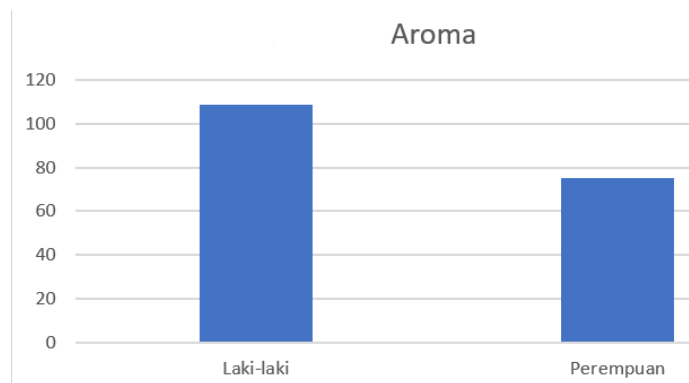


BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Analisis penerimaan konsumen terhadap nugget lele adalah kunci untuk memahami preferensi dan perilaku konsumen, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian dan keberlanjutan produk di pasar. Data yang diperoleh dari survei yang melibatkan 40 panelis memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana berbagai faktor demografi dan perilaku konsumsi mempengaruhi penerimaan terhadap produk nugget lele.

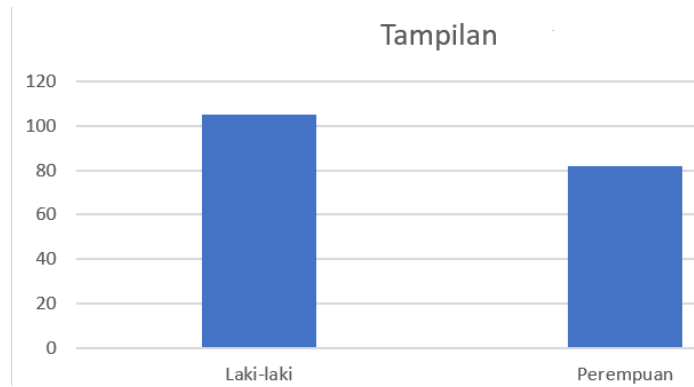
4.1.1 Jenis Kelamin dan Usia



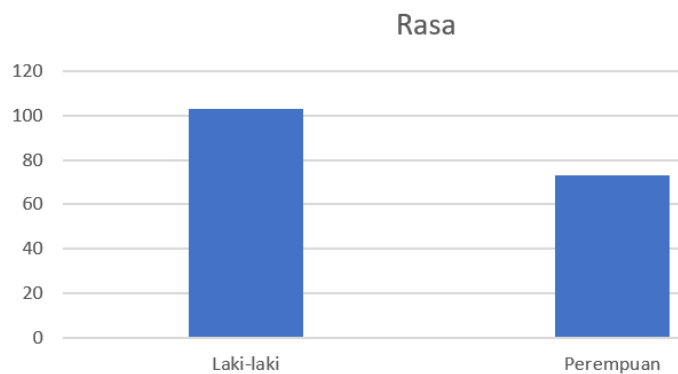
Gambar 4.1 Total Penilaian Aroma Terhadap Jenis Kelamin



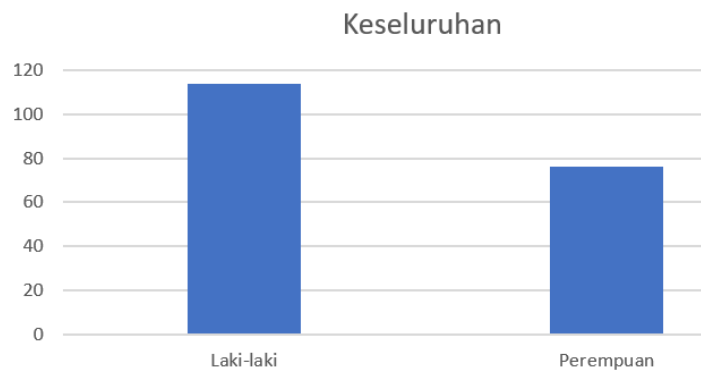
Gambar 4.2 Total Penilaian Tekstur Terhadap Jenis Kelamin



