

# Pengaruh Fanatisme Budaya Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Gabus Pucung Di Bekasi

Nicky Liane Yonatan <sup>1</sup>, Dhian Tyas Untari <sup>1,\*</sup>, Istianingsih <sup>1</sup>, Chris Kuntadi <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; e-mail: [202320151009@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202320151009@mhs.ubharajaya.ac.id), [tyas\\_un@yahoo.co.id](mailto:tyas_un@yahoo.co.id), [istianingsih@gmail.com](mailto:istianingsih@gmail.com), [chris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:chris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id)

\* Korespondensi: e-mail: [tyas\\_un@yahoo.co.id](mailto:tyas_un@yahoo.co.id)

Submitted: 10/09/2024; Revised: 17/09/2024; Accepted: 20/09/2024; Published: 30/09/2024

## Abstract

*Betawi Ora culture is an indigenous culture of the people in Bekasi. According to research conducted by previous researchers, it states that the existence of Betawi Ora culinary culture is experiencing degradation. So that research related to Betawi Ora culinary culture is important to be explored as a reference in maintaining the existence and sustainability of Betawi Ora culture in Bekasi. One of the culinary icons of Betawi Ora is Gabus Pucung, which ecologically the culinary ingredients are still widely available in Bekasi. This study has 2 objectives, namely teleological objectives and operational objectives. The teleological objective of this study is one of the efforts of researchers who have concerns and focus on Betawi Culinary Culture to obtain a stepping stone in the strategy of developing culinary culture through aspects of market demand. While from the aspect of operational objectives; researchers want to see the influence of Betawi cultural fanaticism on the decision to purchase Gabus Pucung culinary and purchase interest as an intervening variable. The study involved 96 samples with the accidental sampling technique. The respondent criteria are those or consumers who have been and are existing consumers of Gabus Pucung culinary in Bekasi. This study uses multivariate statistical analysis techniques using SPSS.*

**Keywords:** *Betawi, Cultural Fanaticism, Gabus Pucung, Purchase Interest, Purchase Satisfaction*

## Abstrak

Budaya Betawi Ora merupakan indigenous budaya masyarakat di Bekasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, menyatakan bahwa eksistensi budaya kuliner Betawi Ora mengalami degradasi. Sehingga penelitian terkait budaya kuliner Betawi Ora menjadi penting untuk digali sebagai acuan dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutan budaya Betawi Ora di Bekasi. Salah satu kuliner yang menenjadi icon kuliner Betawi Ora adalah Gabus Pucung yang secara ekologis bahan kulinernya masih banyak didapatkan di Bekasi. Penelitian ini memiliki 2 tujuan, yaitu tujuan teleologis dan tujuan oprerasional. Tujuan teleologis dari penelitian ini adalah salah satu usaha peneliti yang memiliki konsern dan fokus pada Budaya Kuliner Betawi untuk mendapatkan stepping stone dalam strategi pengembangan budaya kuliner melalui aspek permintaan pasar. Sedangkan dari aspek tujuan oprasional; peneliti ingin melihat pengaruh fanatisme budaya Betawi terhadap terhadap keputusan pembelian kuliner Gabus Pucung dan minat beli menjadi variable interverning. Penelitian melibatkan 96 sampel dengan Teknik accidental sampling. Kriteria responden adalah mereka atau konsumen yang pernah dan eksisting konsumen kuliner Gabus Pucung di Bekasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistic multivariate dengan menggunakan SPSS.

**Kata kunci:** Betawi, Fanatsime Budaya, Gabus Pucung, Minat Beli, Keputusan Pembelian

## **1. Pendahuluan**

Hal yang menjadi latar belakang dari penelitian ini adalah fakta dimana Suku Betawi merupakan suku yang mendiami Kota Jakarta, bahkan sejarah mencatat bahwa Suku Betawi merupakan hasil akulturasi dari beberapa suku di Indonesia bahkan beberapa bangsa di dunia (Untari et al., 2017). Konsep mobilitas dan perpindahan penduduk akhirnya membawa masyarakat Betawi ke wilayah sekitar Jakarta yang kemudian berkembang dan disebut wilayah penyangga Jakarta. Salah satunya adalah Bekasi, salah satu wilayah di Jawa Barat. Masyarakat Betawi berkembang di Bekasi dan membawa budaya yang dimilikinya termasuk didalamnya budaya Betawi.

