

Tingkat preferensi konsumen terhadap olahan daging babi berdasarkan atribut produk di Resto Kelapa 17 Manado

B.S. Zega*, F.H. Elly, S.J.K. Umboh

Pascasarjana, Universitas Sam Ratulangi, Manado, 95115

*korespondensi (*corresponding author*) : berkatzega2020@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat preferensi konsumen terhadap olahan daging babi di Resto Kelapa 17 Manado serta mengidentifikasi atribut produk yang paling dominan dalam preferensi konsumen terhadap olahan daging babi. Metode penelitian ini adalah survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengukur tingkat preferensi konsumen terhadap olahan daging babi berdasarkan atribut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa olahan daging babi di Resto Kelapa 17 Manado merupakan menu yang paling disukai. Kesimpulan penelitian ini adalah tingkat preferensi konsumen terhadap olahan daging babi di Resto kelapa 17 manado berada pada kategori sangat tinggi, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen di Resto Kelapa 17 Manado cukup puas dengan menu olahan daging babi yang disajikan berdasarkan atribut produk. Atribut produk yang paling dominan adalah rasa dan diikuti atribut kebersihan dan keamanan makanan, kualitas bahan makanan dan tekstur. Atribut aroma walaupun memiliki skor rata-rata paling rendah dibandingkan dengan atribut lain, namun tetap berada pada kategori tinggi yang menunjukkan bahwa aroma juga menjadi pertimbangan dalam preferensi konsumen terhadap olahan daging babi.

Kata kunci: preferensi konsumen, Resto Kelapa 17 Manado, atribut, daging babi

ABSTRACT

CONSUMER PREFERENCE LEVELS FOR PROCESSED PORK BASED ON PRODUCT ATTRIBUTES AT RESTO KELAPA 17 MANADO. This study aims to analyze consumer preference levels for pork dishes at Resto Kelapa 17 Manado and identify the most dominant product attributes in consumer preferences for pork dishes. This research method is a survey with a descriptive quantitative approach to measure the level of consumer preference for processed pork based on attributes. The results of this study indicate that processed pork at Resto Kelapa 17 Manado is the most preferred menu item. The results of this study indicate that pork dishes at Resto Kelapa 17 Manado are the most popular menu items. The conclusion of this study is that the level of consumer preference for pork dishes at Resto Kelapa 17 Manado is in the very high category, indicating that most consumers at Resto Kelapa 17 Manado are quite satisfied with the pork dishes served based on product attributes. The most dominant product attribute is taste, followed by food hygiene and safety, food quality, and texture. Although aroma has the lowest average score compared to other attributes, it remains in the high category, indicating that aroma is also a consideration in consumer preference for pork dishes.

Keywords: consumer preferences, Resto Kelapa 17 Manado, attributes, pork

PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia, hal ini ditandai dengan peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap pangan serta perubahan gaya hidup. Persaingan yang semakin ketat memaksa seluruh pelaku usaha kuliner untuk tidak hanya menyediakan menu makanan tetapi juga harus mampu memenuhi keinginan dan preferensi konsumen agar dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya. Mempertahankan keberlanjutan kuliner tradisional Indonesia juga merupakan salah satu bentuk upaya dalam menghadapi tantangan industri kuliner tradisional terhadap kuliner asing. Menurut penelitian Ali (2025) industri kuliner tradisional Indonesia juga mengalami tantangan, seiring dengan dinamika tren kuliner asing yang sedang populer di kalangan masyarakat sehingga inovasi dan penyesuaian pada preferensi konsumen menjadi sangat penting.

Resto Kelapa 17 Manado merupakan salah satu restoran yang menyajikan berbagai olahan daging babi yang sangat populer dikalangan masyarakat. Kuliner tradisional yang menyajikan berbagai olahan daging babi sudah menjadi identitas budaya yang melekat dalam kehidupan masyarakat Kota Manado. Menurut Dua *et al.*, (2025) menyebutkan bahwa makanan tradisional memiliki peran yang fundamental dalam mempertahankan identitas budaya karena mengandung nilai historis, sosial, filosofis, dan kearifan lokal yang diwariskan. Sehingga Resto Kelapa 17 muncul sebagai bagian dari industri kuliner di Kota Manado dan memiliki jumlah konsumen yang stabil. Meskipun

memiliki jumlah konsumen yang stabil, namun terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap atribut produk yang ditawarkan. Namun informasi yang terukur belum dimiliki oleh pengelola restoran terkait dengan atribut produk apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap olahan daging babi yang disajikan.

