

**PREFERENSI KONSUMEN “NASI LALAPAN” DI KELURAHAN
SUMBERSARI, KOTA MALANG**

**CONSUMER PREFERENCES ABOUT FOOD CHARACTERISTICS AS-
PECTS OF “NASI LALAPAN” PKL IN SUMBERSARI, MALANG CITY**

Deya Anniza’ul Azizah¹, Rina Rifqie Mariana², Nunung Nurjanah³

¹⁾²⁾³⁾ Universitas Negeri Malang, Jalan Semarang No. 5, Malang, 65145, Indonesia

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima : 31 Juli 2022

Diperbaiki : 11 September 2022

Disetujui : 29 September 2022

Tersedia daring : 30 September 2022

Keywords:

Consumer Preference, Nasi Lalapan, Street Vendor, Consumer Preference Level

Kata Kunci:

Preferensi Konsumen, Nasi Lalapan, Pedagang Kaki Lima, Tingkat Kesukaan Konsumen

DOI: 10.29313/performa.v19i2.10285

ISSN-P: 1829-8680

ISSN-E: 2599-0039

Untuk mengutip dokumen ini:

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the level of consumer preference and interest in the food "nasi lalapan" street vendors in Sumbersari Village, Malang City based on the characteristics of the food which include taste, price, place, nutrition, condiments of chili sauce and vegetables. Then used a quantitative approach in this study with data in the form of numbers. Sources of data include primary data obtained from questionnaires that have been filled out by consumers of street food vendors and secondary data in this literature that supports research and interviews with several traders. Sampling using an accidental sampling method. The research subjects were consumers of fresh rice sold by street vendors with a total of 100 respondents. This research uses processing flow, namely editing, coding, entry, and tabulating. Based on research, shows that the consumers of fresh rice are dominated by men aged 17-25 years who are currently studying as students. The level of consumer preference for street vendors' "nasi lalapan" in Sumbersari Village, Malang City, is based on the first food characteristic is taste, followed by the price of subsequent nutrients, condiments of sambal and vegetables, and place. The level of consumer interest in street vendors' "nasi lalapan" food in Sumbersari Village, Malang City based on the characteristics of the food that are considered very important is taste and price. As for the place (location), nutrition, and finally, the condiments of chili sauce and vegetables are considered important.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis tingkat kesukaan dan tingkat kepentingan konsumen terhadap makanan “nasi lalapan” PKL di Kelurahan Sumbersari Kota Malang berdasarkan karakteristik makanan yang meliputi rasa, harga, tempat, nutrisi, kondimen sambal dan sayur lalap. Kemudian digunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini dengan data berupa angka. Sumber data meliputi data primer diperoleh dari kuesioner yang telah diisi konsumen PKL nasi lalapan dan data sekunder pada penelitian ini adalah literatur yang mendukung penelitian dan wawancara dengan beberapa pedagang. Pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Subjek penelitian adalah konsumen nasi

Azizah, D.A., Mariana, R.R., Nurjanah, N. (2022). Preferensi Konsumen “Nasi Lalapan” Di Kelurahan Sumbersari, Kota Malang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (PERFORMA)*, 2, 25–36.

© 2022 JMB. All rights reserved

lalapan yang dijual oleh PKL dengan jumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan alur pengolahan yaitu *editing, coding, entry*, dan *tabulating*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan konsumen nasi lalapan didominasi oleh laki-laki berusia 17 – 25 tahun yang sedang menempuh pendidikan sebagai mahasiswa. Tingkat kesukaan konsumen terhadap makanan nasi lalapan PKL di Kelurahan Sumbersari Kota Malang berdasarkan karakteristik makanan yang pertama adalah rasa, diikuti oleh harga berikutnya nutrisi, kondimen sambal dan sayur lalap, dan tempat. Tingkat kepentingan konsumen terhadap makanan nasi lalapan PKL di Kelurahan Sumbersari Kota Malang berdasarkan karakteristik makanan yang dianggap sangat penting adalah rasa dan harga. Adapun tempat (lokasi), nutrisi, dan terakhir kondimen sambal dan sayur lalap dianggap penting.

* Email yang ditulis adalah email penulis yang berkorespondensi dengan editor: ¹ atau ² nama email penulis@domain.ac.id.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki berbagai jenis kuliner daerah, salah satu kuliner yang banyak dijumpai adalah nasi lalapan. Masyarakat Sunda sangat menyukai nasi lalapan. Hal ini ditunjukkan dengan ditemukannya Prasasti Taji 901 Masehi yang dituliskan bahwa sejak abad ke-10 Masehi masyarakat Sunda telah menyukai budaya makan nasi lalapan. Peneliti sejarah Fakultas Ilmu Sejarah Universitas Padjadjaran mengatakan hal yang serupa (Hendariningrum, 2018). Nasi lalapan yaitu hidangan nasi dengan pilihan lauk: ayam, lele, belut, tahu, tempe, jamur, terung, dengan pelengkap sambal dan sayur lalap yang terdiri dari mentimun, selada, kubis, dan kemangi. Saat ini penjual nasi lalapan menjamur mulai dari kota hingga pelosok daerah, salah satunya di Kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian Mariana (2017) pada tahun 2017 terdapat 717 PKL nasi lalapan jumlah tersebut meningkat yang sebelumnya pada tahun 2016 berjumlah 632 yang menjamur di Malang. Dari lima kecamatan di Kota Malang, kecamatan Lowokwaru yang paling banyak menjual ayam lalapan karena Kecamatan Lowokwaru merupakan daerah dengan perguruan tinggi terbesar di Kota Malang sehingga terdapat banyak mahasiswa yang tinggal di daerah tersebut terutama di Kelurahan Sumbersari.

