

BAB IV

GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum

Rocket Chicken didirikan oleh Nurul Atik pada tahun 2010 di Jl. Wolter Monginsidi, Kota Semarang (Rocket Chicken, 2019). Sejak awal berdiri, Rocket Chicken telah berkembang pesat dengan membuka ratusan cabang di berbagai daerah di Indonesia. Sebagai salah satu merek lokal dalam industri makanan cepat saji, Rocket Chicken menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan merek-merek internasional. Namun, dengan menawarkan rasa yang sesuai dengan selera lokal, harga yang terjangkau, serta aksesibilitas tinggi, Rocket Chicken berhasil menjadi pilihan utama masyarakat dalam kategori makanan cepat saji lokal.

Rocket Chicken menawarkan berbagai menu utama berbahan dasar ayam, seperti *fried chicken*, burger, nasi ayam, serta variasi menu lainnya seperti *steak*, *chicken strip*, *mie goreng*, dan minuman. Menu-menu tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan makanan cepat saji dengan cita rasa yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Selain itu, produk Rocket Chicken disajikan dengan porsi yang memadai, sesuai untuk konsumen dari berbagai kalangan.

Sasaran konsumen Rocket Chicken mencakup pelajar/mahasiswa, pekerja, hingga keluarga yang mencari makanan cepat saji berkualitas dengan harga terjangkau. Lokasi gerai yang strategis, baik di perkotaan maupun di pedesaan meningkatkan aksesibilitas konsumen terhadap produk Rocket Chicken.

Dengan konsep pelayanan yang cepat dan menu yang variatif, Rocket Chicken berhasil menarik perhatian masyarakat dari berbagai golongan. Hingga saat ini, Rocket Chicken telah memiliki lebih dari ratusan gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, dengan omset tahunan mencapai Rp 100 miliar per bulan dari seluruh outlet dan kemitraan berbayar, yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menjangkau pasar yang luas dan berkembang pesat di industri makanan cepat saji.

B. Analisis Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dari 111 responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 22.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.1

berikut:

Tabel 4. 1 Kriteria Responden

	Kriteria	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	25	22,52%
	Perempuan	86	77,48%
Usia	17-21 Tahun	44	39,64%
	22-26 Tahun	54	48,65%
	27-31 Tahun	6	5,41%
	>31 Tahun	7	6,31%
Pendidikan	SMK/SMA/Sederajat	71	63,96%
Terakhir	D1/D2/D3/D4	10	9,01%

	S1	25	22,52%
	S2	1	0,90%
	S3	1	0,90%
	Lainnya	3	2,70%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	71	63,96%
	Wirausaha	8	7,21%
	Karyawan	30	27,03%
	Lainnya	2	1,80%

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah perempuan, dengan usia 22-26 tahun, pendidikan terakhir SMK/SMA/Sederajat, dan sebagai pelajar/mahasiswa.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Untuk menguji validitas, peneliti menggunakan metode *bivariate pearson correlation*, yang menganalisis korelasi antara skor setiap item dengan skor totalnya. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Perhitungan r_{tabel} dilakukan dengan ketentuan $df = \text{Jumlah responden} - 2$ ($Df = 111 - 2 = 109$) dan alpha 5%, maka r_{tabel} adalah 0,1865.

Berikut adalah hasil pengujian validitas pada penelitian ini:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Sikap	X1.1	0,839	0,1865	Valid
	X1.2	0,876	0,1865	Valid
	X1.3	0,855	0,1865	Valid
	X1.4	0,780	0,1865	Valid
Norma Subjektif	X2.1	0,686	0,1865	Valid
	X2.2	0,780	0,1865	Valid
	X2.3	0,835	0,1865	Valid
	X2.4	0,816	0,1865	Valid
Kontrol Perilaku	X3.1	0,741	0,1865	Valid
	X3.2	0,802	0,1865	Valid
	X3.3	0,697	0,1865	Valid
	X3.4	0,719	0,1865	Valid
Minat Beli	Y1	0,826	0,1865	Valid
	Y2	0,778	0,1865	Valid
	Y3	0,835	0,1865	Valid
	Y4	0,722	0,1865	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan minat beli memiliki r hitung lebih besar dari 0,1865, maka semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika respon individu terhadap pernyataan tetap konsisten dan tidak berubah jika dilakukan

berulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *cronbach alpha*.

- 1) Jika *cronbach alpha* sebesar 0,70 atau lebih, maka instrumen tersebut reliabel.
- 2) Jika *cronbach alpha* di bawah 0,70 maka instrumen tersebut tidak reliabel.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil Cronbach's Alpha	Keterangan
Sikap	0,859	Reliabel
Norma Subjektif	0,781	Reliabel
Kontrol Perilaku	0,722	Reliabel
Minat Beli	0,800	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa uji reliabilitas pada variabel sikap norma subjektif, kontrol perilaku, dan minat beli memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,70, maka dapat dinyatakan bahwa semua instrumen adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)

Penelitian ini menggunakan uji statistik One-Sample Kolmogrov-Smirnov untuk menentukan apakah data tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dikatakan terdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi lebih kecil dari 0,05, data dianggap tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2021).

Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
	N	0,111
Normal parameter's	Mean	0,00
	Std. Deviation	1,79166238
Most extreme differences	Absolute	0,075
	Positive	0,037
	Negative	-0,075
Test statistic		0,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,168

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0,168 melebihi taraf signifikansi yang ditentukan yaitu 5% (0,05), sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Collinearity Statistic VIF</i>	Keterangan
Sikap	1,856	Tidak terdapat multikolinearitas
Norma Subjektif	2,004	Tidak terdapat multikolinearitas
Kontrol Perilaku	1,201	Tidak terdapat multikolinearitas

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil dari uji multikolinearitas pada tabel 4.5 dapat dinyatakan bahwa ketiga variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, yang artinya tidak terdapat multikolinearitas pada model regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik Glejser dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Berikut kriteria pengujiannya:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Sikap	0,930	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Norma Subjektif	0,053	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Kontrol Perilaku	0,062	Tidak terdapat heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 nilai signifikansi ketiga variabel lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen, dengan metode analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis dan mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.7 berikut;

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficient		Unstandardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,506	1,332		2,631	0,010
Sikap	0,229	0,072	0,296	3,199	0,002
Norma Subjektif	0,297	0,076	0,373	3,888	0,000
Kontrol Perilaku	0,221	0,085	0,193	2,602	0,011

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,506 + 0,229 X_1 + 0,297 X_2 + 0,221 X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 3,506, jika variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku bernilai 0, maka minat beli adalah 3,506.
- Variabel sikap memiliki nilai koefisien sebesar 0,229 (positif). Artinya, terdapat hubungan yang searah antara sikap terhadap minat beli.
- Variabel norma subjektif memiliki nilai koefisien sebesar 0,297 (positif). Artinya, terdapat hubungan yang searah antara norma subjektif terhadap minat beli.
- Variabel kontrol perilaku memiliki nilai koefisien sebesar 0,221 (positif). Artinya, terdapat hubungan yang searah antara kontrol perilaku terhadap minat beli.

6. Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2021), uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Pengujian ini mempertimbangkan tingkat signifikansi, dimana jika nilainya kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil Uji t disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficient		Unstandardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,506	1,332		2,631	0,010
Sikap	0,229	0,072	0,296	3,199	0,002
Norma Subjektif	0,297	0,076	0,373	3,888	0,000
Kontrol Perilaku	0,221	0,085	0,193	2,602	0,011

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji t yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

- a. Variabel sikap memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dengan koefisien regresi bernilai positif. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel sikap secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken.
- b. Variabel norma subjektif memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi bernilai positif. Maka dapat

dinyatakan bahwa variabel norma subjektif secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken.

- c. Variabel kontrol perilaku memiliki nilai signifikansi sebesar 0,011 < 0,05 dengan koefisien regresi bernilai positif. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel kontrol perilaku secara parsial berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken.

7. Uji F (Uji Simultan)

Berdasarkan Ghozali (2021), uji F atau uji simultan merupakan metode statistik yang bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F adalah jika signifikansi < 0,05, yang artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil analisis uji F disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	<i>Regression</i>	364,480	3	121,493	36,816	,000 ^b
	<i>Residual</i>	353,106	107	3,300		
	<i>Total</i>	717,586	110			

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Hasil uji F berdasarkan pada tabel 4.8 menyatakan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

8. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Pengujian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen, sementara sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Hasil uji koefisien determinasi disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	0,713 ^a	0,508	0,494	1,81661

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,494. Hal ini dapat diartikan bahwa kemampuan variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku untuk menjelaskan variabel minat beli *fast food* Rocket Chicken sebesar 49,4%, sisanya 50,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yang diteliti yaitu sikap, norma subjektif, serta kontrol perilaku dan pengaruhnya terhadap minat beli. Adapun pembahasan pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Sikap berpengaruh positif terhadap Minat Beli *Fast food* Rocket Chicken.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken. Hal ini dibuktikan dengan hasil olah data yang menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ dan

memiliki koefisien regresi positif yang berarti sikap berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken, sehingga **H1 diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap konsumen terhadap *fast food* Rocket Chicken, semakin besar kemungkinan mereka untuk memiliki minat beli produk tersebut, begitu juga sebaliknya jika semakin negatif sikap konsumen terhadap *fast food* Rocket Chicken, minat beli dari konsumen akan menurun.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elistia & Nurma (2023) dan Fuadi et al., (2024) yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Namun hasil ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Witriyana et al., (2019), bahwa sikap tidak berpengaruh terhadap minat beli.

2. Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap Minat Beli *Fast food* Rocket Chicken.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken. Hal ini dibuktikan dengan hasil olah data yang menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ dan memiliki koefisien regresi positif yang berarti norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken, sehingga **H2 diterima**. Hal ini berarti jika seseorang merasa bahwa orang-orang yang ada disekitarnya, seperti keluarga, teman, atau komunitas, mendukung atau menyarankan untuk membeli suatu produk, maka minat

beli orang tersebut akan meningkat. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa norma subjektif memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen terhadap *fast food* Rocket Chicken.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Baihaqi et al., (2021) dan Fuadi et al., (2024) bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rohmah et al., (2024) bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat beli.

3. Kontrol Perilaku berpengaruh positif terhadap Minat Beli *Fast food* Rocket Chicken.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken. Hal ini dibuktikan dengan hasil olah data yang menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ dan memiliki koefisien regresi positif yang berarti kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken, sehingga **H3 diterima**. Artinya semakin tinggi keyakinan bahwa seseorang memiliki kemampuan, kesempatan, dan sumber daya untuk membeli makanan cepat saji Rocket Chicken, maka semakin besar minatnya untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alfian et al., (2023) dan Witriyana et al., (2019), yang menyatakan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

beli. Namun penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Romadhoni & Guspul (2020) yang menyatakan bahwa kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat beli.

4. Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli *Fast food* Rocket Chicken.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken. Hal ini dibuktikan dengan hasil olah data yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi $< 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa variabel sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh terhadap minat beli *fast food* Rocket Chicken, sehingga **H4 diterima**. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki peran penting dalam membentuk minat beli seseorang. Sikap yang positif terhadap produk, dukungan dari lingkungan sosial, serta keyakinan terhadap kemampuan dan kendali individu dalam melakukan tindakan tertentu, secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap *fast food* Rocket Chicken.