Daging babi menjadi salah satu produk olahan pangan yang memiliki karakteristik dan pangsa pasar di Kota Manado. Daging babi telah menjadi bagian dari budaya konsumsi masyarakat setempat. Tingginya minat masyarakat terhadap olahan daging babi mendorong munculnya berbagai restoran yang menawarkan produk sejenis sehingga meningkatkan persaingan usaha. Dalam persaingan tersebut, kualitas produk menjadi faktor utama yang menentukan pilihan konsumen. Permasalahan yang sering muncul dalam penyediaan olahan daging babi diantaranya perbedaan selera konsumen terhadap rasa, tekstur daging yang dipengaruhi oleh teknik pengolahan, kualitas bahan baku berpengaruh terhadap cita rasa dan kepercayaan konsumen, aroma makanan dapat meningkatkan dan menurunkan daya tarik produk olahan daging babi dan kebersihan dan kemananan makanan menjadi aspek yang semakin diperhatikan oleh konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini mengakaji secara khusus preferensi konsumen terhadap olahan daging babi dengan mengkombinasikan atribut rasa, tekstur, kualitas bahan, dan aroma serta kebersihan dan keamanan makanan di Resto Kelapa 17 Manado.

Banyak penelitian yang sudah dilakukan terkait dengan preferensi konsumen namun tidak secara spesifik mengkaji preferensi konsumen terhadap olahan daging babi dengan mengkombinasikan berbagai atribut

pada restoran lokal di Kota Manado. Penelitian Syaltha *et al.*, (2025) menganalisis preferensi konsumen terkait kualitas produk dan kualitas layanan. Penelitian Aditia *et al.*, (2024) juga menganalisis preferensi konsumen dengan fokus pada cita rasa, harga, tekstur, dan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan adanya gap penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut sehingga penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang spesifik pada olahan daging babi dengan kombinasi atribut produk yang mencakup aspek sensori dan keamanan pangan serta pendekatan yang mencerminkan karakteristik konsumen lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat preferensi konsumen terhadap olahan daging babi di Resto Kelapa 17 Manado serta mengidentifikasi atribut produk yang paling dominan dalam preferensi konsumen terhadap olahan daging babi.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengukur tingkat preferensi konsumen terhadap olahan daging babi berdasarkan atribut (Subhaktiyasa *et al.*, 2025). metode survey digunakan untuk memperoleh data melalui kuesioner sehingga memperoleh data yang terukur.

Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Resto Kelapa 17 Manado, selama bulan September 2025.

Teknik pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan skala likert (1-5) mulai dari

pilihan sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Seluruh pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi menu olahan daging babi di Resto Kelapa 17 Manado merupakan cakupan utama dalam penelitian ini. Penentuan sampel menggunakan metode *non-probabiliti* yaitu *accidental sampling*, dengan memilih responden yang ditemui secara langsung di lokasi (Fadhillah *et al.*, 2024; Kambey *et al.*, 2022). Menurut Paramita (2015) pedoman penentuan besarnya sampel bisa mengacu pada pedoman Roscoe yang menjelaskan bahwa ukuran sampel yang lebih besar dari 30 sudah dianggap memadai. Penetapan jumlah responden juga didasari pada teori homogenitas populasi dalam prinsip dasar statistika yang menyatakan bahwa semakin homogen suatu populasi, semakin kecil ukuran sampel yang diperlukan untuk merepresentasikan karakteristik populasi secara akurat (Sugiono, 2021). Penelitian Subhaktiyasa (2024) juga menyatakan bahwa penetapan besarnya sampel dilakukan dengan mempertimbangkan homogenitas anggota populasi serta mempertimbangkan karakteristik populasi. Responden penelitian ini merupakan konsumen dari Resto Kelapa 17 Manado yang memiliki karakteristik yang relatif seragam, baik dari lingkungan konsumsi, jenis produk yang dikonsumsi, dan pengalaman yang diterima konsumen. Penentuan jumlah responden dalam penelitian ini didasarkan pada pendekatan *pilot study* sebagaimana dikemukakan oleh Kunselman (2024), yang menekankan penggunaan dasar empiris dan rasional dalam menetapkan ukuran sampel, bukan melalui rumus matematis tertentu (*rules of thumb*). Hasil pra-survey menunjukkan bahwa populasi konsumen Resto Kelapa 17 Manado bersifat relatif homogen dari sisi lingkungan konsumsi,

