

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Dari hasil pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner online menggunakan *Google Form*, dengan total 34 responden yang telah diverifikasi validitasnya. Data dikumpulkan sesuai kriteria yang telah ditentukan, dan responden dikategorikan berdasarkan jenis kelamin dan usia untuk mendukung analisis lebih lanjut.

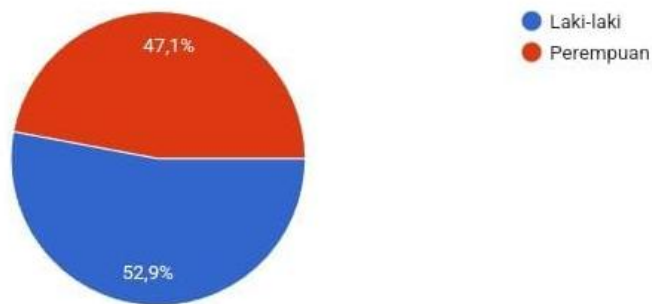
4.1.1 Profil Responden

Pengujian ini diberikan kepada generasi muda Surabaya dengan total responden sebanyak 34 responden yaitu terdiri dari :

1) Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

34 jawaban



Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jumlah Persentase Jenis Kelamin

| Gender | Jumlah | Persentase |
|--------------|-----------|-------------|
| Laki-laki | 18 | 52,9% |
| Perempuan | 16 | 47.1% |
| Total | 34 | 100% |

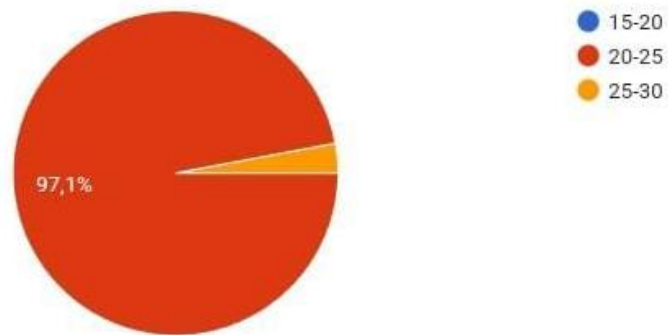
Berdasarkan Tabel 4.1 dari 34 responden yaitu generasi muda Surabaya, sebanyak 18 responden atau sebesar 52,9% berjenis kelamin laki-laki dan 16

responden atau sebesar 47,1% berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden cukup seimbang antara laki-laki dan perempuan.

2) Tingkat Usia Responden

Usia

34 jawaban



Gambar 4.2 Diagram Usia

Tabel 4.2 Jumlah Persentase Usia

| Usia | Jumlah | Persentase |
|--------------|-----------|-------------|
| 15-20 | 0 | 0% |
| 20-25 | 33 | 97,1% |
| 25-30 | 1 | 2,9% |
| Total | 34 | 100% |

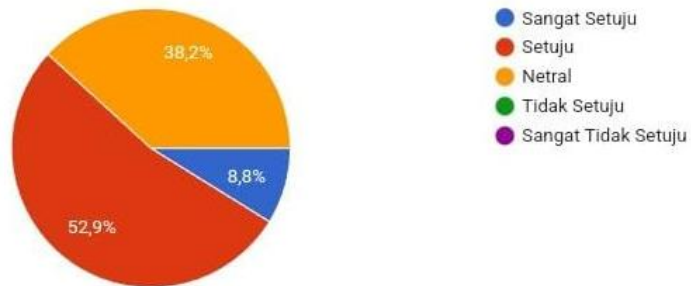
Berdasarkan Tabel 4.2, mayoritas responden (97,1%) sebanyak 33 responden berada dalam rentang usia 20–25 tahun. Hanya sebagian kecil (2,9%) sebanyak 1 responden yang berusia 25–30 tahun, dan tidak ada responden dalam rentang usia 15–20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh generasi muda usia awal dewasa.

4.1.2 Hasil Kuisisioner

- 1) Saya mengetahui apa itu vegan mayones.

Saya mengetahui apa itu **vegan mayones**.

34 jawaban



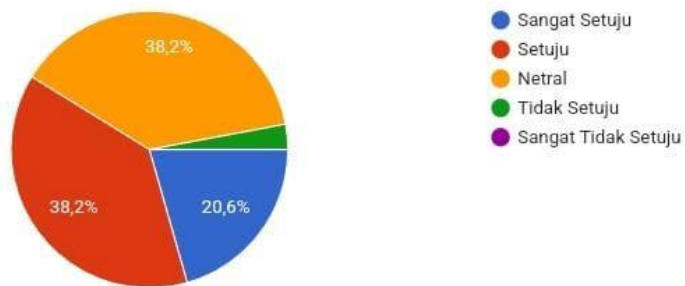
Gambar 4.3 Tingkat Pengetahuan terkait Vegan Mayones

Dari 34 responden, 52,9% setuju dan 8,8% sangat setuju, menunjukkan sebagian besar merasa mengetahui produk ini. Namun, 38,2% memilih netral, menandakan tingkat keyakinan yang masih sedang. Tidak ada responden yang tidak setuju.

