



**Jurnal
FADET UNUD**

Jurnal Pternakan Tropika

Journal of Tropical Animal Science

email: jurnaltropika@unud.ac.id



Submitted Date: September 16, 2025

Accepted Date: October 16, 2025

Editor-Reviewer Article: I Made Mudita & Wayan Sukanata

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK BABI GULING DI KABUPATEN BADUNG

Mat, B. K. P., B. R. T. Putri, Dan N. W. T. Inggriati

PS Sarjana Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Udayana, Denpasar, Bali

E-mail: kelvin.purnama126@student.unud.ac.id, Telp. +62 812-3880-2355

ABSTRAK

Persepsi konsumen merupakan tahapan yang mana seseorang memilih, menetapkan, serta menginterpretasikan informasi agar menghasilkan deskripsi yang berarti tentang suatu produk, dalam konteks makanan tradisional, persepsi ini meliputi rasa, tampilan, dan nilai budaya yang melekat pada makanan tersebut. Tujuan penelitian mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas, citarasa, tampilan, harga, pelayanan dan kebersihan lingkungan di rumah makan babi guling di kabupaten Badung. Penelitian dilakukan selama 2 bulan di lima warung babi guling di Kabupaten Badung. Responden penelitian adalah konsumen warung babi guling yang di pilih secara purposive sampling sebanyak 75 orang, dengan quota masing- masing rumah makan sebanyak 15 orang, metode yang di gunakan metode kuantitatif serta kualitatif. Temuan studi mengindikasikan jika kualitas produk memperoleh skor mean 4,22 yang tergolong klasifikasi baik, citarasa produk menghasilkan skor mean skor 4,35 dengan klasifikasi sangat baik, tampilan mendapatkan skor mean 4,30 yang tergolong klasifikasi sangat baik, harga memperoleh nilai rata-rata 3,97, lokasi menghasilkan skor mean 4,20 masuk klasifikasi baik, pelayanan mendapatkan skor 4,10 masuk kategori baik, dan kebersihan lingkungan mendapatkan skor mean 4,25 yang masuk klasifikasi sangat baik. Menurut temuan penelitian disimpulkan bahwa konsumen sangat puas terhadap kualitas, citarasa, tampilan, harga, lokasi, pelayanan, dan kebersihan lingkungan.

Kata kunci: persepsi, babi guling kualitas, citarasa

ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTIONS OF ROAST PORK PRODUCTS IN BADUNG REGENCY

ABSTRACT

Consumer perception is the stage where a person selects, determines, and interprets information to produce a meaningful description of a product, in the context of traditional food, this perception includes taste, appearance, and cultural values inherent in the food. The purpose

of this study is to determine consumer perceptions of quality, taste, appearance, price, service and environmental cleanliness in roast pork restaurants in Badung Regency. The study was conducted for 2 months in five roast pork restaurants in Badung Regency. The research respondents were consumers of roast pork restaurants selected by purposive sampling of 75 people, with a quota of 15 people for each restaurant, the methods used were quantitative and qualitative methods. The study findings indicate that product quality obtained a mean score of 4.22 which is classified as good, product taste produced a mean score of 4.35 with a very good classification, appearance obtained a mean score of 4.30 which is classified as very good, price obtained an average score of 3.97, location produced a mean score of 4.20 which is classified as good, service obtained a score of 4.10 which is classified as good, and environmental cleanliness obtained a mean score of 4.25 which is classified as very good. According to the research findings, it was concluded that consumers were very satisfied with the quality, taste, appearance, price, location, service, and environmental cleanliness.

Keywords: *perception, quality of suckling pig, taste*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan wilayah kepulauan yang mempunyai beragam suku serta ada. Satu diantara peninggalan budaya serta sosial yang sebagai komoditi utama ialah kuliner maupun makanan (Wulandari *et al.*, 2021). Makanan tidak sekedar berperan bagi pemeliharaan kesehatan, namun mempunyai peran sosial budaya yang bisa didistribusikan serta dipromosikan bagi kepentingan devisa negara. Varian makanan yang diproduksi dari sebuah negara bisa dimanfaatkan menjadi satu diantara tolak ukur tingginya kebudayaan sebuah wilayah. Indonesia menjadi wilayah yang berlimpah dari macam budaya termasuk makanan tradisional. Makanan tradisional ialah makanan yang didapat dari generasi ke generasi di setiap wilayah menyimpan keunikan tersendiri.

Varian makanan tradisional yang tersedia didampaki dari kondisi wilayah maupun kawasan tinggal serta tradisi yang tersimpan di daerah itu. Makanan tradisional ialah satu diantara bentuk budaya yang mempunyai keunikan di masing-masing wilayah, bervariasi, mempunyai langkah pembuatan khas di masing-masing wilayah serta menggambarkan peluang alam kawasan khusus (Ningsi, 2020). Terdapat sejumlah aspek yang mempengaruhi daya dorong pelanggan dalam merasakan makanan khas Bali, misalnya historis, tradisi makan, serta minum, penyajian yang khas.

Ada 2 faktor inti konsumen terdorong terhadap makanan khas Bali yaitu faktor kualitas makanan yang didampaki dari sejumlah variabel kandungan gizi, serta kandungan di makanan, formulasi makanan, langkah pembuatan, citarasa, serta aroma dari makanan, serta sub faktor yang

kedua ialah faktor penghidangan yang didampaki jelas dari segi porsi serta harga makanan dari variabel porsi makanan serta kelayakan harga makanan, faktor penataan serta kebersihan makanan. Disamping aspek demikian citarasa makanan yang diberikan, harga makanan minuman termasuk satu diantara aspek yang sebagai sumber perhitungan pendatang. Lalu memilih berbelanja dan mengonsumsi makanan pada restoran itu (Putri *et al.*, 2010). Kekayaan kuliner Indonesia meluas pada setiap pelosok wilayah, satu diantaranya yaitu Bali.