Saat ini, eksistensi Budaya Kuliner Betawi kini mulai tergerus oleh konsep modernisasi yang merupakan konsekuensi dari berkembangnya Bekasi menjadi Kota Megapolitan (Yuliyannah, Dadan Murdika, Wihdatul Ummah, Gianluigi Maulana Dhielfitri, 2023). Perkembangan kota memberi pengaruh yang cukup signifikan pada pola hidup masyarakatnya (Untari et al., 2018). Preferensi masyarakat Jakarta mulai bergeser pada kuliner western, eastern dan fussion (Untari, 2019), sehingga makin menjauhkan kehidupan masyarakat dari nilai-nilai akar budaya yang terrefleksi dari variasi Kuliner Betawi.

Minat masyarakat terhadap Kuliner Betawi terus mengalami penurunan, ini bukan hanya dikarenakan oleh *multiculture* yang ada di Bekasi, sehingga budaya kuliner Betawi bukan lagi menjadi budaya superior, tetapi perkembangan zaman, invasi kuliner moderen dan sikap *zenosentrism* dari masyarakat Betawi menjadi salah satu sebab terdegradasinya minat masyarakat terhadap Kuliner Betawi. Dengan demikian penelitian terkait minat masyarakat terhadap Kuliner Betawi perlu untuk dilakukan, sebagai *stepping stone* dalam strategi pengembangan dan konservasi terhadap Budaya Betawi khususnya Budaya Kuliner.

Rumusan masalah penelitian adalah : "Bagaimana fanatisme budaya mendorong keputusan pembelian makanan Gabus Pucung?", selanjutnya pertanyaan penelitiannya: 1) Bagaimana pengaruh fanatisme budaya Betawi terhadap keputusan pembelian makanan Gabus Pucung di Bekasi?, 2) Bagaimana pengaruh fanatisme budaya Betawi terhadap minat beli makanan Gabus Pucung di Bekasi?, 3) Bagaimana minat beli mempengaruhi keputusan pembelian makanan Gabus Pucung di Bekasi?, dan 4) Apakah minat beli memediasi hubungan antara fanatisme budaya Betawi dan keputusan pembelian makanan Gabus Pucung di Bekasi?.

Dalam kurun waktu 10 tahun belakangan, kuliner dan pelestarian budaya menjadi pembahasan hangat pada masyarakat. Hal ini cukup beralasan mengingat makan memiliki fungsi yang cukup kompleks, selain pemenuh kebutuhan fisiologis, makanan juga memiliki hubungan dengan nilai sejarah dan politik ekonomi (Maberly & Reid, 2014), selain itu makanan dan penyajiannya juga mencerminkan kebiasaan dan prilaku sebuah masyarakat (Di Fiore, 2020). Kuliner di setiap wilayah sangat beragam, hal ini banyak dipengaruhi oleh keadaan fisik lahan, morfologi tanah dan iklim yang ada di wilayah tersebut (Lumingkewas & Koesmaryono, 2023).

Kelestarian budaya dan kesenian memang merupakan momok bagi hampir semua kota besar di penjuru dunia, tak terkecuali di Jakarta (Razak & Suprihardjo, 2013). Hal ini juga terjadi pada masyarakat Suku Betawi sebagai penduduk asli Jakarta, dimana masyarakat Betawi saat ini mulai tersingkirkan. Mereka keluar dari Jakarta dan pindah ke wilayah wilayah yang ada di provinsi Jawa Barat dan provinsi Banten. Budaya Betawi pun tersingkirkan oleh budaya lain baik dari Indonesia maupun budaya barat.