Terdapat beberapa perguruan tinggi di Kelurahan Sumbersari, yaitu Universitas Negeri Malang, Universitas Brawijaya, Universitas Muhammadiyah Malang Kampus 2, Institut Teknologi Nasional Malang. Terdapat 133 PKL nasi lalapan yang terdapat di Kecamatan Lowokwaru dan berdasarkan pengamatan pada masa pandemi covid-19 terdapat delapan PKL nasi lalapan di Kelurahan Sumbersari Kota Malang. Berdasarkan penelitian Mariana (2020) menjelaskan bahwa penjual nasi lalapan memiliki kebiasaan buruk yaitu menggunakan minyak goreng secara berulang dan menambahkan minyak goreng baru kedalam minyak goreng bekas tersebut. Mariana juga menyatakan bahwa terdapat bahan berbahaya (senyawa peroksida) yang berada di minyak goreng yang dapat meningkatkan risiko penyakit kanker. Senyawa besar yang berkontribusi besar dalam mengkontaminasi makanan dan perkembangan kanker gastrointestinal, penyerapan glukosa, kerusakan usus, serta peningkatan tekanan darah yang pada akhirnya akan membantu perkembangan tumor usus dan meningkatkan radikal bebas yang disebabkan adanya senyawa Karnisoma. Walaupun demikian nasi lalapan tetap disukai oleh konsumen, maka dari itu perlu dikaji dan dilakukan penelitian tentang preferensi konsumen tentang makanan nasi lalapan.

Berdasarkan penelitian Mariana (2012) kelompok makanan yang paling banyak dijual oleh pedagang kaki lima di Malang adalah nasi lalapan. Nasi lalapan mudah dijumpai mulai dari pelosok daerah hingga pinggir jalan raya. Berdasarkan observasi yang dilakukan di Kota Malang, lauk pada lalapan yang dijual terdiri dari berbagai macam seperti ayam, lele, tempe, tahu, terong, jamur, dan belut. Berdasarkan penelitian dari Rimastuti (2019) lauk pada nasi lalapan yang banyak mengandung protein yaitu ayam 21,93 g, tempe 13,31 g dan lele 15,37 g. Harga nasi lalapan dapat dijangkau oleh semua kalangan dan praktis membuat nasi lalapan banyak diminati oleh masyarakat. Menurut Rimastuti (2019) nasi lalapan banyak digemari oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa. Menurut penelitian Mariana (2020) produsen nasi lalapan menggunakan minyak goreng yang tidak memenuhi standar kesehatan. Pedagang nasi lalapan

menggunakan minyak goreng berulang untuk menggoreng lauk lalapan. Para penjual nasi lalapan sudah menerapkan kebiasaan kurang baik dalam menggoreng lauk pada nasi lalapan. Awalnya pedagang nasi lalapan menggoreng lauk nasi lalapan memakai minyak goreng baru, tetapi tidak mengganti minyak goreng sesudah volumenya menurun. Pedagang nasi lalapan menuangkan minyak goreng baru ke atas serta mencampurkannya dengan minyak goreng sisa sampai 20- 30 kali. Hal tersebut dikarenakan pedagang nasi lalapan mengupayakan untuk meminimalisir pengeluaran. Ghobadi dalam Mariana (2020) menjelaskan bahwa penggunaan minyak goreng yang berulang membuat minyak cepat berasap, berbusa, menambah warna kecokelatan, dan menambah rasa tidak sedap pada gorengan. Ditinjau dari komposisi kimianya minyak jelantah memiliki senyawa- senyawa yang bersifat karsinogenik. Terdapat senyawa karsinogenik tersebut diakibatkan oleh proses penggorengan dengan temperatur tinggi yang dipakai berulang- ulang dengan minyak yang sama.

Food preference atau preferensi makanan digunakan sebagai tolak ukur tingkatan suka bagi seseorang terhadap makanan (Nursani, 2017). Preferensi berguna untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap barang atau jasa tersebut (Kautsar, 2012). Preferensi konsumen mempengaruhi pemilihan dan tingkat kesukaan konsumen. Berbagai penelitian tentang preferensi telah dilakukan seperti Preferensi Konsumen Terhadap Bakso Malang (Mariana, 2018) dan Preferensi Konsumen Terhadap Kuliner Jepang (Fajriyah, 2017). Menurut Munandar (2004) untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, pemilik usaha perlu memahami kebutuhan, persepsi, preferensi, dan perilaku belanja sesuai sasaran konsumennya. Pengetahuan pedagang tentang preferensi konsumen terhadap nasi lalapan menjadikan pedagang mampu mengetahui hal yang disukai atau diinginkan oleh konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis tingkat kesukaan konsumen terhadap makanan nasi lalapan PKL di Kelurahan Sumbersari Kota Malang berdasarkan karakteristik makanan yang meliputi: rasa, harga, tempat, nutrisi, kondimen sambal dan sayur lalap. Tujuan kedua, menganalisis tingkat kepentingan konsumen terhadap makanan nasi lalapan PKL di Kelurahan Sumbersari Kota Malang berdasarkan karakteristik makanan yang meliputi: rasa, harga, tempat, nutrisi, kondimen sambal dan sayur lalap

LANDASAN TEORI

Tempat trotoar sangat identik dengan Pedagang Kaki Lima atau PKL dari segi sosial, fisik, visual, lingkungan dan pariwisata yang tidak mengganggu fungsi publik (Syafii, 2018). Syafii (2018) menjelaskan bahwa pedagang kaki lima berkaitan erat dengan pejalan kaki di sepanjang jalan di Perancis. Sebagian besar jalan raya banyak ditemui gedung pencakar langit, dan lantai bawah biasanya memiliki ruang pejalan kaki (trotoar) hingga lebar 5 kaki. Dalam perkembangan selanjutnya disebut pedagang kaki lima karena pedagang informal menempati trotoar, dan di Indonesia disebut pedagang asongan atau pedagang kaki lima. Terdapat banyak PKL di Indonesia salah satunya PKL nasi lalapan.