Gambar 4.3 Total Penilaian Tampilan Terhadap Jenis Kelamin



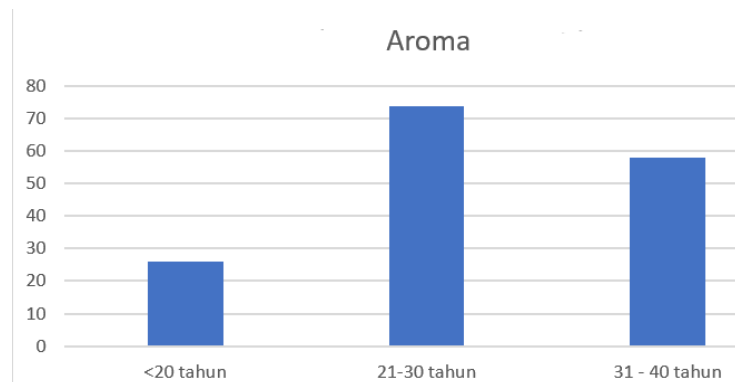
Gambar 4.4 Total Penilaian Rasa Terhadap Jenis Kelamin



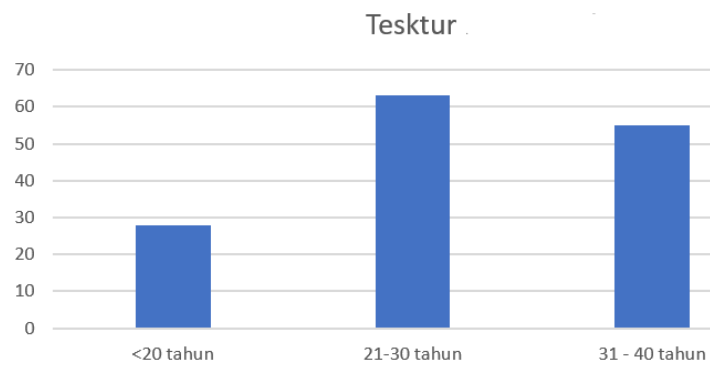
Gambar 4.5 Total Penilaian Keseluruhan Terhadap Jenis Kelamin

Analisis awal menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam penerimaan sensori antara laki-laki dan perempuan terhadap nugget lele. Kedua kelompok ini secara konsisten memberikan poin yang tinggi pada semua aspek penilaian, meskipun begitu total poin penilaian yang diberikan oleh laki-laki berjumlah lebih banyak dibandingkan dengan hasil total poin dari perempuan. Ini

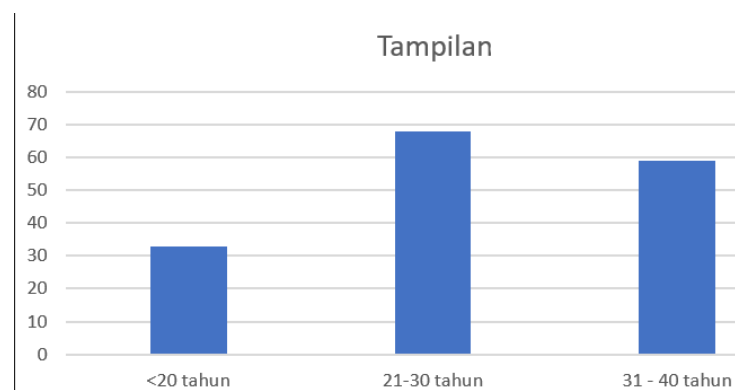
menunjukkan bahwa produk nugget lele ini memiliki pasar yang lebih besar pada jenis kelamin laki-laki.