jenis produk, dan pengalaman konsumen, sehingga kebutuhan ukuran sampel yang besar menjadi tidak mutlak. Dengan mempertimbangkan homogenitas populasi dan tujuan analisis yang menggunakan regresi, jumlah 50 responden dinilai memadai untuk menghasilkan estimasi parameter yang stabil, konsisten, dan representatif.

Kriteria responden adalah pernah membeli dan mengonsumsi olahan daging babi di Resto Kelapa 17 Manado. Responden harus memiliki pengalaman langsung sebagai konsumen agar mampu memberikan penilaian objektif terhadap yang diteliti. Responden berusia minimal 17 tahun ke atas, batas usia sebagai responden ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki kemampuan yang cukup matang dalam memahami isi pernyataan kuesioner. Bersedia menjadi responden secara sukarela dan partisipasi dilakukan tanpa paksaan. Responden bukan karyawan atau pihak yang terlibat langsung dalam operasional.

Definisi variabel dan pengukuran

Tingkat preferensi konsumen dalam penelitian ini mengacu pada tingkat kesukaan konsumen terhadap olahan daging babi yang terbentuk dari persepsi konsumen terhadap atribut-atribut produk (Nadja dan Halimah, 2023). Tingkat preferensi diukur menggunakan atribut produk, yaitu rasa, tekstur, kualitas bahan, aroma, serta kebersihan dan keamanan makanan. Setiap atribut diukur menggunakan 3 item pernyataan menggunakan skala likert 1-5. Pengukuran masing-masing atribut dilakukan sebagai berikut:

1. Rasa adalah cita rasa olahan daging babi yang dikonsumsi konsumen, pengukuran dilakukan melalui penilaian konsumen terhadap kesukaan rasa, konsistensi rasa dan kepuasan terhadap rasa bumbu.

2. Tekstur adalah tingkat kelembutan daging saat dikunyah oleh konsumen, pengukuran dilakukan melalui penilaian konsumen terhadap kelembutan daging, keempukkan dan kesesuaian tekstur dengan harapan konsumen.
 3. Kualitas bahan adalah tingkat kesegaran dan mutu bahan baku yang digunakan dalam olahan daging babi. Pengukuran dilakukan melalui penilaian konsumen terhadap kesegaran daging, kepercayaan konsumen terhadap resto dalam penggunaan bahan baku yang bermutu tinggi, dan kesan kualitas bahan yang higienis.
 4. Aroma adalah bau atau wangi yang dihasilkan olahan daging babi. Pengukuran dilakukan melalui penilaian konsumen terhadap aroma yang menggugah selera, tidak berbau tidak sedap, dan kesesuaian dengan harapan konsumen.
 5. Kebersihan dan keamanan makanan adalah tingkat higienitas penyajian, kebersihan tempat, serta keamanan pangan dari bahan olahan daging babi. Pengukuran dilakukan melalui penilaian konsumen terhadap kebersihan restoran, penyajian makanan yang higienis serta keamanan pangan.
- Penelitian ini juga menganalisis olahan daging babi yang paling dominan disukai konsumen. Olahan yang dianalisis terdiri dari lima jenis: kepala babi goreng, monster ribs, pork knuckle, ragey, dan rusuk. Dominasi preferensi diukur melalui penilaian konsumen pada masing-masing olahan dengan skala Likert 1–5 (sangat tidak suka, tidak suka, netral, suka dan sangat suka), di mana skor tinggi menunjukkan tingkat kesukaan yang lebih besar terhadap olahan tertentu. Skor rata-rata setiap olahan digunakan untuk menentukan

olahan yang paling dominan di antara lima produk yang ditawarkan.