Lalapan menyerupai *salad* namun lalapan tidak dimakan disertai *dressing* atau bumbu (Metisya, 2016). Sayuran yang biasa digunakan oleh pedagang lalapan adalah mentimun, kemangi, kubis, selada, kacang panjang dan tomat (Metisya, 2016). Nasi lalapan merupakan makanan yang disajikan dengan sayur lalapan dan sambal disertai dengan lauk (Rimastuti, 2019). Lauk yang dijual pun bermacam-macam seperti ayam goreng, lele, mujair, ampela, tahu, tempe, dan lain-lain (Rimastuti, 2019). Banyaknya PKL nasi lalapan di Kota Malang membuat penjual perlu untuk mengkaji preferensi konsumen

Maulidia (2021) menyatakan bahwa preferensi dapat menunjukkan tingkat suka tidaknya konsumen terhadap beberapa pilihan. Selain itu, preferensi dapat menunjukkan kecenderungan atau kesukaan akan sesuatu. Preferensi makanan (*Food Preferences*) adalah tindakan atau ukuran suka atau tidak suka terhadap suatu makanan (Nursani, 2017). Menurut Fajriyah (2017) analisis preferensi konsumen terhadap suatu makanan dapat memberikan pengetahuan mengenai ukuran suka dan tidak sukanya konsumen terhadap beberapa makanan yang ada. Selain itu, fungsi preferensi adalah pengurutan barang sesuai dengan preferensi konsumen (Hirseleifer dalam Fajriyah, 2017). Sebelum membeli suatu produk, konsumen akan mempertimbangkan karakteristiknya (atribut) (Maulidia, 2021).

Hasil penelitian Mariana (2017) menunjukkan faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap bakso Malang antara lain rasa, harga, tempat, branding, nutrisi, dan kelengkapan bakso. Hasil penelitian Kuncahyaningtyas (2016) menunjukkan faktor yang mempengaruhi preferensi mahasiswa Pendidikan Tata Boga di Universitas Negeri Yogyakarta dalam mengonsumsi makanan Indonesia yaitu rasa, tampilan, harga, porsi, kebiasaan, dan gizi. Hasil penelitian Fajriyah (2017) menunjukkan faktor yang

mempengaruhi preferensi konsumen terhadap kuliner Jepang di Saboten Shokudo Kota Malang yaitu rasa, harga, penampilan, aroma, dan tekstur. Rasa merupakan aspek karakteristik makanan yang penting dalam memilih makanan. Terdapat lima rasa yang terkenal di dunia yaitu manis, asin, asam, pahit, dan umami (Fajriyah, 2017). Lauk pada nasi lalapan lebih banyak memiliki rasa gurih. Hal tersebut dikarenakan lauk diolah dengan cara digoreng. Selain rasa gurih yang dihasilkan dari lauk yang digoreng, nasi lalapan juga disajikan bersama pelengkap yaitu sambal yang memiliki cita rasa pedas. Untuk mengendalikan karakteristik produk perusahaan dapat memanfaatkan faktor bauran pemasaran contohnya harga. Posisi dan nilai produk dapat digambarkan melalui harga (Maulidia, 2021). Temuan Rahardjo (2016) Harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi selera masyarakat saat membeli produk beku. Tempat yang nyaman dan bersih memiliki nilai lebih untuk mempengaruhi preferensi seseorang. Tempat yang baik dan nyaman akan mempengaruhi konsumen untuk datang kembali hal ini diungkapkan oleh Mariana (2017). Nutrisi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan seseorang untuk menentukan preferensi suatu makanan. Negara maju memiliki preferensi tinggi terhadap makanan sehat, termasuk bahan baku, dan pemrosesan konvensional (Mariana, 2018). Berdasarkan penelitian Mariana (2017) menyatakan bahwa konsumen dengan pendidikan yang rendah cenderung kurang memperhatikan faktor keamanan pangan dibanding dengan konsumen dengan tingkat pendidikan lebih tinggi. Campuran rempah adalah bumbu yang terdiri dari satu atau lebih jenis rempah-rempah berupa bumbu halus atau ekstrak rempah yang bertujuan untuk meningkatkan cita rasa yang ditambahkan langsung pada makanan (Agnesty, 2017). Sambal memiliki rasa yang pedas dan sering dijadikan sebagai pelengkap masakan Indonesia. Sambal merupakan salah satu jenis rempah-rempah. Sambal memiliki efek menggugah selera dan merangsang. Oleh karena itu, saus cabai yang tepat selalu penting untuk beberapa hidangan.

METODE

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif berupa angka - angka. Objek yang dipilih dalam penelitian ini yaitu pedagang kaki lima (PKL) di Kelurahan Sumbersari, Kota Malang yang menjual nasi lalapan sebagai menu utamanya. Dalam penelitian ini digunakan populasi seluruh konsumen yang membeli nasi lalapan di PKL di Kelurahan Sumbersari, Kota Malang. Untuk menentukan sampel penelitian digunakan teknik *accidental sampling*. Subjek penelitian adalah konsumen nasi lalapan yang dijual oleh PKL dengan jumlah 100 responden. Penentuan sampel menggunakan Tabel Issac dan Michael tingkat kesahalan 5% dengan rumus sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

λ^2 : dengan dk=1 taraf kesahalahan 5%

P = Q : 0.5

D : 0.05

S : jumlah sampel

Adapun jenis sumber data terdiri dari data primer diperoleh dari kuesioner yang telah diisi konsumen PKL nasi lalapan, terdiri dari atribut kesukaan konsumen terhadap nasi lalapan, dan atribut kepentingan konsumen mengkonsumsi nasi lalapan yang terdiri dari rasa, harga, tempat, nutrisi, dan kondimen sambal. Kemudian data sekunder berupa jurnal, buku, dan publikasi lainnya yang mendukung penelitian ini. Metode pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi *editing, coding, entry, dan tabulating*.

