas. Hal tersebut sesuai dengan tujuan untuk memaksimalkan kepuasan konsumen, dengan harapan mendapatkan pengaruh timbal balik dari kepuasan yang dirasakan tersebut.

Daftar Pustaka

Harrell D. Gilbert, *Consumer Behavior*, Harcourt Brace Jovanovich, Florida, 1986.

Kotler, Philip, 2003, *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation,and Control*, Eleventh edition, Printice Hall Inc.

Kotler, Philip, and Kevin L. Keller, *Marketing Management*, 13th edition, Pearson International Edition, Prentice Hall Inc., New Jersey, 2009.

Kotler, Philip, and Gary, Armstrong, *Principles of Marketing*, Prentice Hall International Edition, Ninth Edition, New Jersey, 2001

_____, *Principles of Marketing*, Prentice Hall, Global Edition, Thirteenth Edition, New Jersey, 2010

Lupioadi, Rambat, Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik, Salemba Empat, Edisi Pertama, Jakarta, 2001

Loudon, David L. and Albert J, Della. Bitta, *Consumer Behavior : Concepts and Applications*, Fourth Edition, McGraw-Hill, Inc, Singapore, 1993.

Moehyi B. Sjahmien, *Penyelenggaraan Makanan Institusi dan Jasa Boga*, Bharatara, Jakarta, 1992

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, Prentice Hall International Edition, Ninth Edition, New Jersey, 2007

_____, *Consumer Behavior*, Prentice Hall International Edition, Seventh Edition, Englewood Cliff, New Jersey, 2000

Solomon, R. Michael. 2011. *Customer Behavior*: Teori dan penerapannya dalam Pemasaran. Bogor : Ghalia Indonesia

Swastha D. Basu, dan Handoko. T. Hani, Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen, BPFE-Yogyakarta, Edisi Pertama, Yogyakarta, 2000

http://telpon.info/katering/surabaya 6/12/2012