Analisis data

Data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui tingkat preferensi konsumen terhadap olahan daging babi berdasarkan atribut produk yang digunakan (Tahir *et al.*, 2024). Pertanyaan diukur menggunakan skala likert 1-5, kemudian data dihitung rata-rata skor untuk setiap atribut dikategorikan dan disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan identifikasi atribut. Dalam penelitian ini, interval kategori untuk analisis tingkat preferensi konsumen terhadap atribut produk dan dominasi olahan daging babi digunakan secara konsisten. Analisis tingkat preferensi konsumen berdasarkan atribut produk dan analisis dominasi olahan daging babi menggunakan skala likert 1–5 dengan 5 kategori interpretasi, sehingga setiap kategori memiliki panjang interval yang sama, yaitu 0,8. Kategori terbagi menjadi: 1,00–1,80 (sangat rendah), 1,81–2,60 (rendah), 2,61–3,40 (cukup), 3,41–4,20 (tinggi), dan 4,21–5,00 (sangat tinggi). Konsistensi interval ini memberikan dasar kuantitatif yang jelas, memudahkan perbandingan antara skor rata-rata atribut produk dan skor rata-rata dominasi olahan daging babi, serta memastikan interpretasi hasil penelitian bersifat logis dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Berdasarkan hasil penelitian, responden didominasi oleh laki-laki sebesar 58% dan dominasi perempuan sebesar 42%, dapat dilihat pada Tabel 1. kedua kelompok ini tetap cukup terwakili untuk memberikan gambaran

terkait dengan preferensi konsumen. Hal ini juga bisa terlihat pada Narayana *et al.*, (2025) berdasarkan demografi responden laki-laki konsumen mendominasi sebesar 56,7% sedangkan dominasi perempuan sebesar 43,3%, meskipun didominasi oleh laki-laki namun proporsi perempuan juga signifikan dan membuktikan bahwa resto tersebut mampu menarik perhatian kedua kelompok ini.

Umur responden juga penting untuk dianalisis karena usia mempengaruhi pola konsumsi dan preferensi, dapat dilihat pada Tabel 2. Dengan karakteristik responden berdasarkan umur, maka dapat dipahami kelompok usia mana yang paling dominan. Berdasarkan hasil penelitian, kelompok dengan umur 20–35 tahun paling dominan yaitu sebanyak 56%, diikuti umur 36–50 tahun sebanyak 16% dan yang paling sedikit adalah umur 50 tahun ke atas yaitu sebanyak 12%. Menurut Rosyada *et al.*, (2025), bahwa umur produktif adalah berada pada rentang 15–64 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden pada penelitian ini dianggap berada pada umur produktif. Masyarakat dengan umur produktif merupakan salah satu tulang punggung penting dalam kehidupan ekonomi suatu wilayah. Umur produktif dianggap berada pada kondisi fisik, mental, dan sosial yang paling siap keberadaanya untuk sangat bekerja dan berpotensi menentukan arah pertumbuhan ekonomi dan pola konsumsi di suatu wilayah.

Pekerjaan responden diperlukan untuk mengetahui latar belakang kondisi ekonomi konsumen dan kegiatan sehari hari yang dapat mempengaruhi pola konsumsi serta kemampuan daya beli. Pekerjaan tetap dan formal cenderung memberikan pendapatan yang stabil dan juga mencerminkan kelas sosial, status ekonomi, gaya hidup dan kemampuan

konsumsi. Data pekerjaan responden dapat dilihat pada Tabel 3. Pekerjaan responden sebagian besar berasal dari pegawai swasta (40%) dan ASN/TNI/Polri (34%), dengan wiraswasta (20%), guru (4%), dan mahasiswa/pelajar/admin IWIP (2% masing-masing), menunjukkan konsumen mayoritas dari kelompok profesional dengan daya beli stabil. Penelitian Tungkup dan Nainggolan (2024) juga menunjukkan bahwa pegawai swasta mendominasi pekerjaan responden sebesar 51,8%.