HASIL

Gambaran Umum Karakteristik Konsumen PKL Nasi Lalapan Di Kelurahan Sumbersari Kota Malang

Tabel 1.
Sampel Menurut Usia

No.	Usia	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persentase
1	17 - 25	39	38	77	77%

2	26 - 35	9	5	14	14%
3	36 - 45	3	4	7	7%
4	46 - 55	1	1	2	2%
Jumlah		52	48	100	100%

Berdasarkan Tabel 1. didapat hasil sebagai berikut, sampel berdasarkan jenis kelamin sebagian besar sampel adalah laki-laki yaitu sebesar 52% dan sebagian kecil adalah perempuan yaitu sebesar 48%. Kategori usia berdasarkan Depkes RI tahun 2009 untuk usia dikategorikan sebagai remaja akhir dengan rentang usia 17 – 25 tahun terdiri atas 39 laki-laki dan 38 perempuan sehingga persentasenya 77%, kategori dewasa awal dengan rentang usia 26 – 35 tahun terdiri atas 9 laki-laki dan 5 perempuan sehingga persentasenya 14%, kategori dewasa akhir dengan rentang usia 36 – 45 tahun terdiri atas 3 laki-laki dan 4 perempuan sehingga persentasenya 7%, kategori lansia awal dengan rentang usia 46 – 55 tahun terdiri atas 1 laki-laki dan 1 perempuan sehingga persentasenya 2%. Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan umur yang paling besar remaja akhir diumur 17 – 25 dengan persentase 77% dan yang terkecil lansia awal di umur 46 – 55 dengan persentase 2%.

Tabel 2.
Sampel Berdasarkan Status Pendidikan

Status Pendidikan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Persentase
Pelajar	1	4	5	5%
Mahasiswa	34	30	64	64%
Lainnya	17	14	31	31%
Total	52	48	100	100%

Berdasarkan Tabel 2. status pendidikan sebagai pelajar terdiri atas 1 laki – laki dan 4 perempuan mendapatkan persentase 5%. Status pendidikan sebagai mahasiswa terdiri atas 34 laki – laki dan 30 perempuan mendapatkan persentase 64%. Status pendidikan lainnya terdiri atas 17 laki – laki dan 14 perempuan mendapatkan persentase 31%. Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan status pendidikan yang paling besar adalah mahasiswa yang dengan persentase 64% dan yang terkecil adalah pelajar yang dengan persentase 5%.

Analisis Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Makanan Nasi Lalapan PKL di Kelurahan Sumpersari Kota Malang Berdasarkan Karakteristik Makanan

Tabel 3.
Tingkat Kesukaan Konsumen Menurut Rasa

No.	Tingkat Kesukaan	Jumlah	Persentase
1.	Pertama	62	62%
2.	Kedua	24	24%
3.	Ketiga	12	12%
4.	Keempat	2	2%
5.	Kelima	0	0%
Total		100	100%
Mean		1,54	
Median		1	
Modus		1	

Menurut Tabel 3. Tingkat Kesukaan Konsumen Berdasarkan Rasa, dapat dilihat bahwa sampel menjadikan rasa nasi lalapan sebagai alasan pertama yaitu sebesar 62%, alasan kedua sebesar 24% alasan ketiga sebesar 12% alasan keempat sebesar 2% dan alasannya kelima sebanyak 0%. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen menjadikan rasa nasi lalapan sebagai alasan pertama yaitu sebesar 62%.

Tabel 4.
Tingkat Kesukaan Konsumen Menurut Harga

No.	Tingkat Kesukaan	Jumlah	Persentase
1.	Pertama	23	23%
2.	Kedua	36	36%
3.	Ketiga	25	25%
4.	Keempat	9	9%
5.	Kelima	7	7%
Total		100	100%
Mean		2,41	
Median		2	
Modus		2	

Menurut Tabel 4. Tingkat Kesukaan Konsumen Berdasarkan Harga, dapat dilihat bahwa tingkat kesukaan konsumen berdasarkan harga yang tertinggi yaitu alasan kedua sebesar 36% dan terendah yaitu alasan kelima sebesar 7%, sedangkan alasan pertama sebesar 23%, alasan ketiga sebesar 25% dan alasan keempat sebesar 9%. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen menjadikan harga nasi lalapan sebagai alasan kedua yaitu sebesar 36%.

Tabel 5.
Tingkat Kesukaan Konsumen Menurut Tempat

No.	Tingkat Kesukaan	Jumlah	Persentase
1.	Pertama	7	7%
2.	Kedua	16	16%
3.	Ketiga	20	20%
4.	Keempat	28	28%
5.	Kelima	29	29%
Total		100	100%
Mean		3,56	
Median		4	
Modus		5	

Menurut Tabel 5. Tingkat Kesukaan Konsumen Berdasarkan Tempat, dapat dilihat bahwa tingkat kesukaan konsumen berdasarkan tempat yang tertinggi yaitu alasan kelima sebesar 29% dan terendah yaitu alasan pertama sebesar 7%, sedangkan alasan kedua sebesar 16%, alasan ketiga sebesar 20% dan alasan keempat sebesar 28%. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen menjadikan tempat nasi lalapan sebagai alasan kelima yaitu sebesar 29%.

Tabel 6.
Tingkat Kesukaan Konsumen Menurut Nutrisi

No.	Tingkat Kesukaan	Jumlah	Persentase
1.	Pertama	4	4%
2.	Kedua	13	13%
3.	Ketiga	31	31%
4.	Keempat	27	27%
5.	Kelima	25	25%
Total		100	100%
Mean		3,55	
Median		4	
Modus		3	

Menurut Tabel 6. Tingkat Kesukaan Konsumen Berdasarkan Nutrisi, dapat dilihat bahwa tingkat kesukaan konsumen berdasarkan nutrisi yang tertinggi yaitu alasan ketiga sebesar 31% dan terendah yaitu

alasan pertama sebesar 4%, sedangkan alasan kedua sebesar 14%, alasan keempat sebesar 27% dan alasan kelima sebesar 25%. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen menjadikan nutrisi nasi lalapan sebagai alasan ketiga yaitu sebesar 30%.