Makanan tradisional Bali begitu disenangi konsumen disebabkan langkah pembuatan juga cita rasa, yang unik, satu diantara makanan tradisional khas Bali yaitu babi guling. Babi guling merupakan makanan berbahan babi yang perutnya dipenuhi rempah-rempah serta sayuran semisal daun singkong secara langkah pengelolaannya dipanggang sembari diputar-putar (digulinggulingkan). Matangnya babi guling ditinjau berdasarkan pergantian warna kulit nantinya kecoklatan dari tekstur renyah. Setelah dipanggang babi guling dipotong-potong dan disajikan diatas piring. Biasanya potongan daging disajikan bersamaan dengan nasi, *lawar* (sayuran khas Bali yang terdiri dari sayur, daging dan kulit babi) sambal *embe* (sambal khas Bali), dan kerupuk. Babi guling mulanya dimanfaatkan menjadi bahan penghidangan di acara adat maupun upacara keagamaan, tetapi sekarang ini babi guling sudah didistribusikan menjadi menu apakah dari warung, rumah makan, hingga restoran.

Persepsi konsumen merupakan langkah yang mana seseorang memutuskan, menetapkan, serta menginterpretasikan informasi dalam membentuk deskripsi yang berarti tentang suatu produk, dalam konteks makanan tradisional, persepsi ini meliputi rasa, tampilan, dan nilai budaya yang melekat pada makanan tersebut. Kotler dan Keller (2016). Menurut peristiwa tersebutlah dianggap mesti melangsungkan studi guna mendapatkan informasi yang rinci terkait kuliner. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian dengan judul “Analisis persepsi konsumen terhadap produk babi guling di kabupaten Badung.” Penting untuk dilakukan guna pengembangan usaha kuliner babi guling di Bali.

MATERI DAN METODE

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang akan dipilih dalam studi ini yaitu penelitian survei. Metode yang nantinya diterapkan pada pengadaan studi ini yaitu metode kualitatif serta kuantitatif.

Berdasarkan observasi langsung lalu diperoleh banyak informasi bersumberkan responden serta diteruskan dengan pengisian kuesioner (Sugiyono, 2017).

Lokasi dan waktu penelitian

Studi ini dilaksanakan dari 5 warung babi guling di Kabupaten Badung dan studi ini dilaksanakan dalam 2 bulan sejak Februari - Maret Tahun 2025.

Populasi dan sampel penelitian

a. Populasi

Populasi pada studi ini yaitu setiap konsumen diantara lima warung babi guling di Kabupaten Badung, Bali.

b. Sampel

Sampel yang ditentukan secara purposive sampling dengan kriteria: 1) lima warung makan babi guling terfavorit yang paling sering dikunjungi oleh konsumen berdasarkan data pada website: <https://www.tripadvisor.com/> warung babi guling Karya Rebo Jl.Toyaning NO 7, Kedonganan, warung babi guling Dayu Kencani Jl Raya Kuta, warung babi guling Sari Dewi Pak Dobil Jl Srikandi No 9, Benoa, warung babi guling Jero Kawan Jl Raya Munggu No 6, Munggu, warung babi guling Krasan Jl Raya Krasan, Sedang, Abiansemal, Kab.Badung, Bali. 2) konsumen warung babi guling di Kabupaten Badung yang sedang melakukan pembelian babi guling. 3) pembeli telah berumur minimal 17 tahun. 4) dipilih sebanyak 75 orang responden, dengan kouta masing-masing rumah makan sebanyak 15 orang. Responden ditentukan secara metode *accidental sampling* ialah mewawancarai konsumen yang dengan tidak sengaja/insidental sedang membeli babi guling, memenuhi kriteria sebagai responden penelitian dan bersedia diwawancara.

Defenisi Operasional Penelitian

Definisi operasional penelitian yaitu keterangan variabel yang bisa dilaksanakan langsung berdasarkan tujuan penelitian agar bisa diamati serta diukur. Definisi operasional variabel pada studi ini Adalah

1. Persepsi Konsumen

Persepsi yaitu proses menerima, memahami, dan memberikan respon terhadap informasi yang diterima melalui panca indra. Terbentuknya persepsi melibatkan stimulus dari lingkungan oleh otak, sehingga menciptakan penilaian individu terhadap lingkungan/obyek yang sedang diamati.

2. Babi Guling

Babi guling adalah hidangan yang melibatkan proses memanggang seekor babi utuh setelah dibersihkan dan diisi dengan bumbu. Proses ini melibatkan pemanggangan di atas api sambil di putar-putar hingga matang sempurna di tandai dengan kulit yang berwarna kuning keemasan dan renyah.

3. Cita Rasa

Cita Rasa ialah tahapan pemutusan makanan serta minuman yang mesti dibandingkan antara rasa makanan serta minuman itu cita rasa ialah kelengkapan makanan serta minuman yang mencakup tampilan, aroma, rasa, tekstur, serta temperatur.

4. Penyajian

Penyajian merupakan hal penting dalam menarik minat konsumen dalam segi keindahan (estetika). Suatu produk makanan yang enak dan murah saja tidak akan lengkap jika tanpa tampilan atau cara penyajian yang menarik.

5. Harga

Harga merupakan uang yang nantinya ditukarkan dengan nilai guna suatu produk atau jasa. Dalam bauran harga Penetapan harga suatu produk harus tepat dan mempertimbangkan bagaimana persepsi konsumen terhadap harga dan hubungannya dengan keputusan pembelian.

6. Kualitas

Kualitas makanan ialah aspek yang begitu diinginkan dari pendatang, aspek tersebut begitu didampaki dari sejumlah variabel kandungan gizi makanan, komposisi, bahan makanan, langkah pembuatan makanan, citarasa, aroma serta tekstur dari makanan.

7. Pelayanan

Pelayanan merupakan sebuah langkah yang dilaksanakan berdasarkan maksud agar menghasilkan kepuasan untuk pelanggan.

8. Kebersihan Lingkungan

kebersihan ialah sebuah kondisi yang terlihat bersih, sehat serta indah. Lingkungan yang bersih ialah hal awal seluruh individu untuk mendapatkan Kesehatan pada kesehariannya.

Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Menurut jenis data yang dipilih pada studi ini yaitu: kualitatif serta kuantitatif.

b. Sumber Data

sumber data yang dipergunakan pada studi ini, yaitu

1. Data Primer

Data primer didapat dalam lapangan dari observasi lapangan, survei serta wawancara terstruktur secara memakai angket pada responden, menjadi bagian analisis. Pada studi ini, pengumpulan data dilaksanakan secara:

- a) Observasi ialah pengamatan langsung atas objek yang ingin di teliti.
- b) Wawancara serta pengisian angket yaitu melangsungkan tanya jawab dengan langsung kepada konsumen wisatawan pada warung babi guling.
- c) Dokumentasi yaitu menangkap gambar yang diperlukan ketika melangsungkan observasi ataupun wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat bersumberkan lembaga bersangkutan, laporan penelitian, bacaan, karya ilmiah, dokumentasi, ataupun data lain yang berhubungan terhadap studi ini. Pengumpulan data sekunder dilaksanakan secara studi pustaka, yang mana teknik tersebut diterapkan secara menghimpun sejumlah data pendukung studi yang didapat berdasarkan bacaan serta oleh lembaga bersangkutan semisal bersumberkan dinas daerah, sumber Pustaka, artikel, jurnal, fasilitas internet serta temuan studi sebelumnya.

Variabel Penelitian

Variabel yang ingin diamati pada studi ini yaitu kualitas, citarasa, tampilan, harga produk, pelayanan dan kebersihan lingkungan. Berikut adalah Tabel Variabel yang diamati.

Tabel 1 Variabel Parameter

No	Variabel	Parameter
1.	Kualitas	1. Produk segar dan bersih 2. Tidak membahayakan kesehatan 3. Produk higienis 4. Kualitas sesuai standar (ekspektasi) konsumen
2.	Citarasa	1. Memiliki rasa yang enak 2. Aromanya sedap menggugah selera 3. Teksturnya pas
3.	Tampilan	1. Penataan menarik 2. Menggugah selera 3. Porsi penyajian pas
4.	Harga	1. Harga sesuai dengan kualitas 2. Memiliki daya saing 3. Variasi harga produk babi guling
5.	Pelayanan	1. Pelayanan sopan dan ramah 2. Penampilan karyawan rapi dan bersih 3. Kemudahan dalam pembayaran 4. Free wifi
6.	Kebersihan lingkungan	1. Interiornya bersih 2. Tidak ada sampah yang berserakan di sekitar <i>restaurant</i>

Instrumen Penelitian

Instrumen yang dipakai dalam menguji studi ini yaitu melangsungkan pembagian angket secara memakai skala *likert*. Dalam menguji keabsahan ini dibutuhkan 2 model pengujian, ialah uji validitas (*test of validity*) serta uji keandalan (*test of reliability*) (Sugiyono, 2016). skala penelitian yang dipilih yaitu skala *Likert* yang mempunyai skor 1-5 bagi seluruh taraf opsi jawaban dipaparkan di bawah.

Tabel 2. Skala likert

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Netral	Baik	Sangat Baik

Teknik Pengumpulan Data

Data yang di perlukan pada studi ini menggunakan dua langkah ialah:

1. Wawancara dengan memakai kuesioner
2. Observasi dengan melakukan pengamatan langsung

Analisis Data

Teknik analisis data yang dipilih pada studi ini yaitu Analisis univariat ialah analisis yang dipakai dalam menganalisa variabel yang tersedia dengan deskriptif secara membentuk tabel distribusi frekuensi. Analisis ini bermaksud menerangkan maupun menggambarkan sifat seluruh variabel penelitian (Notoatmodjo, 2012).

Analisis ini dilakukan dengan menyajikan skor mean setiap indikator, kemudian di bandingkan dengan kategori penilaian yang telah ditentukan melalui skala interval. Dari rumus di bawah:

$$I = \frac{R -}{K}$$

Kategori penilaian dalam penelitian ini menggunakan skala liker 1-5. Skor minimum yaitu 1, serta skor maksimum yaitu 5, sehingga interval diperoleh sebesar:

$$1 = \frac{5-1}{5} = 0,8.$$

Berdasarkan perhitungan interval tersebut, dapat di tentukan batasan internal untuk penilaian persepsi konsumen sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Baik : 1,00 - 1,80
2. Tidak Baik : 1,81 - 2,61
3. Netral : 2,62 - 3,42
4. Baik : 3,43 - 4,23
5. Sangat Baik : 4,24 - 5,00

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut temuan wawancara yang dilaksanakan mayoritas responden babi guling ada di kisaran umur 26-35 tahun ialah sejumlah 43 individu (56.0%) data selengkapnya bisa ditinjau di Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	17-25	23	30.7%
2	26-35	43	56.0%
3	36-45	6	9.3%
4	>46	3	4.0%
Total		75	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Menurut temuan wawancara yang dilaksanakan mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki ialah sejumlah 44 orang 58.7% data selengkapnya bisa ditinjau di Tabel 4.

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Persentase%
1	Laki-laki	44	58.7%
2	Perempuan	31	41.3 %
Total		75	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Menurut temuan wawancara yang dilaksanakan mayoritas responden babi guling bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 24 orang (32.0%) data selengkapnya bisa ditinjau di Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Ibu rumah tangga (IRT)	5	6.7 %
2.	Pelajar/mahasiswa	14	18.7%
3.	PNS/POLRI/TNI	11	14.7 %
4.	Pegawai Swasta	24	32.0 %
5	Wiraswasta	21	28.0 %
Total		75	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat/ Daerah

Menurut temuan wawancara yang dilaksanakan mayoritas responden babi guling yang berasal dari luar Bali sebanyak 39 orang (52.0%) data diperoleh bisa ditinjau di Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat/Daerah

No	Asal Daerah	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Asli Bali	36	48.0%
2.	Luar Bali	39	52.0 %
Total		75	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mayoritas responden babi guling dengan kunjungan lebih dari 3 kali sebanyak 36 orang (48.0%) diperoleh bisa ditinjau di Tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan

No	Jumlah kunjungan	Jumlah (orang)	Persentase%
1	Pertama kali	31	41.3%
2	2 – 3 kali	8	10.7%
3	>3 kali	36	48.0%
Total		75	100%

Analisis persepsi konsumen terhadap produk babi guling di Kabupaten Badung yang diamati pada penelitian ini terdiri dari kualitas, citarasa, tampilan, harga, lokasi, pelayanan, dan kebersihan lingkungan. Berdasarkan hasil penilaian dari 75 orang responden terpilih

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

Berikut merupakan hasil analisis persepsi konsumen terhadap produk babi guling di Kabupaten Badung yang dilihat dari variabel kualitas produk berdasarkan hasil penilaian dari 75 orang responden terpilih.