Pendapatan responden menggunakan UMR Kota Manado tahun 2025 sebesar Rp3.824.264 sebagai acuan. Pendapatan responden dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan tabel 4, menunjukkan 42% responden berpendapatan rendah, 44% menengah, dan 14% menengah ke atas. Dalam penelitian ini, tidak ada responden dengan pendapatan di bawah Rp2.000.000, sehingga seluruh responden dengan pendapatan antara Rp2.000.000 hingga di bawah UMR (Rp3.824.264) dikategorikan sebagai pendapatan rendah. Responden dengan pendapatan sekitar UMR hingga Rp4.000.000 dikategorikan sebagai pendapatan menengah, sedangkan yang

pendapatan lebih dari Rp4.000.000 dikategorikan sebagai pendapatan menengah ke atas. UMR sebagai standar minimum resmi dan acuan untuk merepresentasikan batas standar pendapatan dalam memenuhi kebutuhan dasar pekerja (Welang dan Siwu, 2024). Berdasarkan hasil penelitian, pendapatan responden menunjukkan distribusi ekonomi secara lokal dengan UMR sebagai batas acuan yang digunakan pada penelitian ini. Interval antar kategori disusun berdasarkan standar lokal dan distribusi data responden, bukan untuk menghasilkan interval numerik yang sama lebarnya. Interval kategori rendah lebih lebar karena mencakup secara seluruh responden di bawah standar hidup layak (UMR) yang ditetapkan di Kota Manado, interval menengah lebih sempit karena menandai kelompok yang tepat berada di ambang UMR, dan interval menengah ke atas fleksibel karena hanya mencakup minoritas responden berpenghasilan lebih tinggi. Klasifikasi pendapatan penelitian disesuaikan dengan konteks populasi dan karakteristik responden, sehingga bersifat kontekstual, bukan universal (Jami, 2018).

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Percentase (%)
Laki-laki	58 %
Perempuan	42 %

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Percentase (%)
<20 Tahun	0
20-35 Tahun	56
36-50	32
>50 Tahun	12

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Percentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	2
ASN/TNI/POLRI	34
Pegawai Swasta	40
Wiraswasta/Pengusaha	20
Guru	2
Admin Iwip	1

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Percentase (%)
Rp2.000.000- Rp3.824.263	42
Rp3.824.264- Rp4.000.000	44
>Rp4.000.000	14

Hasil analisis tingkat preferensi konsumen berdasarkan atribut produk

Preferensi konsumen pada penelitian ini adalah pilihan konsumen terhadap jenis olahan daging babi yang paling banyak diminati oleh konsumen di Resto Kelapa 17 Manado. Jenis olahan daging babi yang paling banyak diminati dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa olahan daging yang paling dominan adalah olahan daging babi dalam bentuk kepala. Kepala babi merupakan menu yang paling disukai dengan skor paling tinggi yaitu 4,72. Hasil penelitian ini sejalan dengan Ghafur *et al.*, (2024) yang menunjukkan menu yang paling dominan dan disukai oleh konsumen

adalah menu *steak* karena memiliki harga tertinggi serta keunggulan pada aspek aroma, rasa, tekstur dan warna. Resto Kelapa 17 Manado menyajikan menu kepala babi dalam 2 varian rasa yang berbeda, yaitu goreng original dan goreng madu. Varian goreng original menggunakan bumbu tradisional khas resto tanpa tambahan perasa manis, sehingga rasa cenderung gurih dan asin. Sedangkan varian goreng madu menggunakan bumbu yang dicampur madu sebagai pemanis, sehingga memberikan cita rasa yang manis dan karamelisasi ringan. Dominasi kepala babi menjadi menu yang paling disukai sejalan dengan budaya Minahasa yang melambangkan

Tabel 4. Jenis Olahan Daging Babi

Jenis Olahan	Jumlah Skor	Rata-rata
Kepala Babi	236	4,72
Monster Ribs	216	4,32
Pork Knuckle	202	4,04
Ragey	199	3,98
Rusuk	198	3,96

bahwa kepala babi adalah simbol berpikir (*gegenang*), ekonomi (makan), dan sekaligus berperang (menggigit) dan berbicara kepada masyarakat (Pamantung, 2019). Resto Kelapa 17 Manado juga memiliki slogan “*Sering-sering makan kepala babi supaya menjadi kepala atau pemimpin*”. Slogan ini mengandung unsur makna yang sejalan dengan budaya minahasa yang memaknai kepala babi sebagai simbol berpikir dan berbicara kepada masyarakat (pemimpin). Slogan ini juga mengandung doa dan harapan agar seseorang mampu memahami nilai-nilai untuk menjadi seorang pemimpin.