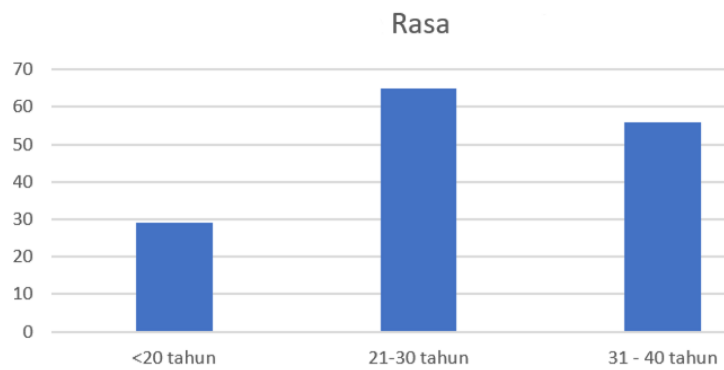
Gambar 4.6 Total Penilaian Aroma Terhadap Usia



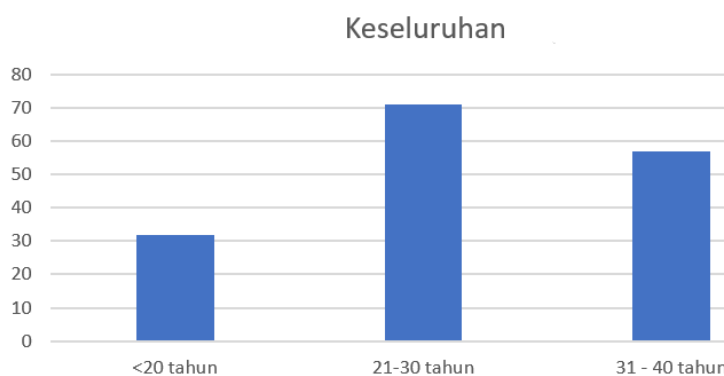
Gambar 4.7 Total Penilaian Tekstur Terhadap Usia



Gambar 4.8 Total Penilaian Tampilan Terhadap Usia



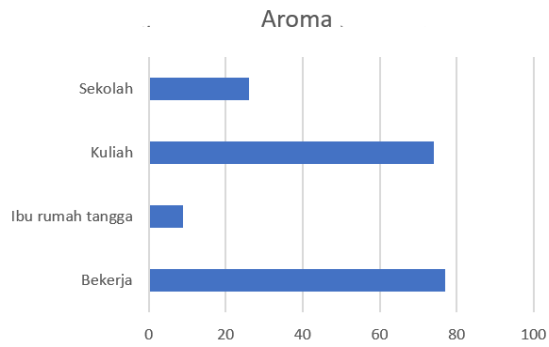
Gambar 4.9 Total Penilaian Rasa Terhadap Usia



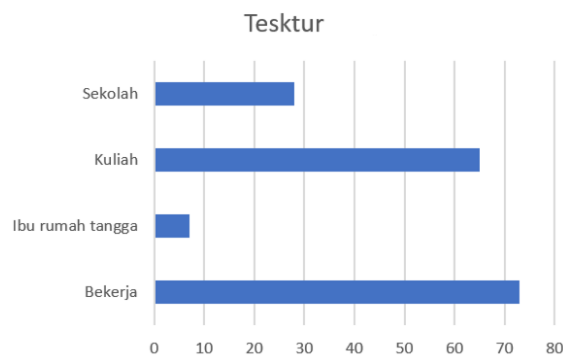
Gambar 4.10 Total Penilaian Keseluruhan Terhadap Usia

Analisis pada faktor usia menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam penerimaan sensori antara panelis yang berusia dibawah 20 tahun, 21-30 tahun, dan 31-40 tahun terhadap nugget lele. Ketiga kelompok ini secara konsisten memberikan poin yang tinggi pada semua aspek penilaian, meskipun begitu total poin penilaian yang diberikan oleh panelis dengan kelompok usia 21-30 tahun berjumlah lebih banyak dibandingkan dengan hasil total poin dari panelis yang berusia dibawah 20 tahun dan 31-40 tahun. Ini menunjukkan bahwa produk nugget lele ini memiliki pasar yang lebih besar pada kelompok usia 21-30 tahun.