Tabel 8. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

No	Pernyataan Kuesioner	STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)	Rata rata	Keterangan
1	Babi guling yang di jual dalam kondisi bersih dan segar	2	0	9	29	35	4,27	Sangat Baik
2	Mengkonsumsi babi guling tidak memiliki dampak negatif terhadap Kesehatan anda	1	1	16	25	32	4,15	Baik
3	Babi guling ini menggunakan bahan yang segar dan berkualitas	2	1	14	21	37	4,20	Baik
4	Kualitas babi guling yang dijual sesuai ekspektasi anda	2	2	8	25	38	4,27	Sangat Baik
Rata-rata							4,22	Baik

Keterangan: 1. STB (Sangat Tidak Baik), 2. TB (Tidak Baik), 3. N (Netral), 4. B (Baik), 5. SB (Sangat Baik).

Berdasarkan Tabel 8 analisis persepsi terhadap kualitas produk babi guling di Kabupaten Badung ada pada klasifikasi baik secara skor 4,22. Skor kepuasan tertinggi terdapat pada dua

aspek, yaitu babi guling yang di jual dalam kondisi bersih dan segar, serta kualitas babi guling yang dijual sesuai (ekspektasi) konsumen dengan skor 4,27 (Sangat Baik).

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Citarasa Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

Berikut merupakan hasil analisis persepsi konsumen terhadap produk babi guling di Kabupaten Badung yang dilihat dari variabel citarasa berdasarkan hasil penilaian dari 75 orang responden terpilih.

Tabel 9. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Citarasa Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

No	Pernyataan Kuesioner	STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)	Rata rata	Keterangan
1	Babi guling memiliki citarasa yang khas dan enak	1	0	9	20	45	4,44	Sangat Baik
2	Babi guling memiliki aroma yang khas, sedap, dan menggugah selera	0	2	9	25	39	4,35	Sangat Baik
3	babi guling memiliki tekstur yang garing, serta daging yang empuk	3	2	9	18	43	4,28	Sangat Baik
Rata-rata							4,35	Sangat Baik

Keterangan: 1. STB (Sangat Tidak Baik), 2. TB (Tidak Baik), 3. N (Netral), 4. B (Baik), 5. SB (Sangat Baik).

Berdasarkan Tabel 9 analisis persepsi konsumen terhadap citarasa babi guling di Kabupaten Badung pada dasarnya ada dalam klasifikasi sangat baik secara skor mean 4,35. Nilai kepuasan tertinggi terdapat pada aspek babi guling memiliki citarasa yang khas dan enak dengan skor 4,44 (Sangat Baik).

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Tampilan Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

Berikut merupakan hasil analisis persepsi konsumen terhadap produk babi guling di Kabupaten Badung yang dilihat dari variabel tampilan berdasarkan penilaian dari 75 orang responden terpilih.

Tabel 10. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Tampilan Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

No	Pernyataan Kuesioner	STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)	Rata- rata	Keterangan
1	Babi guling ini disajikan dengan penataan yang menarik	1	2	12	26	34	4,25	Sangat Baik
2	Tampilan babi guling mengunggah selera	0	3	5	28	39	4,37	Sangat Baik
3	Porsi penyajian pas sesuai dengan selera konsumen	0	2	12	23	38	4,29	Sangat Baik
Rata-rata							4,30	Sangat Baik

Keterangan: 1. STB (Sangat Tidak Baik), 2. TB (Tidak Baik), 3. N (Netral), 4. B (Baik), 5. SB (Sangat Baik).

Berdasarkan Tabel 10 analisis persepsi konsumen terhadap tampilan babi guling di Kabupaten Badung pada dasarnya ada pada klasifikasi sangat baik secara mean skor 4,30. Nilai kepuasan tertinggi terdapat pada aspek tampilan babi guling mengunggah selera, dengan skor 4,37 (Sangat Baik).

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Harga Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

Konsumen menyukai makanan secara harga yang terjangkau, aspek tersebut sesuai terhadap tujuan warung babi guling yang terdapat pada Kab.Badung yang memberikan harga menu makanan yang murah dan enak. Berikut merupakan penjelasan tentang analisis persepsi konsumen terhadap elemen harga yaitu harga yang terjangkau dan harga berdasarkan mutu. berdasarkan penilaian oleh 75 orang responden terpilih.

Tabel 11. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Harga Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

No	Pernyataan Kuesioner	STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)	Rata-rata	Keterangan
1	Harga per porsi babi guling sesuai dengan kualitas dan rasanya	0	3	20	22	30	4,05	Baik
2	Harga lebih murah dibandingkan dengan makanan lain dengan bahan yang sama	1	5	24	24	21	3,79	Baik
3	Terhadap beberapa variasi harga yang dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja	0	3	11	38	23	4,08	Baik
Rata-rata							3,97	Baik

Keterangan: 1. STB (Sangat Tidak Baik), 2. TB (Tidak Baik), 3. N (Netral), 4. B (Baik), 5. SB (Sangat Baik).

Berdasarkan Tabel 11 analisis persepsi konsumen terhadap harga babi guling di Kabupaten Badung pada dasarnya ada pada klasifikasi baik secara mean skor 3,97. Nilai kepuasan tertinggi terdapat pada aspek terhadap beberapa variasi harga yang dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja, dengan skor 4,08 (Baik).

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Lokasi Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

Lokasi dari suatu warung babi guling haruslah strategis dalam menarik konsumen indikator dari lokasi pada studi ini yaitu lokasi yang gampang diakses dan indikator yang kedua yaitu lokasi yang dekat dengan objek wisata. Berikut akan diuraikan lebih lanjut mengenai analisis persepsi onsumen terhadap lokasi yang mudah dijangkau dan lokasi yang dekat objek wisata berdasarkan penilaian dari 75 orang responden terpilih.