Tabel 7.
Tingkat Kesukaan Konsumen Menurut Kondimen Sambal dan Sayur Lalap

No.	Tingkat Kesukaan	Jumlah	Persentase
1.	Pertama	5	5%
2.	Kedua	12	12%
3.	Ketiga	25	25%
4.	Keempat	30	30%
5.	Kelima	28	28%
Total		100	100%
Mean		3,66	
Median		4	
Modus		4	

Menurut Tabel 7. Tingkat Kesukaan Konsumen Berdasarkan Kondimen Sambal dan Sayur Lalap, dapat dilihat bahwa tingkat kesukaan konsumen berdasarkan Kondimen Sambal dan Sayur Lalap yang tertinggi yaitu alasan keempat sebesar 31% dan terendah yaitu alasan pertama sebesar 5%, sedangkan alasan kedua sebesar 11%, alasan ketiga sebesar 25% dan alasan kelima sebesar 28%. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen menjadikan kondimen sambal dan sayur lalapan sebagai alasan keempat yaitu sebesar 31%.

Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Makanan Nasi Lalapan Pkl di Kelurahan Sumbersari Kota Malang Berdasarkan Karakteristik Makanan

Tabel 8.
Tingkat Kepentingan Konsumen Menurut Rasa

No.	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase
1.	Sangat Penting	73	73%
2.	Penting	24	24%
3.	Kurang Penting	3	3%
4.	Tidak Penting	0	0%
5.	Sangat Tidak Penting	0	0%
Total		100	100%

Menurut Tabel 8. Tingkat Kepentingan Konsumen Berdasarkan Rasa dari hasil analisis dapat dilihat bahwa tingkat kepentingan konsumen berdasarkan rasa yaitu terdapat 73% konsumen menganggap sangat penting dan 24% konsumen menganggap penting, sedangkan 3% konsumen menganggap kurang penting, dan 0% konsumen tidak penting dan menganggap tidak penting.

Tabel 9.
Tingkat Kepentingan Konsumen Menurut Harga

No.	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase
1.	Sangat Penting	40	40%
2.	Penting	38	38%
3.	Kurang Penting	13	13%
4.	Tidak Penting	3	3%
5.	Sangat Tidak Penting	6	6%
Total		100	100%

Menurut Tabel 9. Tingkat Kepentingan Konsumen Berdasarkan Harga dari hasil analisis dapat

dilihat bahwa tingkat kepentingan konsumen berdasarkan harga yaitu terdapat 40% konsumen menganggap sangat penting dan 6% konsumen menganggap sangat tidak penting, sedangkan 38% konsumen menganggap penting, 13% konsumen menganggap kurang penting dan 3% konsumen menganggap tidak penting.

Tabel 10.
Tingkat Kepentingan Konsumen Berdasarkan Tempat

No.	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase
1.	Sangat Penting	36	36%
2.	Penting	42	42%
3.	Kurang Penting	12	12%
4.	Tidak Penting	6	6%
5.	Sangat Tidak Penting	4	4%
	Total	100	100%

Menurut Tabel 10. Tingkat Kepentingan Konsumen Berdasarkan Tempat dari hasil analisis dapat dilihat bahwa tingkat kepentingan konsumen berdasarkan tempat yaitu terdapat 42% konsumen menganggap penting, 36% konsumen menganggap sangat penting, sedangkan 12% konsumen menganggap kurang penting, 6% konsumen menganggap tidak penting dan 4% konsumen menganggap sangat tidak penting.

Tabel 11.
Tingkat Kepentingan Konsumen Menurut Nutrisi

No.	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase
1.	Sangat Penting	36	36%
2.	Penting	46	46%
3.	Kurang Penting	13	13%
4.	Tidak Penting	5	5%
5.	Sangat Tidak Penting	0	0%
	Total	100	100%

Menurut Tabel 11. Tingkat Kepentingan Konsumen Berdasarkan nutrisi dari hasil analisis dapat dilihat bahwa tingkat kepentingan konsumen berdasarkan nutrisi yaitu terdapat 46% konsumen menganggap penting dan 0% konsumen menganggap sangat tidak penting, sedangkan 36% konsumen menganggap sangat penting, 13% konsumen menganggap kurang penting dan 5% konsumen menganggap tidak penting.

Tabel 12.
Tingkat Kepentingan Konsumen Menurut Kondimen Sambal dan Sayur Lalap

No.	Tingkat Kepentingan	Jumlah	Persentase
1.	Sangat Penting	25	25%
2.	Penting	43	43%
3.	Kurang Penting	26	26%
4.	Tidak Penting	5	5%
5.	Sangat Tidak Penting	1	1%
	Total	100	100%

Menurut Tabel 12. dapat dilihat bahwa tingkat kepentingan konsumen berdasarkan Kondimen Sambal dan Sayur Lalap yaitu terdapat 43% konsumen menganggap penting dan 1% konsumen menganggap sangat tidak penting, sedangkan 25% konsumen menganggap sangat penting, 26% konsumen menganggap kurang penting dan 5% konsumen menganggap tidak penting.