Kuliner merupakan salah satu produk budaya, oleh sebab itu kuliner menjadi sangat penting sebagai Budaya Betawi karena kuliner menjadi refleksi dari hubungan Suku Betawi dengan lingkungannya. Sejarah panjang perkembangan Suku Betawi di Jakarta memperlihatkan bagaimana Masyarakat Betawi berakulturasi dengan budaya daerah lain di Nusantara (Avenzora et al., 2014).

Makanan tidak dapat terlepas dari kehidupan sosial masyarakat. Makanan akan selalu hadir dalam setiap kegiatan kemasyarakatan oleh sebab itu mengklasifikasikan makanan menurut fungsi sosialnya menjadi penting dalam pengembangan budaya kuliner (Khasanah & Herlawati, 2021). Selain memiliki fungsi sosial, makanan juga merupakan refleksi dari rentetan sejarah masyarakat di sebuah wilayah, dimana seringkali terjadi akulturasi budaya yang menyebabkan munculnya jenis kuliner baru yang pada perkembangannya menjadi identitas dari kekayaan budaya yang dimiliki wilayah tersebut.

Hal ini penting untuk diidentifikasi untuk kemudian mencari alternatif strategi dalam mengembangkan kuliner tradisional lebih lanjut. Kurangnya pasokan bahan baku, sulit ditemukannya alat masak tradisional dan alat penyajian membuat banyak pengrajin kuliner beralih pada alat-alat modern. Selain itu tuntutan pasar seringkali menggiring pengrajin dan pemasar kuliner tradisional untuk memodifikasi rasa dan tampilan kuliner tradisional. Hal ini tidak sepenuhnya salah, hanya saja perlu dipikirkan lebih lanjut cara menjaga originalitas dan keotentikan dari kuliner tradisional.

Fanatisme adalah suatu keyakinan yang membuat seseorang buta sehingga mau melakukan segala hal apapun demi mempertahankan keyakinan yang dianutnya (Hidayat, 2021). Dengan demikian fanatisme budaya merupakan keyakinan terhadap budaya yang dianggapnya palong baik. Fanatisme yang dikembangkan menjadi beberapa indikator, yaitu (1) Rasa antusias yang ekstrim, (2) Keterikatan Emosi, dan rasa cinta, (3) Berlangsung dalam waktu yang lama, (4) Menganggap hal yang mereka yakini adalah hal yang benar, (5) Membela dan Mempertahankan kebenaran yang mereka yakini (Eliani et al., 2018).

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengenalan masalah oleh konsumen yang dilanjutkan dengan pencarian informasi mengenai produk atau merk tertentu yang dianggap dapat menyelesaikan masalahnya dan mengevaluasinya terlebih dahulu yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian dalam penelitian ini diukur dengan indikator: keputusan tentang pilihan produk, keputusan tentang pilihan merek, keputusan tentang waktu pembelian, dan keputusan tentang metode pembayaran (Muharam & Soliha, 2017).

Minat beli adalah perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya dalam melakukan pembelian (Lestari & Novitaningtyas, 2021). Aspek minat beli seorang calon konsumen adalah sebagai berikut Perhatian (*Attention*) yaitu perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen; Ketertarikan (*Interest*) yaitu ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen; Keinginan (*Desire*) yaitu keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen; Tindakan (*Action*) yaitu calon konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan (Putri, 2023).

Keunggulan dari penelitian ini berada pada topik besar pembahasan penelitian yaitu produk kuliner Betawi, yang dimana selama ini penelitian tentang makanan lebih mengedepankan kuliner modern ataupun kuliner fussion. Hal lain yang membedakan penelitian ini dengan penelitian lain dimana terdapat variable fanatisme budaya Betawi yang menjadi pengukur dalam minat dan keputusan pembelian. Dimana selama ini penelitian terkait produk kuliner lebih banyak membahas dari aspek manajerial maupun aspek pemasaran (Marindi & Nurwidawati, 2015), sehingga aspek sosiologis seperti fanatisme tidak pernah ditemukan apalagi jika dikerucutkan fanatisme terhadap budaya Betawi. Kombinasi antara aspek pemasaran dengan aspek sosiologis menjadi nilai Kebaharuan dalam penelitian ini.