Tabel 12. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Lokasi Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

No	Pernyataan Kuesioner	STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)	Rata-rata	Keterangan
1	Lokasi mudah dijangkau	1	3	13	21	37	4,20	Baik
2	Dekat dengan objek wisata	1	2	13	23	36	4,21	Baik
Rata-rata							4,20	Baik

Keterangan: 1. STB (Sangat Tidak Baik), 2. TB (Tidak Baik), 3. N (Netral), 4. B (Baik), 5. SB (Sangat Baik).

Berdasarkan Tabel 12 analisis persepsi konsumen terhadap lokasi babi guling di Kabupaten Badung dari total secara keseluruhan ada pada klasifikasi baik secara skor 4,20. Nilai kepuasan tertinggi terdapat pada aspek dekat dengan objek wisata, dengan skor 4,21 (Baik).

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

Pelayanan adalah salah satu aspek penting dalam industri kuliner, termasuk dalam penjualan produk makanan babi guling di Kabupaten Badung. Berikut akan diuraikan lebih lanjut mengenai analisis persepsi konsumen terhadap pelayanan berdasarkan penilaian dari 75 orang responden terpilih.

Tabel 13. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

No	Pernyataan Kuesioner	STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)	Rata-rata	Keterangan
1	Pelayanan sopan dan ramah	0	3	11	28	33	4,21	Baik
2	Penampilan karyawan rapi dan bersih	0	3	12	28	32	4,19	Baik
3	Terdapat berbagai metode pembayaran yang memudahkan konsumen	0	3	15	28	29	4,11	Baik
4	Terdapat free wifi yang dapat dinikmati pelanggan	1	4	26	15	29	3,89	Baik
Rata-rata							4,10	Baik

Keterangan: 1. STB (Sangat Tidak Baik), 2. TB (Tidak Baik), 3. N (Netral), 4. B (Baik), 5. SB (Sangat Baik).

Berdasarkan Tabel 13 analisis persepsi konsumen terhadap pelayanan babi guling di Kabupaten Badung dengan komprehensif ada pada klasifikasi baik, secara mean 4,10. Skor kepuasan tertinggi terdapat pada aspek pelayanan sopan dan ramah, dengan skor 4,21 (Baik).

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kebersihan Lingkungan Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

Kebersihan lingkungan babi guling sangat penting untuk menjaga Kesehatan dan keamanan konsumen. Berikut akan diuraikan lebih lanjut mengenai analisis persepsi konsumen terhadap kebersihan lingkungan berdasarkan penilaian dari 75 orang responden terpilih.

Tabel 14. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kebersihan Lingkungan Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

No	Pernyataan Kuesioner	STB (1)	TB (2)	N (3)	B (4)	SB (5)	Rata- rata	Keterangan
1	Interior ruangan bersih dan menarik	0	1	17	22	35	4,21	Baik
2	Lingkungan disekitar restoran bersih dan menarik	0	2	11	25	37	4,29	Sangat Baik
Rata-rata							4,25	Sangat Baik

Keterangan: 1. STB (Sangat Tidak Baik), 2. TB (Tidak Baik), 3. N (Netral), 4. B (Baik), 5. SB (Sangat Baik).

Berdasarkan Tabel 14 analisis persepsi konsumen terhadap kebersihan lingkungan babi guling di Kabupaten Badung secara keseluruhan berada pada klasifikasi sangat baik, secara mean skor 4,25. Nilai kepuasan tertinggi terdapat pada aspek lingkungan disekitar restoran bersih dan menarik, dengan skor 4,29 (Sangat Baik).

Karakteristik Responden

Berlandaskan temuan studi yang sudah dilaksanakan ditemukan jika mayoritas konsumen babi guling berdasarkan usia ada di kisaran umur 26- 35 tahun ialah 43 individu (56.0%). Hal ini disebabkan karena kuliner babi guling memiliki cita rasa pedas yang mayoritas disukai oleh orang dewasa. Aspek tersebut berdasarkan temuan studi dari Widiadnyana, *et al.* (2017), yang menjelaskan bahwa panelis (responden) dewasa memberikan penilaian tertinggi pada babi guling dari babi Bali karena citarasa, aroma, dan tekstur yang lebih disukai.

Menurut temuan studi yang sudah dilaksanakan didapatkan jika sebanyak 39 orang berasal dari luar Bali, dan 36 orang berasal dari Bali. Hal ini menunjukkan bahwa kuliner babi guling bukan hanya diminati oleh konsumen lokal saja namun juga menjadi salah satu alternatif wisata kuliner bagi wisatawan yang berkunjung ke Bali.

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas, Citarasa, Tampilan, dan Harga Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas terhadap kualitas, citarasa, tampilan dan harga produk yang ditawarkan oleh warung babi guling di Kabupaten Badung

Kualitas produk memperoleh nilai rata-rata 4,22 konsumen menilai baik terhadap produk babi guling, karena bahan-bahan yang dipilih mempunyai kualitas yang baik. Aspek tersebut berjalan terhadap penelitian Supriyanto *et al.* (2021), menemukan bahwa konsumen cenderung

lebih berhati-hati dalam memilih makanan berdasarkan faktor keamanan dan higienitasnya. Nilai kepuasan tertinggi terdapat pada dua aspek yaitu babi guling yang dijual dalam kondisi bersih dan segar, dan yang ke dua adalah kualitas babi guling yang dijual sesuai standar secara skor 4,27, aspek tersebut menunjukkan jika standar makanan yang dijual sesuai standar kesehatan dan keinginan konsumen. Sementara nilai terendah terdapat pada aspek mengkonsumsi babi guling tidak memiliki dampak negatif terhadap kesehatan anda dengan skor 4,15 meskipun ada pada klasifikasi baik aspek tersebut mengindikasikan jika ada beberapa responden yang memiliki kekhawatiran terkait potensi resiko kesehatan dari makanan yang dikonsumsi. Selain itu aspek babi guling ini memakai banyak bahan yang segar serta berkualitas juga mendapatkan skor tinggi yaitu 4,20 yang mencerminkan kepercayaan pelanggan terhadap standar kualitas produk.