PEMBAHASAN

Gambaran Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas konsumen nasi lalapan adalah mahasiswa dengan jenis kelamin laki-laki yang sedang menempuh pendidikan perguruan tinggi di Kota Malang. Lauk pada nasi lala-

pan diolah dengan cara digoreng. Nasi lalapan disukai berbagai kalangan, menurut penelitian Mariana (2020) usaha ini cukup diminati dan tidak pernah sepi pengunjung, terutama dari kalangan mahasiswa dan masyarakat sekitar. Karakteristik konsumen yang diamati dalam penelitian ini yang pertama adalah usia/umur. Menurut Kotler & Armstrong (2001) barang atau jasa akan dibeli seseorang sesuai dengan kebutuhan hidupnya dan tentunya hal tersebut dipengaruhi oleh umur orang tersebut. Jadi dapat dikatakan bahwa usia cukup berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengonsumsi nasi lalapan. Berdasarkan Tabel 4.1, sampel berdasarkan usia terdiri atas laki-laki yaitu sebesar 52% dan perempuan sebesar 48%. Usia merupakan salah satu faktor internal atau faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian. Mengenai karakter seorang terdapat orang yang memikirkan banyak hal dalam pemilihan suatu makanan, misalnya mutu rasa, harga serta nutrisi yang cocok dengan selera. Setiap masing-masing umur umumnya mempunyai selera makanan yang berbeda. Sedangkan untuk jenis kelamin laki – laki lebih banyak dikarenakan lebih menyukai sesuatu yang praktis dan instan. Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan umur yang paling besar yaitu remaja akhir dengan rentang usia 17 – 25 tahun yang mendapatkan persentase 77% dan untuk jenis kelamin mayoritas adalah laki – laki, pada rentang usia tersebut lebih mementingkan faktor rasa dan harga dalam membeli nasi lalapan.

Berdasarkan Tabel 2. Sampel Berdasarkan Status Pendidikan terdiri atas laki- laki yaitu sebesar 52% dan perempuan sebesar 48%. Terdapat perbedaan yang cukup jauh antara karakteristik konsumen berdasarkan status pendidikan yang disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen untuk mengonsumsi nasi lalapan. Hal itu dikarenakan status pendidikan lebih mengutamakan kemampuan konsumen untuk membeli nasi lalapan. Sedangkan untuk kalangan lansia dan anak – anak lebih mementingkan kesehatan dan nutrisi yang terkandung dalam nasi lalapan. Dari Tabel 2. dapat dilihat konsumen paling banyak adalah mahasiswa yang berjumlah 64% hal tersebut dikarenakan Kota Malang merupakan kawasan perguruan tinggi sehingga lebih banyak pendatang yang menempuh pendidikan di Kota Malang. Mahasiswa yang mengonsumsi nasi lalapan lebih mementingkan faktor harga dan kepraktisan nasi lalapan tersebut, sedangkan pelajar lebih sedikit yang berjumlah 5% karena pelajar lebih banyak penduduk lokal dari Kota Malang sehingga lebih sedikit membeli makanan diluar salah satunya nasi lalapan dan pendidikan lainnya sejumlah 31% hal tersebut dikarenakan profesi lebih mementingkan kepraktisan nasi lalapan. Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan yang paling banyak adalah pendidikan mahasiswa yang mendapatkan persentase 64% dan untuk jenis kelamin mayoritas adalah laki – laki.

Analisis Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Makanan Nasi Lalapan PKL di Kelurahan Sumbersari Kota Malang Berdasarkan Karakteristik Makanan

Lima faktor penting dalam preferensi konsumen untuk mengonsumsi nasi lalapan adalah rasa, harga, nutrisi, kondimen sambal dan sayur lalap, dan tempat. Berdasarkan hasil penelitian bahwa rasa merupakan salah satu karakteristik makanan yang paling disukai oleh konsumen nasi lalapan. Hal ini sesuai dengan penelitian Gratia (2021) mengenai faktor yang memengaruhi preferensi konsumsi mie basah yaitu rasa. Konsumen cenderung memilih produk yang memenuhi preferensi selera mereka. Produsen dapat fokus pada rasa dalam memasarkan produk mereka dengan mengaitkannya dengan preferensi konsumen. Rasa adalah salah satu faktor yang termasuk dalam evaluasi konsumen. Konsumen akan mengevaluasi semua produk yang mereka konsumsi untuk menemukan produk yang memenuhi preferensi selera mereka. Hasil evaluasi tersebut menentukan keputusan mereka dalam membeli produk kembali. Nasi Lalapan memiliki rasa yang gurih dari lauk yang diolah dengan cara digoreng dan rasa pedas yang berasal dari kondimen sambal.

Faktor kedua yang dipertimbangkan konsumen dalam mengonsumsi nasi lalapan adalah harga. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Rahardjo (2016) yang menunjukkan harga sebagai alasan kedua konsumen membeli produk frozen food. Menurut Habibah dan Sumiati (2016) salah satu atribut yang dievaluasi oleh konsumen dalam mengambil keputusan adalah harganya. Oleh karena itu, harga yang ditawarkan oleh penjual harus terjangkau dan sesuai dengan pendapatan konsumen. Harga yang relatif terjangkau, terutama untuk remaja dan usia sekolah yang tidak memiliki penghasilan membuat nasi lalapan PKL lebih banyak dibeli daripada nasi lalapan yang dijual di restoran-restoran sekitarnya. Menurut penelitian Mariana (2020) nasi lalapan dijual dengan harga yang relatif murah yaitu Rp12.000–14.000 / porsi. Konsumen akan lebih puas jika mereka mendapatkan harga yang lebih rendah. Konsumen yang sensitif akan menemukan kepuasan dengan harga murah karena mereka akan mendapatkan nilai uang yang lebih tinggi. Menurut Rohmah

(2021) kebutuhan atau keinginan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa dapat diukur dari besar pendapatannya. Semakin besar pendapatan seseorang maka semakin banyak pula seseorang dapat melakukan proses pembelian produk atau menggunakan jasa.