Pengunjung yang datang untuk mengonsumsi olahan daging babi di Resto Kelapa 17 Manado juga dalam bentuk kelompok sehingga pertimbangan porsi dan kebiasaan konsumsi secara berkelompok juga menjadi alasan kuat mengapa menu ini lebih disukai. Kepala babi memiliki ukuran besar dan dapat dikonsumsi oleh 4-6 orang. Sejalan dengan budaya masyarakat manado yang cenderung menikmati makanan secara komunal dan menjadikan kegiatan makan sebagai momen kebersamaan sosial.

Tingkat preferensi konsumen di Resto Kelapa 17 Manado berdasarkan hasil analisis terhadap atribut produk, menunjukkan kategori sangat tinggi. Tingkat preferensi konsumen dapat dilihat pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5, Atribut Rasa memperoleh nilai rata-

rata 4,47 yang termasuk kategori sangat tinggi, menunjukkan bahwa konsumen sangat menyukai cita rasa olahan daging babi yang disajikan dan konsumen juga menjelaskan bahwa makanan di Resto Kelapa 17 Manado konsisten terhadap rasa yang disajikan dan tidak mengalami perubahan setiap kali berkunjung. Hal ini sejalan dengan karakter kuliner masyarakat Manado yang cenderung menyukai rasa gurih dan kaya bumbu.

Atribut tekstur memiliki nilai rata-rata sebesar 4,35 menunjukkan bahwa tekstur daging dinilai empuk, mudah dikunyah, dan tidak alot, sehingga memberikan kenyamanan saat dikonsumsi. Atribut Kualitas Bahan memiliki rata-rata 4,43, yang mengindikasikan bahwa konsumen menilai bahan baku daging babi yang digunakan adalah segar dan berkualitas baik, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat konsumsi. Atribut Aroma memperoleh rata-rata 4,17 dan termasuk kategori tinggi, menunjukkan bahwa aroma makanan dianggap cukup menarik dan tidak mengganggu, meskipun tidak sekuat daya tarik rasa dan kualitas bahan. Sementara itu, atribut Kebersihan dan Keamanan Makanan berada pada rata-rata 4,41 atau kategori sangat tinggi, yang berarti konsumen merasa aman, nyaman, dan percaya terhadap standar kebersihan proses pengolahan dan penyajian di restoran. Faktor ini

Tabel 5. Tingkat Preferensi Konsumen Berdasarkan Atribut Produk

Atribut Produk	Rata-rata
Rasa	4,47
Tekstur	4,35
Kualitas Bahan	4,43
Aroma	4,17
Kebersihan dan Keamanan	4,41

merupakan penentu penting dalam membangun loyalitas jangka panjang. Secara keseluruhan, konsumen memiliki preferensi yang sangat tinggi terhadap olahan daging babi di Resto Kelapa 17 Manado. Atribut yang paling dominan mempengaruhi tingkat preferensi adalah rasa, kualitas bahan, dan kebersihan makanan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan cita rasa, tetapi juga kualitas dan rasa aman dalam mengonsumsi makanan.