Citarasa mendapatkan mean skor 4,35 yang tergolong pada klasifikasi sangat baik karena memiliki aroma yang khas dan enak dan memiliki tekstur kulit yang garing serta daging yang empuk sehingga citarasanya menjadi enak. Temuan ini selaras terhadap temuan studi Wahyuni *et al.* (2020), yang menjelaskan jika tekstur merupakan salah satu elemen utama dalam kepuasan konsumen terhadap produk. Nilai tertinggi terdapat pada aspek babi guling memiliki citarasa yang khas dan enak dengan skor 4,44, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa sangat baik dengan rasa makanan yang enak dan sesuai keinginan responden. Sementara itu nilai terendah terdapat pada aspek babi guling memiliki tekstur yang garing, yaitu 4,28. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun babi giling memiliki rasa yang enak dan garing masih terdapat peluang untuk meningkatkan keunggulannya rasa makanan. Selain itu babi guling memiliki aroma yang khas, sedap, dan menggugah selera mendapatkan skor 4,35, yang mencerminkan aspek bau dan daya tarik sensorik makanan makanan sudah cukup menggugah selera bagi konsumen. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa citarasa produk sudah sudah dinilai sangat baik oleh responden, namun inovasi dalam meningkatkan rasa yang lebih unggul dapat menjadi strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari segi tampilan, hasil penelitian menunjukkan bahwa mean skor yang dihasilkan dari responden yaitu 4,30 yang masuk dalam kategori sangat baik karena tampilan yang disajikan dengan penataan yang menarik dan menggugah selera dan pas sesuai dengan selera konsumen. Faktor ini berperan penting dalam kepuasan pelanggan, karena porsi yang sesuai dengan harga dan ekspektasi meningkatkan nilai produk dalam persepsi konsumen (Rahman *et al.* 2022), nilai tertinggi terdapat pada aspek tampilan babi guling menggugah selera, dengan skor 4,37 yang tergolong klasifikasi sangat baik. Aspek tersebut mengindikasikan jika rata-rata responden

beranggapan sangat baik dengan tampilan porsi produk makanan yang disajikan. Sementara itu, nilai terendah terdapat pada aspek babi guling ini disajikan dengan penataan yang menarik, dengan skor 4,25. Meskipun pada klasifikasi sangat baik, hasil tersebut mengindikasikan jika masih ada ruang untuk meningkatkan presentasi visual produk agar lebih menarik bagi konsumen. Selain itu aspek, porsi penyajian pas sesuai dengan selera konsumen mendapatkan skor 4,29, yang mencerminkan bahwa sebagian besar responden menilai porsi penyajian sudah cukup memudahkan dalam penggunaan dan penyimpanan. Secara keseluruhan, tampilan produk dinilai sangat baik oleh responden, namun optimalisasi dalam aspek estetika penyajian dapat menjadi strategi untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan pelanggan lebih lanjut.

Harga produk memperoleh nilai dengan rata-rata 3,97 karena harganya lebih murah dibandingkan dengan makanan lain dengan bahan yang sama dan harga per porsi sesuai dengan kualitas dan rasanya. Menurut penelitian Susanto *et al.* (2018), faktor harga memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan, sehingga transparansi harga dan peningkatan kualitas produk dapat menjadi langkah yang tepat dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan. Secara keseluruhan, analisis persepsi konsumen terhadap kualitas, citarasa, tampilan dan harga produk babi guling di Kabupaten Badung berada dalam kategori sangat baik. Nilai tertinggi terdapat pada aspek terhadap beberapa variasi harga yang dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja, dengan skor 4,08 yang tergolong klasifikasi baik. Aspek tersebut mengindikasikan jika rata-rata responden beranggapan jika harga produk cukup ekonomis dan sesuai dengan daya beli mereka. Sementara itu, nilai terendah terdapat pada aspek harga lebih murah dibandingkan dengan makanan lain dengan bahan yang sama memperoleh skor 3,79, yang masih berada dalam kategori baik. Ini mengindikasikan bahwa meskipun harga lebih murah dibandingkan dengan makanan lain perlu peningkatan nilai tambah agar konsumen semakin yakin terhadap kesesuaian harga dengan produk yang diterima. Secara keseluruhan harga produk dianggap cukup kompetitif di mata pelanggan, dengan kecenderungan positif terhadap keterjangkauannya. Strategi seperti menjaga stabilitas harga dan meningkatkan persepsi nilai produk dapat membantu mempertahankan kepercayaan pelanggan serta daya saing di pasar.

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Lokasi, Pelayanan, dan Kebersihan Lingkungan Produk Babi Guling di Kabupaten Badung

Selain aspek produk, lokasi, pelayanan dan kebersihan lingkungan juga menjadi faktor penting dalam membangun kepuasan pelanggan.

Lokasi produk menghasilkan skor mean 4,20 yang masuk dalam klasifikasi baik karena lokasi mudah dijangkau dan dekat dengan objek wisata. Penelitian dari Wijayanti *et al.* (2021), menemukan jika aksesibilitas restoran menjadi satu diantara faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih tempat makan, karena lokasi yang mudah diakses meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Nilai tertinggi terdapat pada aspek dekat dengan objek wisata, dengan skor 4,21 yang masuk kategori baik. Ini menunjukkan bahwa ketersediaan tempat yang sangat strategis memberikan kemudahan bagi konsumen. Di sisi lain, nilai terendah terdapat pada aspek lokasi mudah dijangkau, dengan skor 4,20. Meskipun masih dalam kategori baik, ini mengindikasikan bahwa lokasi mudah dijangkau belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan. Sehingga bisa menjadi peluang untuk meningkatkan lokasi yang jelas dan mudah di akses.