Nutrisi adalah alasan ketiga konsumen untuk membeli nasi lalapan. Nutrisi yang terkandung dalam sepiring nasi lalapan menjadi prioritas ketiga konsumen dalam membeli nasi lalapan. Konsumen nasi lalapan memiliki persepsi bahwa nasi lalapan memiliki gizi yang baik. Persepsi konsumen nasi lalapan tersebut didukung oleh isian dari nasi lalapan seperti ayam dan tempe atau tahu yang mengandung protein. Berdasarkan penelitian dari Rimastuti (2019) lauk pada nasi lalapan yang banyak mengandung protein yaitu ayam 21,93 g, tempe 13,31 g dan lele 15,37 g. Menurut Kotler (2005) persepsi merupakan proses yang digunakan oleh seseorang guna memilah, mengorganisasi, serta menginterpretasikan masukan informasi sebagai pandangan. Persepsi tidak bergantung pada rangsangan fisik saja, namun juga tergantung pada lingkungan sekitar serta kondisi orang yang bersangkutan. Berdasarkan analisis, nasi lalapan dianggap bergizi dan bisa menjadi makanan pokok alternatif yang enak, bergizi sehingga dapat meningkatkan status gizi seseorang.

Alasan keempat konsumen membeli nasi lalapan adalah kondimen sambal dan sayur lalap dalam sepiring nasi lalapan. Sayur lalap yang biasa disajikan dalam sepiring nasi lalapan yaitu mentimun, kembang, kubis, selada, kacang panjang dan tomat (Suryani dalam Metisya, 2016). Cita rasa pedas sambal pada nasi lalapan juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam mengonsumsi nasi lalapan. Sambal yang terdapat pada nasi lalapan memiliki bermacam-macam jenis seperti sambal tomat, sambal bawang, dan sambal hijau. Seperti halnya pedagang 4 dan pedagang 5 yang menawarkan dua jenis sambal yaitu sambal tomat dan sambal hijau kepada konsumen.

Faktor tempat merupakan alasan terakhir yang dipertimbangkan konsumen dalam mengonsumsi nasi lalapan. Menurut Ghanimata (2012) pemilihan lokasi dalam berdagang merupakan faktor penting yang mempengaruhi pembeli untuk datang ke lokasi penjual dalam pemenuhan kebutuhannya. Tempat atau lokasi berdagang merupakan faktor penting dalam persaingan usaha (Kotler, 2007). Penentuan lokasi yang tepat dapat mempengaruhi persentase kedatangan pelanggan dapat dilihat dari kenyamanan pelanggan dan akses dari lokasi berdagang penjual tersebut. Lokasi merupakan tempat yang strategis dimana konsumen dapat menjangkau tempat usaha dengan mudah dan aman (Ghintama, 2016).

Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Makanan Nasi Lalapan Pkl di Kelurahan Sumbersari Kota Malang Berdasarkan Karakteristik Makanan

Berdasarkan hasil penelitian, atribut yang paling penting dipertimbangkan oleh konsumen adalah rasa dan harga. Atribut tempat, nutrisi, dan kondimen sambal dan sayur lalap dianggap penting dalam mengonsumsi nasi lalapan. Konsumen akan mengevaluasi semua produk untuk menentukan rasa yang sebagian besar memenuhi preferensi mereka (Mariana, 2017). Penelitian menunjukkan bahwa preferensi makanan berdasarkan rasa dan harga dianggap sangat penting. Di satu sisi, tempat, nutrisi, dan kondimen sambal dan sayur lalap juga merupakan indikator kontribusi yang diambil oleh konsumen ketika membeli makanan. Berdasarkan tingkat kepentingan, konsumen menganggap tempat, nutrisi, dan kondimen sambal dan sayur lalap sebagai indikator yang penting dalam membeli makanan. Di beberapa negara maju, konsumen memiliki minat yang lebih tinggi ketika mereka mengetahui sumber bahan makanan dan cara pengolahannya. Menurut Mariana (2017) ketika konsumen yakin apakah makanan itu aman untuk dikonsumsi dan sudah memenuhi kriteria, konsumen lebih cenderung untuk mengonsumsinya. nasi lalapan merupakan makanan yang banyak diminati semua kalangan sehingga memiliki potensi yang lebih tinggi dan akan lebih diterima oleh masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan analisa dapat disimpulkan bahwa konsumen nasi lalapan banyak dikonsumsi oleh laki-laki dengan rentang usia 17 – 25 tahun dan tengah menempuh pendidikan sebagai mahasiswa. Tingkat kesukaan konsumen terhadap makanan nasi lalapan PKL di Kelurahan Sumbersari Kota Malang berdasarkan karakteristik makanan yang pertama adalah rasa, diikuti oleh harga, nutrisi, kondimen sambal dan sayur lalap, dan tempat. Tingkat kepentingan konsumen terhadap makanan nasi lalapan PKL di Kelurahan Sumbersari Kota Malang berdasarkan karakteristik makanan yaitu rasa dan harga dianggap sebagai sangat penting, sedangkan tempat, nutrisi, dan kondimen sambal dan sayur lalap dianggap penting oleh responden.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut saran untuk peneliti selanjutnya untuk meneliti secara lebih mendalam dengan pendekatan kualitatif berkaitan dengan alasan konsumen mengkonsumsi nasi lalapan, sementara bagi pengusaha bidang makanan khususnya nasi lalapan dan masyarakat yang berkeinginan membuka usaha makanan bisa menentukan menu yang dijadikan sebagai andalan usaha makanannya dengan melihat urutan preferensi konsumen terhadap nasi lalapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnesty. (2017). Pengaruh Perbandingan Andaliman Dengan Batang Kecombrang dan Suhu Pengeringan Terhadap Mutu Bubuk Sambal Andaliman. *Universitas Sumatera Utara*. <https://docplayer.info/65138693-Pengaruh-perbandingan-andaliman-dengan-batang-kecombrang-dan-suhu-pengeringan-terhadap-mutu-bubuk-sambal-andaliman-skripsi-oleh.html>
- Aulia, F. P., Sardjono, A. B., & Sari, S. R. (2020). Analisa Activity Support yang Mendorong Perkembangan Sebuah Koridor (Studi Kasus: Jalan Tlogosari Raya Semarang). *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 4(2), 115. <https://doi.org/10.31848/arcade.v4i2.445>
- Fajriyah, Z. N. (2017). Preferensi Konsumen Terhadap Kuliner Jepang (Survei di Restoran Saboten Shokudo, Dieng Malang). <http://repository.um.ac.id/id/eprint/48439>
- Ghanimata, F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang. *Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, 1–54. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/viewFile/755/730>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasna, M. (2016). Perbedaan Pencucian Menggunakan Air Mengalir dan Menggunakan Teknik Blansir Terhadap Pertumbuhan Koloni Bakteri pada Lalapan Selada (*Lactuca Sativa L.*) di Warung Makan Kelurahan Jati Kota Padang. *Fakultas Kedokteran Universitas Andalas*, 1, 1–6. <https://doi.org/10.1086/513446.Iijima>
- Hendariningrum, R. (2018). Budaya dan Komunikasi Kesehatan (Studi Pandangan Kesehatan pada Masyarakat Sunda Dalam Tradisi Makan Lalapan). *Lugas Journal*, 2(1), 13–19. lugasjournal@stiami.ac.id
- Kautsar, R. C. (2012). Analisis Preferensi Konsumen Yoghurt My Healthy di Dramaga Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/56305>
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran : Sudut Pandang Asia*. PT. Indeks, Jakarta. Kotler, P., & Keller, K. 2008. *Marketing Management, Thirteenth Edition* (A. Maulana & W. Hardani (Eds.)). Penerbit Erlangga.
- Kucahyaningtyas, A. (2016). Preferensi Mahasiswa Dalam Mengonsumsi Makanan Indonesia Pada Program Studi Pendidikan Teknik Boga Universitas Negeri Yogyakarta. 117. <https://eprints.uny.ac.id/44284/>
- Mariana, R. R., Hidayati, L., & Sukopitojo, S. (2018). Consumer Preferences on “ Bakso Malang ” - Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 112(Iconhomeecs 2017), 202–207. <https://doi.org/10.2991/iconhomeecs-17.2018.47>
- Mariana, R. R., Nurjanah, N., & Issutarti. (2018). Potential Of Local Street Food Vendors To Support Malang City – Indonesia As A Creative City Of Gastronomy. *Proceedings of the 1st International Conference on Culinary, Fashion, Beauty, and Tourism Padang, West Sumatera, Indonesia*, 11–12. <https://www.atlantis-pers.com/article/25868921.pdf>