- 2) Vegan mayones adalah produk yang sehat.

Vegan mayones adalah produk yang sehat.

34 jawaban



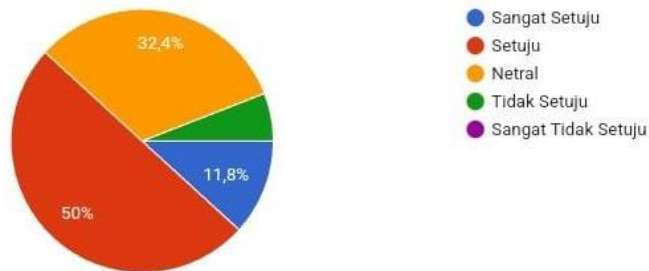
Gambar 4.4 Tingkat Kesehatan terkait Vegan Mayones

Sebanyak 38,2% responden setuju dan 20,6% sangat setuju, menunjukkan persepsi positif. Namun, 38,2% memilih netral dan 2,9% tidak setuju, menandakan masih ada keraguan terkait manfaat kesehatannya.

3) Vegan mayones cocok untuk semua kalangan, termasuk non-vegan.

Vegan mayones cocok untuk semua kalangan, termasuk non-vegan.

34 jawaban



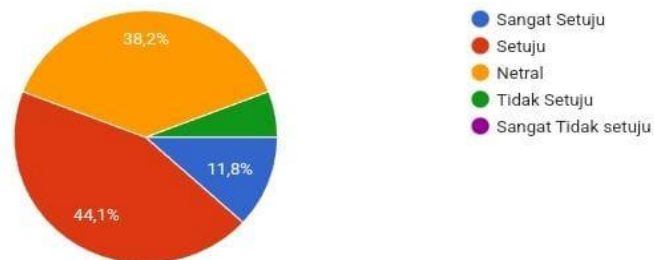
Gambar 4.5 Tingkat Kesesuaian terkait Vegan Mayones

Dari 34 responden, 50% setuju dan 11,8% sangat setuju. Sebanyak 32,4% netral dan 5,9% tidak setuju, menunjukkan mayoritas positif namun masih ada keraguan terhadap inklusivitas produk.

4) Vegan mayones dapat menggantikan mayones biasa dalam berbagai hidangan.

Vegan mayones dapat menggantikan mayones biasa dalam berbagai hidangan.

34 jawaban



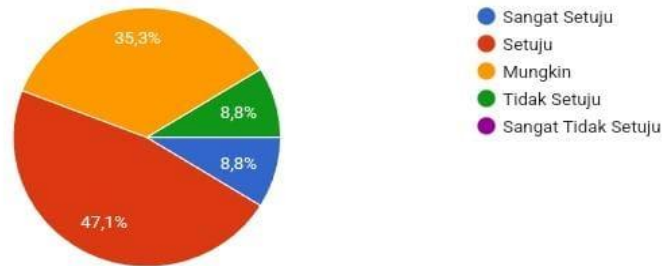
Gambar 4.6 Diagram Pengganti

Sebanyak 44,1% setuju dan 11,8% sangat setuju, sementara 38,2% netral dan 5,9% tidak setuju. Mayoritas mendukung, namun masih ada ketidakpastian terhadap kemampuannya sebagai pengganti.

5) Saya lebih memilih vegan mayones dibandingkan mayones biasa.

Saya lebih memilih **vegan mayones** dibandingkan mayones biasa.

34 jawaban



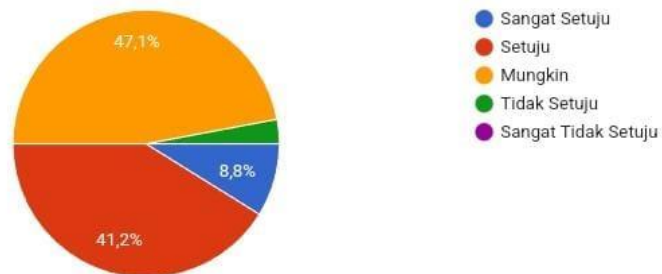
Gambar 4.7 Diagram Pilihan

Sebanyak 47,1% setuju dan 8,8% sangat setuju, sedangkan 35,3% memilih mungkin dan 8,8% tidak setuju. Ada kecenderungan positif, namun sebagian responden masih ragu.

6) Saya bersedia membeli vegan mayones yang tersedia di pasaran.

Saya bersedia **membeli vegan mayones** yang tersedia di pasaran.