Pelayanan produk di warung babi guling di Kabupaten Badung mendapatkan skor 4,10 yang masuk dalam kategori baik karena terdapat berbagai metode pembayaran yang memudahkan konsumen dan penampilan karyawan rapi dan bersih, serta terdapat free wifi yang dapat dinikmati pelanggan. Menurut penelitian Susanto *et al.* (2018), keberagaman metode pembayaran yang mudah dijangkau pelanggan berkontribusi langsung dengan peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen. Nilai tertinggi terdapat pada aspek pelayanan sopan dan ramah, dengan skor 4,21 yang tergolong klasifikasi baik. Demikian mengindikasikan jika pelayanan karyawan terhadap konsumen memberikan kenyamanan dalam bertransaksi. Selain itu nilai terendah dalam aspek terdapat free wifi yang dapat dinikmati pelanggan, dengan skor 3,89 meskipun dalam kategori baik, ini mengindikasikan bahwa fasilitas layanan wifi belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga bisa menjadi peluang untuk meningkatkan pelayanan fasilitas wifi di setiap restoran atau warung babi guling di Kabupaten Badung. Secara keseluruhan, analisis persepsi konsumen terhadap pelayanan produk sudah sangat positif, namun ada ruangan untuk perbaikan terutama pada aspek fasilitas wifi guna meningkatkan daya tarik konsumen saat belanja.

Kebersihan lingkungan di warung babi guling di Kabupaten Badung mendapatkan mean skor 4,25 yang tergolong klasifikasi sangat baik karena interior ruangan bersih dan menarik, dan lingkungan disekitar restoran bersih. Studi yang dilakukan oleh (Wahyuni, 2020), menemukan bahwa kebersihan ruang makan memiliki dampak langsung terhadap kenyamanan pelanggan dan persepsi kualitas restoran, sehingga peningkatan dalam standar kebersihan dapat berkontribusi pada citra positif restoran di mata pelanggan. Nilai tertinggi terdapat pada aspek lingkungan disekitar restoran bersih dan menarik, dengan skor 4,29. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas

responden menilai kebersihan di sekitar restoran sangat baik. Sementara itu, aspek interior ruangan bersih dan menarik mendapatkan skor 4,21 yang termasuk kategori baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil serta pembahasan yang sudah dijabarkan, jadi dapat ditarik kesimpulan diantaranya:

1. Konsumen menilai bahwa kualitas babi guling yang dijual di Kabupaten Badung memiliki kualitas yang baik, terutama dilihat dari aspek kebersihan dan kesegaran produk.
2. Konsumen menilai bahwa citarasa babi guling yang khas dan enak menjadi faktor utama yang membuat konsumen sangat puas.
3. Konsumen menilai bahwa babi guling yang dijual di Kabupaten Badung memiliki tampilan yang sangat baik.
4. Konsumen menilai bahwa harga babi guling di Kabupaten Badung sudah sesuai dengan kualitas dan porsi yang ditawarkan.
5. Konsumen menilai bahwa pelayanan yang diberikan pada warung babi guling yang ada di Kabupaten Badung berada pada kategori baik.
6. Konsumen menilai bahwa kebersihan lingkungan di warung babi guling di Kabupaten Badung berada pada kategori yang sangat baik.

Saran

Menurut temuan studi yang sudah dilaksanakan pada warung babi guling di kabupaten Badung, dapat disarankan:

1. Mempertahankan kualitas makanan yang dihidangkan menjadikan selalu disenangi pelanggan.
2. Memperhitungkan keterjangkauan harga serta membuat promo-promo dengan harga spesial untuk semakin menarik minat konsumen.
3. Menyediakan free wifi sebagai bentuk keunikan dari warung babi guling terhadap layanan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Izinkan peneliti mengungkapkan terimakasih untuk Rektor Universitas Udayana Prof. Ir. I Ketut Sudarsana, S.T., Ph. D, Dekan Fakultas Peternakan Dr. Ir. Dewi Ayu Warmadewi, S.Pt.,

M.Si. IPM., ASEAN.Eng, serta Koordinator Prodi Sarjana Peternakan Dr. Ir. Ni Luh Putu Sriyani, S.Pt., MP., IPU., ASEAN Eng., dari waktu serta fasilitas yang disediakan untuk peneliti dalam menjalani serta menyuudahi Pendidikan pada Prodi Sarjana Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Udayana.

DAFTAR PUSTAKA

- Arinawati, D. 2021. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan pegaruhnya terhadap loyalitas konsumen di restoran. *jurnal ilmu manajemen*, 215-230.
- Anisa, B. 2021. Persepsi masyarakat terhadap praktik pernikahan usia dini di Desa Lumbang Kecamatan Muara Uya Kabupaten Tabalong. [Http://jurnal.stiatabalong.ac.id./index.php/JAPB, 4, 1509-1518](http://jurnal.stiatabalong.ac.id./index.php/JAPB, 4, 1509-1518).
- Dilasari, E. M., G. Yosita. 2022. Pengaruh Citrasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3 25-42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Ferrinadewi, L. 2008. Dimensi citarasa dan faktor yang mempengaruhi citarasa *Jurnal Manajemen Vol 6*, Hal 26-34.
- Gede, S., I. W. Suberata, I.G.A.N Dananjaya. 2024. Community Perceptions Of Honey Bee Cultivation In Angkah Village, West Selemadeg Sub-District, Tabanan District. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 5621-5628. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.1.00414>
- Hartini, S. 2019. Pengaruh tampilan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen. *jurnal manajemen dan pemasaran*, 145-157.
- Hasan, P., M. Tyas 2013. *Teori Perilaku Konsumen*. Bojong Pekalogan, Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management. ISBN: 978-623-423-081-9
- Hariyanto, A. T., S. Wahyuni. J. Widodo. 2022. Pengaruh Citarasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelangan Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 16. No 1. 33-39. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22938>
- Hongdiyanto, C., A. Soraya, A. W. Suherman. 2020. Pengaruh promosi, citarasa, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk milkmo. *jurnal management dan start up bisnis*, vol 5, 233-241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>
- Johanna, C., L. J. Bacin. 2019. Hubungan karakteristik umur, jenis kelamin status perkawinan dengan aktivitas fisik dan aktivitas sosial lansia di wilayah kerja puskesmas padangmatinggi kota padangsidempuan. *jurnal seminar nasional teknologi informasi komputer dan sains*. Volume 1, No 1. ISSN 2655-9766. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>