## 2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, pengamat memakai metode kuantitatif. Sampel pada penelitian ini memakai rumus Hair yang digunakan karena besarnya populasi tidak diketahui secara pasti. Dimana dalam rumus Hair dinyatakan jumlah sample sebesar 7 s/d 10 penelitian guna tiap parameter yang diestimasi. Jadi total indikatornya  $12 \times 8 = 96$  orang sampel dengan teknik accidental sampling. Kriteria responden adalah mereka atau konsumen yang pernah dan eksisting konsumen kuliner Gabus Pucung di Bekasi.

Data primer pada pengamatan ini diperoleh dengan angket dengan memakai skala Likert 1-5 yang tersusun oleh:

Tabel 1. Bobot Penilaian

Penilaian	Kode	Bobot
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Dalam penelitian ini ada beberapa variabel diantaranya adalah variabel Fanatisme budaya (X) intervening Keputusan Pembelian (Y), serta variabel dependen Minat Beli Konsumen (Z).

Dalam prosedur mengembangkan instrument pengamatan tersusun oleh dua bagian yakni uji validitas serta uji reliabilitas yang dipakai guna pengujian setiap nomor dari pernyataan

yang ada diangket. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi, uji t dengan aplikasi SPSS versi 22.0

**3. Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil penyebaran kuestioner didapatkan hasil rekapitulasi sebagaimana pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Variabel		Rata-Rata
Fanatisme Budaya (X1)	X1	3,2
	X2	3,6
	X3	2,8
	X4	3,1
	X5	3,5
Minat Beli Konsumen (X2)	Z1	4,2
	Z2	4,4
	Z3	3,9
	Z4	4,1
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	3,6
	Y2	3,4
	Y3	4,1

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

**3.1. Uji Validitas**

Berdasarkan hasil uji validitas dari 16 butir pernyataan mengenai variabel Fanatisme Budaya tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas dari 11 butir pernyataan mengenai variabel Minat Beli juga dinyatakan valid dan layak untuk digunakan sebagai kebutuhan penelitian lebih lanjut. Begitu juga pada variable Keputusan Pembelian, berdasarkan hasil uji validitas dari 6 butir pernyataan juga dinyatakan valid dan layak untuk digunakan sebagai kebutuhan penelitian lebih lanjut.

**3.2. Uji Reliabilitas**

Berdasarkan pengujian pada Uji Reability, dari ketiga variable penelitian memiliki nilai Cronbach Alpha masing- masing sebagaimana pada tabel 3 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Fanatisme Budaya	0,874	Reliabel
Minat Beli	0,901	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,809	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Berdasarkan tabel 2 maka dapat dilihat bahwa ketiga variable dinyatakan reliable dan dapat dilanjutkan pada proses berikutnya.

### 3.3. Analisis Regresi Berganda

Hasil output SPSS untuk regresi linear berganda adalah sebagaimana pada tabel 4 berikut:

Tabel 3. Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	7,017	3,210			
Fanatisme Budaya	3,397	3,095	,379	,402	0,568
Minat Beli	39,285	98,675	,702	2,003	0,001

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah :  $Y = 7,017 + 3,397X_1 + 39,285X_2$

Berdasarkan tabel 3 juga dapat disimpulkan bahwa Fanatsime Budaya tidak memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, tetapi Minat beli memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian.

### 3.4. Analisis Korelasi

Hasil perhitungan diatas,  $R = 0,76$  terletak pada interval  $(0,80 - 1,000)$ , hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$  secara bersama-sama terhadap  $Y$  adalah cukup kuat dan positif. Berarti secara bersama-sama kenaikan  $X_1$  dan  $X_2$  akan menyebabkan kenaikan  $Y$ .