34 jawaban



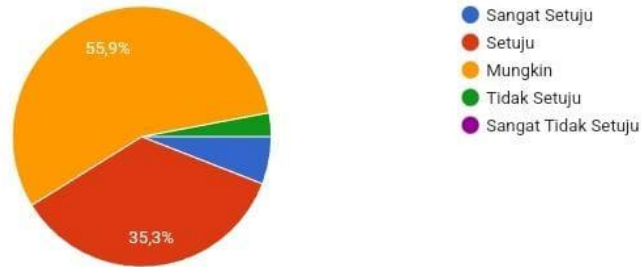
Gambar 4.8 Diagram Niat Beli

Sebanyak 41,2% setuju dan 8,8% sangat setuju, menunjukkan niat beli cukup tinggi. Namun, 47,1% memilih mungkin dan 2,9% tidak setuju, menandakan masih ada pertimbangan sebelum membeli.

7) Saya bersedia membayar lebih untuk vegan mayones dibandingkan mayones biasa.

Saya bersedia membayar lebih untuk **vegan mayones** dibandingkan mayones biasa.

34 jawaban



Gambar 4.9 Diagram Harga

Sebanyak 35,3% setuju dan 5,9% sangat setuju. Namun, 55,9% memilih mungkin dan 2,9% tidak setuju, menunjukkan mayoritas masih ragu dalam membayar lebih untuk produk ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Persepsi Generasi Muda Surabaya terhadap Produk Vegan Mayones

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang cukup positif terhadap vegan mayones. Sebanyak 52,9% responden menyatakan setuju bahwa mereka mengetahui produk ini, dan 8,8% menyatakan sangat setuju. Namun demikian, masih terdapat 38,2% yang bersikap netral, yang menunjukkan bahwa pemahaman mengenai produk vegan mayones belum merata di kalangan Muda Surabaya. Dalam hal persepsi terhadap kesehatan, sebanyak 58,8% responden meyakini bahwa vegan mayones merupakan produk yang sehat, namun masih ada 38,2% yang belum yakin dan memilih jawaban netral. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun mayoritas memiliki pandangan positif, masih terdapat keraguan yang mungkin disebabkan oleh kurangnya informasi atau pengalaman langsung dengan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan dari Szejda et al. (2020), yang menyatakan bahwa persepsi terhadap produk berbasis nabati sangat dipengaruhi oleh

tingkat informasi yang dimiliki konsumen serta keakraban mereka terhadap produk tersebut.

Selain itu, persepsi terhadap kesesuaian produk juga cenderung positif. Sebanyak 61,8% responden menyetujui bahwa vegan mayones cocok dikonsumsi oleh semua kalangan, termasuk mereka yang bukan vegan. Temuan ini menunjukkan adanya potensi pasar yang luas untuk produk ini, tidak hanya terbatas pada konsumen vegan. Meskipun secara umum persepsi tergolong baik, tingkat keyakinan yang belum sepenuhnya kuat tetap menjadi perhatian. Penelitian lain oleh Bryant et al. (2019) juga menunjukkan bahwa konsumen non-vegan cenderung menerima produk alternatif nabati jika produk tersebut dikomunikasikan secara inklusif dan tidak eksklusif untuk kalangan vegan. Hal ini memperkuat pentingnya upaya edukasi dan promosi yang lebih menyeluruh agar pemahaman dan kepercayaan konsumen, khususnya generasi muda, dapat meningkat. Dengan strategi komunikasi yang tepat, persepsi positif ini dapat dikembangkan menjadi preferensi dan loyalitas terhadap produk vegan mayones.

4.2.2 Preferensi Generasi Muda Surabaya Sebagai Konsumen Vegan Mayones

Preferensi generasi muda terhadap vegan mayones menunjukkan kecenderungan positif meski masih dipengaruhi beberapa faktor. Sebanyak 55,9% responden lebih memilih vegan mayones dibanding mayones biasa, namun 35,3% masih netral, menunjukkan adanya keraguan. Minat beli juga cukup tinggi, dengan 50% bersedia membeli, sementara 47,1% masih ragu. Hal ini mengindikasikan bahwa preferensi belum sepenuhnya kuat karena kurangnya pengalaman atau keyakinan terhadap produk. Hal serupa ditemukan dalam studi oleh Hoek et al. (2011), yang menyatakan bahwa niat membeli produk alternatif berbasis nabati sangat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, persepsi sensoris seperti rasa, serta persepsi kesehatan dan kepraktisan produk.

Adapun faktor harga menjadi kendala utama, di mana 55,9% responden belum yakin membayar lebih untuk vegan mayones, sedangkan hanya 41,2% yang bersedia. Selain harga, rasa dan informasi produk juga memengaruhi keputusan pembelian. Sebagaimana dijelaskan oleh Michel et al. (2021), konsumen cenderung lebih

menerima produk nabati jika harganya bersaing dan informasi tentang manfaatnya mudah diakses. Oleh karena itu, promosi yang fokus pada edukasi manfaat, peningkatan rasa, dan penyesuaian harga sangat penting untuk memperkuat minat dan loyalitas generasi muda Surabaya. Dengan strategi yang tepat, ketertarikan ini bisa berkembang menjadi keputusan konsumsi yang lebih mantap.