- Krisna, I. W. 2023. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan. *jurnal Gastronomi Vol 4 Nomor 2*, 252-260.
- Machfoedz. M. 2017. Pengertian persepsi dan pengaruh persepsi. *jurnal ilmu komonikasi, volume 6*.
- Ngakan, M. Y., I. A. P. W. Sugianingrat, P. A. Purwaningrat. 2024. Pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian warung makan babi guling Dirr Gianyar. *Jurnal Manajemen dan Kewirusahaan, Vol.4 No.5*, 1012-1021. e-ISSN 2774-7085
- Putri, I. A., A. S. Sulistyawati, F. M. Suarka. 2010. Eksistensi dan esensi makanan tradisional Bali sebagai penunjang culinary tourism di Kabupaten Badung. *Analisis Vol. 10 No 1 Hal. 97*
- Putu, S. 2023. Pengaruh Lokasi Kualitas Pelayanan dan persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Babi Guling Pande Egi Gianyar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, vol 9*, 170-181. <https://doi.org/10.47329/jurnal mbe.v9i2.1155>
- Putri, T. 2017. Pengaruh persepsi dan perilaku konsumen terhadap kepuasan pelanggan di PT. Brani Lintas Samudera. *Jurnal manajemen dan bisnis Volume 6 Issue 2*, 216 - 230. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.5166>
- Putri, B. R. T., J. Hellyward, N. W. Siti, I. N. Ardika, A. Ratnasari, I. M. Londra, N. M. A. K. Dewi, dan M. Setiyani. 2022. Analisis Keputusan Pembelian Ayam KUB dalam Memenuhi Kebutuhan Upacara Adat dan Agama di Provinsi Bali. *Jurnal Peternakan Indonesia. Vol. 24 No. 1* <https://doi.org/10.25077/jpi.24.1.119-125.2022>
- Putri, B. R. T., N. M. A. K. Dewi, J. Hellyward, dan I. N. S. Utama. 2024. Factors influencing consumers decision to online repurchase fresh meat. *IOP conference series: Earth and environmental, Vol.1341 (issue 1), artikel 012097*. <https://doi.org/10.1088.1755-1315/1341/1/012097>
- Rizal, F. 2022. Efek lokasi, promosi, dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal management*. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i2.2934>
- Rahman, A., M. Putri. 2022. Pengaruh tampilan produk dan elektronik word of mouth terhadap keputusan pembelian pada E-commerce (studi kasus konsumen di PT. Gucci Ratu Textile kota cimahi). *jurnal ekonomi dan manajemen teknologi vol. 6 no. 2 2022, 6*, 249-266. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.633>
- Rofiq, F. A. 2015. Analisis persepsi pelajar tingkat menengah pada sekolah tinggi Agama islam Negeri Kudus, *jurnal penelitian pendidikan islam, vol 10. No 1 Hal 195- 196*. <https://doi.org/10.21043/edukasia.v10i1.791>
- Setianingtyas, E. 2020. Analisis sosial media marketing dan tampilan produk dalam meningkatkan penjualan produk pamos shop mojokerto. *Jurnal Manajemen Bisnis volume 17, No. 2, April 2020, 17*, 207-223. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2365>

- Supriyanto, C., M. Prasetyo. 2021. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungan Amurang. jurnal *Productivity*, Vol. 2 No. 1, 2021, 2, 69-72. <https://doi.org/47467/elmal.v2i2.473>
- Sukada, I. K., I. N. Kayana, dan G. Suarta. 2020. Hubungan keinginan konsumen terhadap kuliner di wilayah Nusa Dua, Kuta Selatan, Badung. *Majalah ilmiah peternakan*, Vol 23 No 2. 60-65. <https://doi.org/10.24843/MIP.2020.v23.i02.p03>
- Suarta, G. 2022. Breeder Behavior and Application towards Honeybee. *JOURNAL OF ALGEBRAIC STATISTICS*, 13, 4597-4605. <https://doi.org/10.53730/ijls.v7n3.14557>
- Sunada, I. N. 2023. Persepsi Pelanggan Terhadap Babi Guling Putra Celagi di Bagun Lemah Kabupaten Bangli. *Jurnal Gastronomi Indonesia* Vol. 11. No. 2, 15, 113-126. <https://doi.org/10.52352/jgi.v11i2.997>
- Susanto, P. 2018. Pengaruh faktor kepercayaan, promosi dan kemudahan akses pembelian terhadap minat beli konsumen website shopping online zalora. jurnal Prologi. volume 1. No 2 Hal. 555-560. <https://doi.org/10.24912/pr.v1i2.1987>
- Toha, H., J. Chalil. 2020. Pengertian persepsi dan faktor-faktor mempengaruhi Persepsi Jurnal Manajemen Vol 6. Hal 1-8.
- Tjiptono, F. 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. ISBN 978- 979-29-3046-7
- Utama, K. B. A., B. R. T. Putri., dan I. K. Sukada. 2022. Analysis of factors affecting tourist decisions in purchasing babi guling as Balinese culinary. Internasional journal of life sciences. Vol. 6 No. 2 <https://doi.org/10.53730/ijls.v6n2.6924>
- Wijayanti, A., B. Setiawan. 2021. Akseibilitas restoran sebagai faktor dalam pemilihan tempat makan oleh konsumen . *jurnal transportasi dan bisnis*, 76- 88.
- Wahyuni, S., A. Lestari. 2020. Lingkungan fisik restoran dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. *jurnal pariwisata dan perhotelan*, vol 2 203- 217.
- Wahyuni, S. 2020. Pegaaruh citarasa terhadap loyalitas konsumen di industri kuliner. *jurnal ekonomi kreatif*, 152-167.
- Wulandari, A., D. Wibawati, A. Prabhawati. 2021. Upaya Indonesia Untuk Mempromosikan Wisata Kuliner Sebagai Warisan Budaya Dunia. *Jurnal of Tourism And Creativity*. Volume 5, No. 1 Hal. 36-44. <https://doi.org/10.19184/jtc.v5i1.21108>