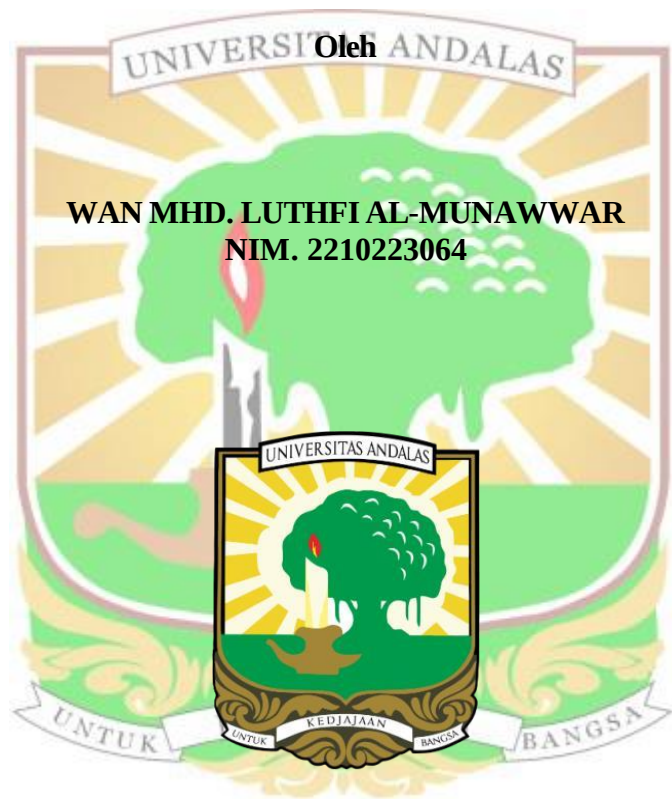


**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT
CITA RASA BUMBU RENDANG DI PASAR RAYA KOTA
PADANG**

SKRIPSI



Oleh
WAN MHD. LUTHFIAL-MUNAWWAR
NIM. 2210223064

Pembimbing I : Cipta Budiman, S.Si., M.M.

Pembimbing II : Dr. Devi Analia, S.P., M.Si.

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2026**

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT CITA RASA BUMBU RENDANG DI PASAR RAYA KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap atribut cita rasa (aroma, warna, rasa, dan tekstur) dari bumbu rendang *homemade* dan *sachet* di Pasar Raya Kota Padang, serta mengidentifikasi atribut cita rasa yang memberikan kontribusi tertinggi pada masing-masing jenis bumbu tersebut. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 48 orang yang berdomisili di Kota Padang dan telah membeli serta mencoba produk bumbu rendang *homemade* maupun *sachet*. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert dan dianalisis melalui perhitungan nilai rata-rata (mean) persepsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap setiap atribut cita rasa pada bumbu rendang *homemade* maupun *sachet* secara keseluruhan berada pada kategori tinggi. Pada bumbu rendang *homemade*, atribut warna memberikan kontribusi persepsi tertinggi dengan skor rata-rata akumulatif sebesar 4,00. Sebaliknya, pada bumbu rendang *sachet*, atribut tekstur memberikan kontribusi persepsi tertinggi dengan skor rata-rata akumulatif sebesar 3,93. Kesimpulannya, daya saing utama bumbu *homemade* mengandalkan warna alami dan rasa rempah autentik, sementara bumbu *sachet* lebih unggul pada kehalusan tekstur namun mendapatkan persepsi terendah pada atribut rasa akibat memudarnya keaslian rasa rempah.

Kata Kunci : Atribut Cita Rasa, Bumbu Rendang, *Homemade*, Persepsi Konsumen, *Sachet*

ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTIONS OF RENDANG SEASONING FLAVOR ATTRIBUTES IN PASAR RAYA PADANG CITY

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer perceptions of the sensory attributes (aroma, color, taste, and texture) of homemade and sachet rendang seasonings at Pasar Raya Kota Padang and to identify the sensory attribute that contributes most to each type of seasoning. The research employed a survey method with a quantitative descriptive approach. The sample was selected using a purposive sampling technique, comprising 48 respondents residing in Padang City who have purchased and tried both homemade and sachet rendang seasonings. Primary data were collected through the distribution of questionnaires with Likert-scale items and analyzed using mean score calculations. The results showed that the overall consumer perception of all sensory attributes for both homemade and sachet rendang seasonings falls into the "high" category. For the homemade rendang seasoning, the color attribute had the highest perceived value, with a cumulative mean score of 4.00. Conversely, for the sachet rendang seasoning, the texture attribute had the highest perceived value, with a cumulative mean score of 3.93. In conclusion, the competitive advantage of homemade seasoning heavily relies on its natural color and authentic spice flavor. Conversely, pre-packaged seasoning mix exhibits superior textural consistency, yet scores lowest in taste perception due to a loss of authentic spice profiles.

Keywords : Consumer Perception, Homemade, Rendang Seasoning, Sachet, Sensory Attributes

