

## RINGKASAN

Yogyakarta merupakan provinsi yang memiliki presentase penduduk muslim yaitu sebesar 91,38 % dari jumlah penduduknya. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumsi penduduk Yogyakarta terhadap pangan halal sangat tinggi. Banyaknya penduduk muslim yang tinggal di D.I Yogyakarta mempengaruhi permintaan pangan halal yang beredar di Yogyakarta. Selain itu juga peredaran pangan halal dipengaruhi oleh banyaknya para pendatang baik dari dalam maupun luar negeri yang tinggal di Yogyakarta. Demi keberhasilan penyediaan pangan halal yang sesuai dengan permintaan konsumen di D.I Yogyakarta ini, perlu dikaji secara mendalam motivasi konsumen pangan olahan halal di D.I Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini a) untuk mengetahui motivasi konsumen dalam mengkonsumsi pangan olahan halal di D.I Yogyakarta, b) mengetahui nilai *centrality index* yang tertinggi dan terendah, c) mengetahui kategori kebutuhan konsumen pangan olahan halal di D.I Yogyakarta berdasarkan teori kebutuhan Maslow.

Pada penelitian ini objek penelitian yang dikaji meliputi konsumen muslim yang ada di wilayah D.I Yogyakarta, sebanyak 40 responden diwawancarai dengan *purposive convenience sampling*. *Means end chain* (MEC) digunakan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap potensi motif konsumsi makanan. Aspek utama dari model MEC adalah pengambilan keputusan konsumen yang menghasilkan konsekuensi yang diinginkan (positif) dan meminimalkan hal-hal yang tidak diinginkan orang-orang (negatif). Model ini didasarkan pada urutan (A-C-V) atribut, konsekuensi dan nilai yang membentuk MEC. Tahapan dalam MEC antara lain: a) coding, b) implikasi matriks, c) membuat *hierarchical value maps* (HVM).

Hasil penelitian menunjukkan dua hubungan motivasi konsumen: a) Religius agar masuk surga, b) Menaati peraturan Allah untuk kesehatan. Dalam penelitian ini diperoleh nilai *centrality Index* yang tertinggi yaitu 'Peraturan Allah' (0,15); 'kesehatan' (0,14) dan 'religius' (0,012). Nilai *centrality index* yang terendah yaitu 'higienis' (0,01); 'makanan bersih' (0,01) dan 'percaya' (0,01) merupakan topik yang paling sedikit disebutkan oleh 40 responden yang mengkonsumsi pangan olahan halal. Berdasarkan teori hierarki kebutuhan Maslow konsumen pangan olahan halal di D.I Yogyakarta dikategorikan kedalam kebutuhan aktualisasi diri karena konsumen pangan olahan halal di D.I Yogyakarta memiliki keinginan dengan menaati perintah Allah bisa masuk surga. Ini merupakan kebutuhan yang sumbernya dari batin diri kita sehingga diri kita teraktualisasi. Aktualisasi diri ini merupakan *peak of experience* dimana memungkinkan seseorang untuk berbicara tentang esensial, intrinsik dan dasar yang paling mendasar dalam agama seperti halnya keinginan untuk masuk surga.

Kata kunci: Yogyakarta, Pangan olahan halal, motivasi konsumen, *Means End Chain* (MEC)

## SUMMARY

*Yogyakarta is a province that has a percentage of muslim population that is of 91.38% of the population. From these data it can be concluded that the consumption of residents of Yogyakarta against halal food is very high. The large number of muslim population living in Yogyakarta is affecting the demand for halal food that circulates in Yogyakarta. In addition, the circulation of halal food is affected by the large number of migrants both from within and outside the country who lives in Yogyakarta. For the sake of the success of the provision of halal food to suit consumer demand in D.I Yogyakarta, need to be examined in depth the processed halal food consumers motivation in Yogyakarta. The purpose of this research was a) to know the motivations of consumers in consuming of halal food in Yogyakarta, b) knowing the value of centrality index of the highest and the lowest, c) know the category of halal food consumers needs in Yogyakarta based on Maslow's theory of needs.*

*On the research object of research that examine the muslim consumers include the region of Yogyakarta, as many as 40 of the respondents interviewed with a purposive convenience sampling. Means end chain (MEC) is used to provide a better understanding towards the potential motives of food consumption. The main aspect of the model MEC is decision making consumers who generate the desired consequences (positive) and minimizing the things that you don't want those (negative). This model is based on the order of (A-C-V) attributes, consequences and values which form the MEC. Stages in MEC include: a) coding, b) implications matrix, c) makes the hierarchical value maps (HVM).*

*The results showed two consumer motivation relationship: a) the Religious in order to go to heaven, b) complied God for health. In this research obtained the highest Index value of centrality that is ' Rule of God ' (0.15); ' health ' (0.14) and ' religious ' (0.012). The lowest index value of centrality that is ' hygienic ' (0.01); ' clean food ' (0.01) and ' believe ' (0.01) is a topic that is at least mentioned by 40 respondents who consume processed kosher food. Based on the theory of hierarchy of needs Maslow processed kosher food consumers in Yogyakarta are categorized into self-actualization needs because consumers of processed kosher food in Yogyakarta have a desire by obeying the commandments of God can enter Heaven. This is the source of the inner needs of ourselves so that we are teraktualisasi. This self-actualization is the peak of experience which allows one to speak of the intrinsic and essential, the most fundamental basis in religion as well as a desire to go to heaven.*

*Keywords: Yogyakarta, halal food, motivations of consumers, Means End Chain (MEC)*