

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

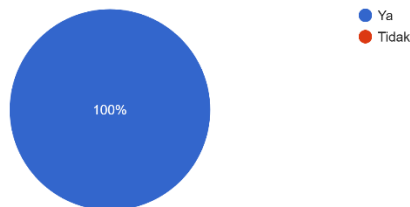
Penelitian ini dilakukan terhadap 51 responden dengan karakteristik responden sebagai berikut :

4.1.1 Profil Responden

a. Domisili Responden

responden berdomisili di Surabaya 51 orang (100%),

Apakah Anda Berdomisili Surabaya
51 jawaban

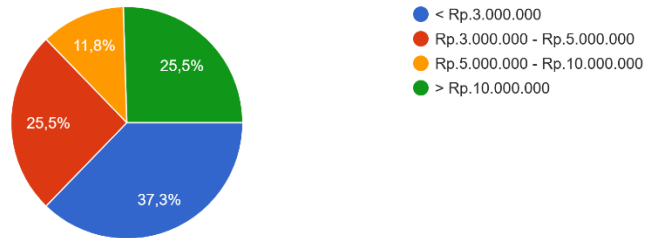


Gambar 4.1 Domisili Responden

b. Pendapatan Responden

Dari segi pendapatan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki penghasilan bulanan di bawah Rp 3.000.000 sebanyak 19 orang (37,3%), yang pendapatannya Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000 sebanyak 13 orang (25,5%), yang pendapatannya Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000 sebanyak 6 responden (11,8%), dan yang pendapatannya Rp. 10.000.000 ke atas sebanyak 13 responden (25,5%). Hal ini mengindikasikan bahwa pertimbangan harga menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan memilih makanan.

Penghasilan Per Bulan
51 jawaban

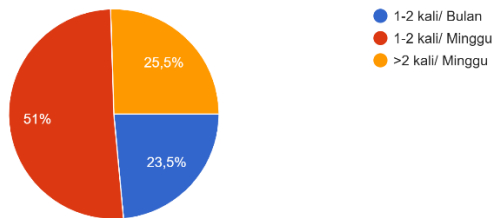


Gambar 4.2 Penghasilan Perbulan

c. Frekuensi Makan di Restoran

Dari segi kebiasaan makan di restoran, responden terbagi dalam frekuensi yang cukup rutin (1-2 kali per minggu) sebanyak 26 orang (51,%), yang 1-2 kali per bulan sebanyak 12 responden (23,5%), dan yang lebih dari 2 kali per minggu sebanyak 13 orang (25,5 %).

Frekuensi Makan di Restaurant
51 jawaban



Gambar 4.3 Frekuensi Makan Di Restoran

4.1.2 Persepsi terhadap *Seafood* dan *Steak*

Berikut penjabaran terkait persepsi Masyarakat terhadap menu *seafood dan steak*.

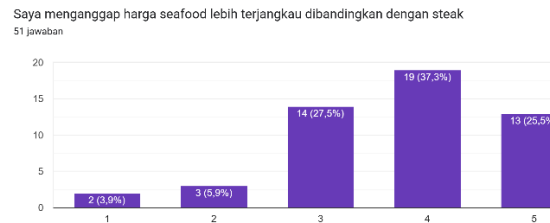
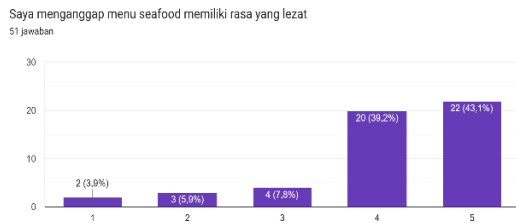
1) Persepsi terhadap *Seafood*

Pada Pertanyaan “Saya menganggap seafood memiliki rasa yang lezat”, mayoritas responden menganggap menu ini memiliki rasa lezat yang dibuktikan

dengan jawaban sangat setuju sebanyak 22 orang (43,1%), dan setuju sebanyak 20 orang (39,2%), Netral sebanyak 4 orang (7,8%), Tidak Setuju 3 orang (5,9%) dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,9%)