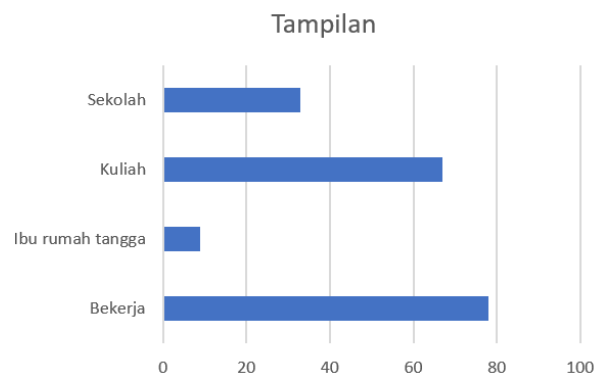
4.1.2 Kegiatan dan Frekuensi Konsumsi



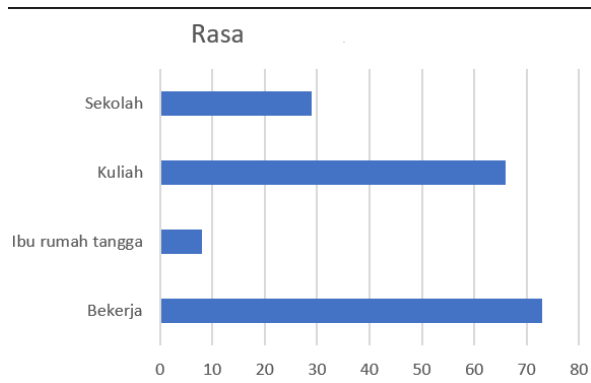
Gambar 4.11 Total Penilaian Aroma Terhadap Kegiatan



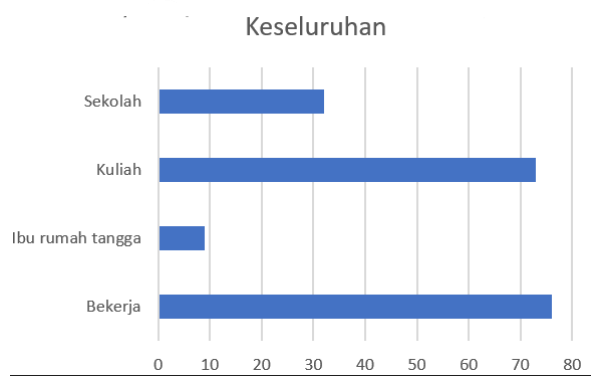
Gambar 4.12 Total Penilaian Tesktur Terhadap Kegiatan



Gambar 4.13 Total Penilaian Tampilan Terhadap Kegiatan

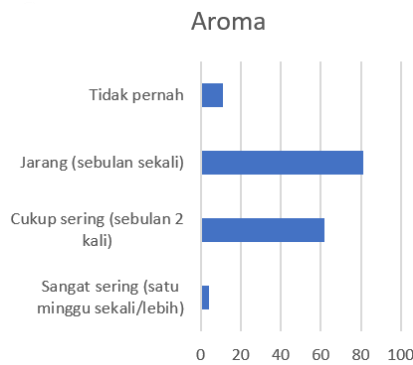


Gambar 4.14 Total Penilaian Rasa Terhadap Kegiatan



Gambar 4.15 Total Penilaian Keseluruhan Terhadap Kegiatan

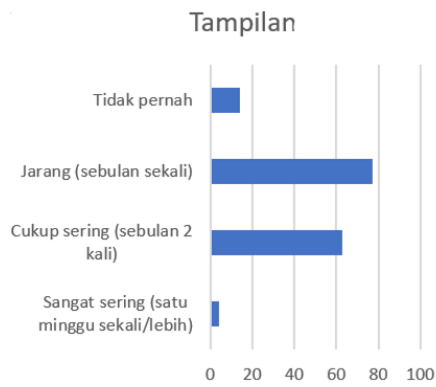
Analisis pada faktor kegiatan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam penerimaan sensori antara panelis dengan kegiatan sekolah, kuliah, ibu rumah tangga, dan bekerja terhadap nugget lele. Total poin tertinggi dari semua poin penilaian secara konsisten diperoleh oleh kelompok dengan kegiatan bekerja. Maka dari itu, produk nugget lele ini memiliki pasar yang lebih besar pada kelompok yang bekerja.