KESIMPULAN

1. Tingkat preferensi konsumen terhadap olahan daging babi di Resto Kelapa 17 Manado secara keseluruhan termasuk pada kategori tinggi hingga sangat tinggi, menunjukkan bahwa konsumen memberikan nilai yang sangat baik terhadap olahan daging babi yang disajikan. Rasa menjadi atribut yang paling dominan mempengaruhi preferensi, diikuti oleh kualitas bahan, kebersihan dan keamanan, dan tekstur.
2. Kepala babi goreng adalah olahan yang paling disukai, menjadikannya olahan dominan di Resto Kelapa 17 Manado, diikuti Monster Ribs, sementara olahan lainnya masih tetap disukai dengan kategori tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, R. P. P., I. Fausayana., dan M. Zani, 2024. Preferensi konsumen dan strategi bersaing rumah makan ayam geprek borobudur di Kota Kendari. Innovative: Journal Of Social Science Research, 4(1), 11661-11671.
- Ali, M. 2025. Dinamika tren kuliner asing dan tantangan pelestarian kuliner tradisional di Indonesia. Journal Of Economics, Business, Management, Accounting And Social Sciences, 3(3), 137-147.
- Dua, F. M., R. Neonbeni., R. I. Timo., F. Mas'ud dan A. Benu. 2025. Peran makanan tradisional dalam mempertahankan identitas budaya di era globalisasi. Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, 10(04), 336-347.
- Fadhillah, A. S., M. Rahmaniah., S. D. Putri., M. D. Febrian., M. C. Prakoso., dan R. S. Nurlaela., 2024. Sistem pengambilan contoh dalam metode penelitian. *Karimah Tauhid*, 3(6), 7228-7237.
- Ghafur, M., E. A. Ermawati., R. T. Handoko., A. W. Sanjaya., dan N. Nurhalimah. 2024. Analisis tingkat kesukaan konsumen terhadap menu tenderloin steak. Journal of Innovation Research and Knowledge, 4(1), 21-32.
- Jami, J. 2018. The dilemma of classification of income levels in social research. *The NEHU Journal*, 16(1), 19-30.
- Kambey, J. F., S. Moniharpon., dan A. S. Soegoto. 2022. Pengaruh citra merek, kelompok acuan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian layanan internet indihome di PT. Telkom Tomohon. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10(1), 879-890.
- Kunselman, A. R. 2024. A brief overview of pilot studies and their sample size justification. Fertility and sterility, 121(6), 899-901.
- Nadja, R. A. dan A. S. Halimah. 2023. Preferensi konsumen terhadap pangan. Penerbit: Nem.
- Narayana, K. P., E. Elda., M. Muallim., Y. S. Nugraha., dan N.

- Nurjannah. 2025. Pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rumah Makan Lesehan Asri Kota Palopo. *Jurnal Ekonomi Utama*, 4(2), 286-311.
- Pamantung, R. P. 2019. Tradisi minahasa terkait dengan makanan tradisional. *Kajian Linguistik*, 7(1), 45-65.
- Paramita, R. W. D., N. Rizal., dan R. B. Sulistyan. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahannya Metodologi Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*. STIE Widya Gama
- Rosyada, F. S., S. Nurlaela., S. Sukadi., dan A. W. Yuniasih. 2025. Model kemitraan berkelanjutan pada usahatani penangkaran benih padi di Desa Blimbing Kecamatan Sambirejo Kabupaten Sragen. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 10(1), 1-9.
- Subhaktiyasa, P. G. 2024. Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731.
- Subhaktiyasa, P. G., S. A. K. Candrawati., N. P. Sumaryani., N. W. Sunita., dan A. Syakur. 2025. Penerapan statistik deskriptif: Perspektif kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Edukasi Matematika dan Sains*, 14(1), 96-104.
- Sugiono. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Penerbit: Alfabeta.
- Syaltha, P. C. N., C. E. Ayuningtyas., dan M. E. S. Rejeki. 2025. Analysis of consumer preferences related to product quality and service quality at Travel Resto X Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Teknologi*, 6(2), 191-195.
- Tahir, M., A. S. Jahrir., A. A. Patak., M. B. Jafar., dan B. Jabu. 2024. Pengenalan analisis data statistik deskriptif kuantitatif dalam penyelesaian tugas akhir pada mahasiswa pendidikan bahasa inggris Universitas Muslim Maros. *Madaniya*, 5(4), 2363-2373.
- Tungkup, P. J. L., dan B. M. Nainggolan. 2024. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana terhadap kepuasan pelanggan Di J. Sparrow Restoran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(8), 1015-1027.
- Welang, R., G. M. Kawung., dan H. F. D. Siwu. 2024. Pengaruh upah minimum dan tingkat pengangguran terbuka terhadap kemiskinan Di Provinsi Sulawesi Utara Tahun 2007-2022. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 24(4), 61-71.