

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan minat konsumen di kota Surabaya terhadap dua kategori menu utama yang populer, yaitu *seafood* dan *steak*. Rumusan masalah pada penelitian ini ialah bagaimana persepsi konsumen Surabaya terhadap menu seafood dan steak, bagaimana Tingkat minat Masyarakat Surabaya terhadap dua hidangan tersebut, lalu faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi dan minat konsumen terhadap kedua jenis makanan tersebut. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuisisioner daring kepada minimal 50 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *seafood* diasosiasikan dengan makanan sehat dan terjangkau, sedangkan *steak* dipersepsikan sebagai hidangan mewah dan cita rasa tinggi. Sebanyak 51% responden lebih menyukai *seafood* dibandingkan *steak*. Faktor-faktor seperti rasa, harga, persepsi Kesehatan, dan Kesan eksklusivitas mempengaruhi Keputusan konsumsi. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai praktis dan emosional memiliki peran penting dalam membentuk preferensi kuliner Masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran yang relevan dengan karakteristik konsumen perkotaan.

Kata Kunci: minat kuliner, persepsi konsumen, preferensi makanan, *seafood*, *steak*

ABSTRACT

This study aims to analyze the perception and interests of consumers in Surabaya toward two popular main course categories: seafood and steak. The formulation of the problem in this research is how Surabaya consumers perceive seafood and steak menus, what is the level of interest of Surabaya people towards these two dishes, and what factor influence consumers perceptions and interest in these two type of foods. A descriptive quantitative method was applied by distributing online questionnaires to 56 respondents, The results indicate that seafood is more associated with healthy and affordable food, while steak is perceived as a luxurious, dish with health and affordable food, while steak is perceived as a luxurious dish with rich flavor. A total of 51% of respondents preferred seafood over steak. Factors such as taste, price, health perception and exclusivity influence consumer decisions. These findings suggest that practical and emotional values play crucial role in shaping urban culinary preference. The study contributes to the development of marketing strategies aligned with characteristic of urban consumers.

Keywords: *consumer perception, culinary interest, food preference, seafood, steak*