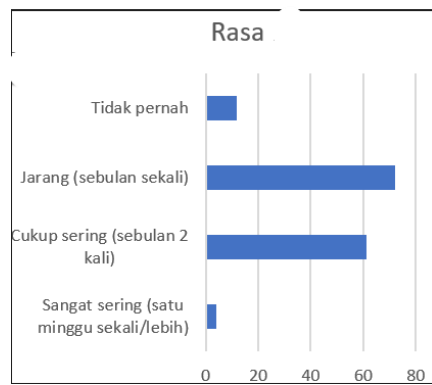
Gambar 4.16 Total Penilaian Aroma Terhadap Frekuensi Mengonsumsi Ikan Lele



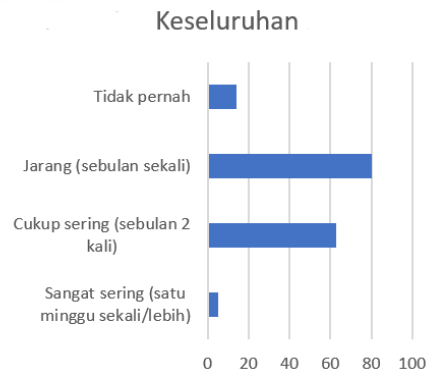
Gambar 4.17 Total Penilaian Tekstur Terhadap Frekuensi Mengonsumsi Ikan Lele



Gambar 4.18 Total Penilaian Tampilan Terhadap Frekuensi Mengonsumsi Ikan Lele



Gambar 4.19 Total Penilaian Rasa Terhadap Frekuensi Mengonsumsi Ikan Lele



Gambar 4.20 Total Penilaian Keseluruhan Terhadap Frekuensi Mengonsumsi Ikan Lele

Analisis pada faktor frekuensi mengonsumsi ikan lele menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam penerimaan sensori terhadap nugget lele antara panelis dengan frekuensi mengonsumsi ikan lele dengan rentan waktu jarang hingga sangat sering. Semua kelompok ini secara konsisten memberikan poin yang tinggi, meskipun begitu total poin penilaian yang diberikan oleh panelis pada kelompok jarang (sebulan sekali) mengonsumsi ikan lele secara konsisten mendapatkan poin tertinggi dari berbagai aspek penilaian. Maka dari itu, produk nugget lele ini memiliki pasar yang besar pada kelompok yang jarang (sebulan sekali) mengonsumsi ikan lele.

4.2 Pembahasan

Dalam analisis penerimaan sensori konsumen terhadap nugget lele, faktor-faktor seperti jenis kelamin, usia, kegiatan, dan frekuensi mengonsumsi ikan lele dievaluasi untuk memahami pengaruh terhadap preferensi sensori panelis. Hasil menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam penerimaan sensori. Panelis dari berbagai latar belakang ini secara keseluruhan menunjukkan kecenderungan yang serupa dalam menilai rasa, tekstur, dan keseluruhan pengalaman sensori nugget lele. Hasil ini mengindikasikan bahwa nugget lele memiliki daya tarik yang konsisten di antara berbagai kelompok demografi, memperkuat potensi produk ini untuk pasar yang luas.

Lebih lanjut, meskipun ada variasi dalam total poin penilaian berdasarkan demografi, tidak ada satu kelompok pun yang memberikan penilaian negatif terhadap nugget lele. Ini menegaskan bahwa produk ini memiliki penerimaan yang positif secara umum. Dengan demikian, nugget lele tidak hanya