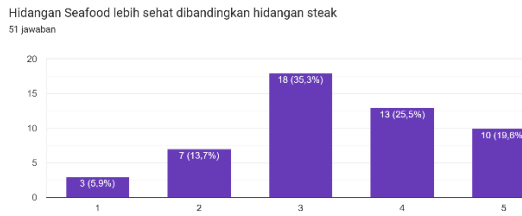
Pada pertanyaan “Saya menganggap harga seafood lebih terjangkau dibandingkan dengan steak”, responden yang menganggap *Seafood* memiliki harga yang lebih terjangkau dibandingkan *Steak* atau setuju sebanyak 19 orang (37,3%), sangat setuju 13 orang (25,5%), Netral 14 orang (27,5%), Tidak Setuju sebanyak 3 orang (5,9%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang (3,9%).

Pada pertanyaan “Hidangan Seafood lebih sehat dibandingkan hidangan steak”, responden yang mengasosiasikan *Seafood* sebagai makanan yang lebih sehat atau sangat setuju sebanyak 10 orang (19,6%), setuju sebanyak 13 orang (25,5%), Netral sebanyak 18 orang (35,3%), Tidak Setuju sebanyak 7 orang (13,7%), dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 responden (5,9%). Temuan ini menunjukkan adanya citra kuat yang melekat pada seafood sebagai menu yang praktis dan mendukung gaya hidup sehat.



Gambar 4.4 Presepsi terhadap rasa seafood

Gambar 4.5 Presepsi terhadap harga seafood dibandingkan steak

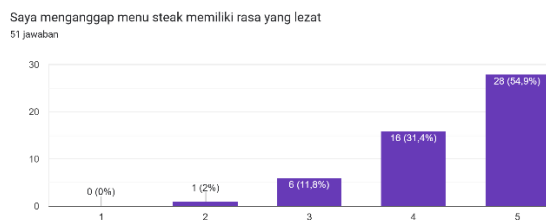


Gambar 4.6 Presepsi Kesehatan seafood dibandingkan steak

2) Persepsi terhadap *Steak*

Pada pertanyaan “Saya menganggap menu steak memiliki rasa yang lezat”, menunjukkan bahwa sebanyak 31 orang (55,4%) sangat setuju, sebanyak 17 orang (30,4%) setuju, Netral sebanyak 7 orang (12,5%), dan Tidak Setuju sebanyak 1 orang (1,8%)

Pada pertanyaan “Hidangan steak memberikan kesan lebih mewah dan eksklusif dibandingkan dengan hidangan seafood”, sebanyak 22 orang sangat setuju (43,1%), Setuju sebanyak 13 orang (25,5%), Netral sebanyak 13 orang (25,5%), dan Tidak Setuju 3 orang (5,9%). Temuan ini menunjukkan bahwa *Steak* memberikan kesan mewah dan eksklusif. Hal ini memperkuat persepsi bahwa *Steak* merupakan simbol status sosial dan kemewahan kuliner.



Gambar 4.7 Presepsi terhadap rasa steak



Gambar 4.8 Presepsi terhadap kemewahan hidangan steak

4.1.3 Minat Konsumen

Namun demikian, pada pertanyaan “Saya lebih sering memesan Steak dibandingkan memesan seafood” sebanyak 22 orang (43,1%) memilih Netral, sebanyak 16 orang (31,4%) memilih Betul, sebanyak 13 orang (25,5%) memilih Tidak.

Sedangkan pada pertanyaan terakhir “Saya lebih condong menyukai hidangan...”, sebanyak 26 orang (51%) memilih *Seafood*, sebanyak 25 orang (49%) memilih *Steak*. Perbedaan ini meskipun kecil, cukup menunjukkan kecenderungan preferensi yang lebih tinggi terhadap *Seafood* secara keseluruhan.