- Mariana, R. R., Susanti, E., Hidayati, L., & Wahab, R. A. (2020). Analysis of Peroxide Value , Free Fatty Acid , and Water Content Changes in Used Cooking Oil from Street Vendors in Malang. *International Conference on Life Sciences and Technology (ICoLiST)*, 6–11. <https://doi.org/10.1063/5.0002656>
- Maulidia. 2021. PREFERENSI GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH MEREK MAKANAN FAST FOOD DI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 9 (2) : 1-18
- Murdijati, Gardjito, & Wikandari, R. (2019). *Kuliner Pedas Indonesia, Cita Rasa Nikmat yang Selalu Memikat*. FORKOMKULINDO.
- Nursani, A. (2017). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Preferensi Sayur pada Siswa-siswi Kelas 4 dan 5 Madrasah Ibtidaiyah Pembangunan UIN Jakarta Tahun 2017. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream%0A/123456789/36390/1/Arina Muthia Nursani-FKIK.pdf%0A](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream%0A/123456789/36390/1/Arina%20Muthia%20Nursani-FKIK.pdf%0A)
- Rimastuti, W., Mariana, R. R., & Larasati, A. (2019). Analisis Perubahan Kandungan Asam Lemak Bebas pada Nasi Lalapan yang Menggunakan Minyak Goreng Berulang di Pedagang Kaki Lima Kota Malang. *Jurnal Teknologi, Kejuruan, Dan Pengajarannya*, 42(2), 170–178. doi: <http://dx.doi.org/10.17977/um031v42i22019p170-178>
- Santriwati, Zainuddin, A., & Meliahsari, R. (2020). Analisis Kadar Asam Lemak Bebas Minyak Goreng Jelantah yang Digunakan Penjual Makanan Jajanan Gorengan di Sepanjang Jalan H. Abd. Silondae Kecamatan Mandonga Kota Kendari Tahun 2020. *Jurnal Gizi Dan Kesehatan Indonesia*, 1(2), 57–64. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/gikes/article/view/17322>
- Sastrawan, I. W. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima di Pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ekonomi*, 5(1). <http://dx.doi.org/10.23887/Jjpe.V5i1.5084>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung, ALFABETA.
- Suhardjo. (1989). *Sosio Budaya Gizi*. Departemen Pendidikan dan kebudayaan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi Institut Pertanian Bogor.
- Syafii, I., Linggi, R. K., & Iskandar, E. (2018). Peran Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Pengaturan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Kutai Barat. *EJournal Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 171–184. [https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/11/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil\(11-30-17-08-42-46\).pdf](https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/11/01_format_artikel_ejournal_mulai_hlm_ganjil(11-30-17-08-42-46).pdf)
- Syukriyah, Lisnawaty, & Fithria. (2020). Analisis Kandungan Peroksida Minyak Goreng yang Digunakan Berulang Kali oleh Pedagang Gorengan di Jalan H.E.A Mokodompit Kota Kendari Tahun 2019. *Jurnal Gizi Dan Kesehatan Indonesia*, 1(1), 15–19. <http://ojs.uho.ac.id/index.php/gikes/article/view/12258>
- Tika, P. (2006). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Yunita, E. (2016). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen (Kasus Ozaizy Coffee N' Resto, Kota Bogor). <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jurnaltin/issue/view/683>