### 3.5. Analisis Determinasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil koefisien determinasi sebesar 0,5776 atau (57,76 %). Hal ini memberikan arti bahwa besarnya pengaruh Fanatsime Budaya dan Minat Beli secara bersama-sama terhadap Keputusan Pemeblian sebesar 57,76 % , sedangkan sisanya 42,24 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kuliner atau makanan Betawi khususnya Gabus Pucung merupakan salah satu jenis kuliner dengan nilai ekologi yang tinggi, Kuliner Gabus Pucung merepresentasikan keadaan lingkungan masyarakat Betawi dimana lingkungan Jakarta dan sekitarnya dimana masyarakat Betawi itu tinggal banyak terdapat rawa, dan rawa tersebut adalah habitat utama ikan Gabus. Dan berdasarkan pengolahan data penelitian dapat disimpulkan bahwa Fanatsime Budaya tidak memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, tetapi Minat beli memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian.

**Daftar Pustaka**

- Avenzora, R., Darusman, D., Prihatno, J., & Untari, D. T. (2014). The Business Potentials Of Betawi Traditional Culinary On Traditional Culinary Ecotourism Market In The DKI Jakarta. *International Seminar Of Tourism*, 512–522.
- Di Fiore, L. (2020). Heritage and food history: A critical assessment. In *Food heritage and nationalism in Europe*. Taylor & Francis.
- Eliani, J., Yuniardi, M. S., & Masturah, A. N. (2018). Fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59–72.
- Hidayat, T. (2021). Penerapan Prinsip Efektif dan Efisien dalam Pelaksanaan Monitoring Kegiatan Penelitian. *Majalah Media Perencana*, 2(1), 42–50.
- Khasanah, F. N., & Herlawati, H. (2021). Culinary Places Recommendation System in Bekasi City Using the Simple Additive Weighting Method. *PIKSEL : Penelitian Ilmu Komputer Sistem Embedded and Logic*, 9(1), 63–74. <https://doi.org/10.33558/piksel.v9i1.2621>
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Lumengkewas, A. M. W., & Koesmaryono, Y. (2023). *Soba Pangan Alternatif Dan Fungsional*. Penerbit Widina.
- Maberly, C., & Reid, D. (2014). Gastronomy: An Approach to Studying Food. *Nutrition & Food Science*, 44(4), 272–278.
- Marindi, P., & Nurwidawati, D. (2015). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dalam Belanja Online Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol 3, No 3 (2015): *Character: Jurnal Psikologi Pendidikan*, 1–5.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*.
- Putri, L. A. (2023). *Pengaruh Positif Penggunaan Bingkai Diskon Terhadap Reputasi Merek, Citra Merek Dan Minat Beli Ulang Di Toko Online Shopee*. Universitas Islam Indonesia.
- Razak, A., & Suprihardjo, R. (2013). Pengembangan Kawasan Pariwisata Terpadu di Kepulauan Seribu. *Teknik Pomits*, 2(1), 2337–3539. <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=54277&val=4186>
- Untari, D. T. (2019). The Development Strategy of Betawi Eco-Culinary Tourism as a Potential Business in DKI Jakarta, Indonesia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 2019(Special Issue), 1–9.
- Untari, D. T., Avenzora, R., Darusman, D., & Prihatno, J. (2017). Betawi Culinary; Socio-Cultures Frame of Multi Communities in Jakarta. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, 23(9).

- Untari, D. T., Darusman, D., Prihatno, J., & Arief, H. (2018). Strategi Pengembangan Kuliner Tradisional Betawi Di DKI Jakarta. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i3.4011>
- Yuliyannah, Dadan Murdika, Wihdatul Ummah, Gianluigi Maulana Dhielfitri, A. W. (2023). *Interelasi Nilai Sosial Dan Akulturasi Kebudayaan Antar Etnik Pada Ondel-Ondel Betawi*. PT Dewangga Energi Internasional.