Gambar 4.9 Kebiasaan Masyarakat Saat Memesan **Gambar 4.10** Minat Masyarakat

4.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Minat

Persepsi dan minat Masyarakat Surabaya terhadap kedua menu *seafood* dan *steak* sangat beragam dan memiliki alasan tersendiri mengapa responden lebih menyukai hidangan satu sama lain, berikut adalah hasil tabulasi dari pertanyaan “Jelaskan secara singkat alasan mengapa anda lebih menyukai Seafood atau Steak”

Dari hasil tabulasi responden yang memilih *steak*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi dan Minat

No	Faktor	Jumlah Responden	Alasan
1.	Rasa dan Cita Rasa Makanan	17	Steak gurih, eksklusif, seafood segar dan bumbu variatif

2.	Kenyang dan Kandungan Gizi	10	Steak lebih kenyang & tinggi protein, seafood lebih sehat & rendah kolesterol
3.	Variasi Menu dan Cara Penyajian	9	Seafood punya variasi olahan banyak, steak lebih konsisten rasanya
4.	Ketersediaan dan Harga	7	Seafood mudah ditemukan & murah, steak eksklusif & jarang tersedia
5.	Kebiasaan dan Latar Belakang Budaya	5	Kebiasaan sejak kecil atau selera pribadi
6.	Kesehatan dan Keamanan Konsumsi	8	Alergi seafood, rasa amis, food poisoning, atau memilih karena segar

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *Seafood* maupun *Steak* memiliki tempat tersendiri dalam preferensi konsumen Surabaya. *Seafood* unggul dalam dimensi kesehatan dan keterjangkauan harga, sedangkan *Steak* menonjol dalam hal rasa dan kesan eksklusif. Hal ini mencerminkan kompleksitas faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih menu makanan.

dengan penelitian ini dapat diperoleh gambaran bahwa meskipun *Steak* lebih banyak dianggap lezat dan eksklusif, namun preferensi akhir terhadap *Seafood* menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi kesehatan dan harga yang terjangkau lebih mendominasi keputusan akhir, persepsi ini menyambung terhadap penelitian oleh (Vella et al, 2014), yang membahas bahwa faktor dipengaruhi oleh berbagai hal namun faktor kesehatan sangat dominan dalam mencari minat konsumen.

Persepsi bahwa *Steak* lebih mewah dan cocok untuk momen spesial menunjukkan adanya diferensiasi segmen pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat Sebaliknya, *Seafood* diasosiasikan dengan makanan sehat dan segar yang cocok untuk konsumsi sehari-hari. Dalam konteks Surabaya yang merupakan kota pesisir dengan

banyak pilihan restoran *Seafood*, persepsi ini diperkuat dengan ketersediaan produk dan harga yang lebih bervariasi.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, khususnya dilakukan oleh Ferrinadewi dan Rukismono (2021: 1-15) mengenai pengaruh psikologis konsumen terhadap intensi pembelian makanan melalui sosial media di Surabaya. Penelitian menggunakan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi dan persepsi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, namun sikap konsumen tidak berpengaruh. yang hanya membahas pengaruh psikologis dimasyarakat yang memengaruhi intensi pembelian saja tanpa membandingkan dua kategori menu yang berbeda dalam satu kerangka studi, Penelitian ini juga mengisi kekosongan dalam literatur yang belum banyak membahas komparasi langsung antara *Seafood* dan *Steak* dalam satu studi yang lebih mendalam.

Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa meskipun *Steak* memiliki persepsi rasa dan prestise yang tinggi, ternyata *Seafood* tetap menjadi pilihan yang lebih banyak diminati karena kombinasi nilai kesehatan, harga, dan kemudahan akses. Informasi ini penting bagi pelaku industri kuliner dalam menentukan *positioning* produk, harga, hingga strategi promosi sesuai dengan segmen pasar yang dibidik.