

## **PENILAIAN KUALITAS JAJANAN PASAR TRADISIONAL DI HOTEL LORIN SENTUL BOGOR**

**Ravi Darunadwah Ashidiqi<sup>1</sup>, Tatik Sriwulandari<sup>2</sup>**

Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, darunadwahasidiqi@gmail.com

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, tsriwulandari@gmail.com

### **INFO ARTIKEL**

### **ABSTRACT**

Diterima  
13 Mei 2025

Disetujui  
11 Juni 2025

Tersedia Secara  
Online  
30 Juni 2025

*This study aims to analyze the quality of traditional market snacks at the Lorin Sentul Hotel Bogor and to determine guest interest in the product. The main problems found were the remaining market snacks after being served and complaints related to taste and texture. The method used was descriptive quantitative with data collection through questionnaires to 35 hotel guests. The evaluation included nine dimensions of quality, namely color, appearance, portion, shape, temperature, texture, aroma, level of maturity and taste. The results showed that guest assessments of market snacks provided by the Lorin Sentul Bogor Hotel obtained an average score of 3.07 based on the assessment of nine dimensions, which means that guests gave a positive rating because this number shows the assessment scale in the category of liking. The maturity level dimension received the highest score with an average of 3.17 while the color combination received the lowest score with an average of 2.99. Quality improvement can be focused on dimensions with values below the average, namely color with a value of 2.99, aroma and portion with values of 3.01 each. The recommendations given are supervision of the market snack production process and training for pastry department employees so that presentation can be more optimal.*

**Keywords:** *Food Quality, Traditional Market Snacks, Lorin Sentul Hotel Bogor, Traditional Culinary*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas jajanan pasar tradisional di Hotel Lorin Sentul dan mengetahui minat tamu terhadap produk tersebut. Permasalahan utama yang ditemukan adalah jajanan pasar yang tersisa setelah disajikan dan keluhan terkait rasa dan tekstur. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 35 tamu hotel. Evaluasi meliputi sembilan dimensi kualitas yaitu warna, tampilan, porsi, bentuk, suhu, tekstur, aroma, tingkat kematangan dan rasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian tamu terhadap jajanan pasar yang disediakan hotel Lorin Sentul Bogor memperoleh nilai rata-rata 3,07 berdasarkan penilaian sembilan dimensi yang artinya tamu menilai positif karena angka ini menunjukkan skala penilaian dalam kategori suka. Dimensi tingkat kematangan mendapat nilai tertinggi dengan rata-rata 3,17 sedangkan kombinasi warna mendapat nilai terendah dengan rata-rata 2,99. Peningkatan kualitas dapat difokuskan pada dimensi dengan nilai di bawah rata-rata yaitu warna dengan nilai 2,99, aroma dan porsi dengan nilai masing-masing 3,01. Rekomendasi yang diberikan yaitu pengawasan pada proses produksi jajanan pasar serta pelatihan bagi karyawan departemen agar penyajian dapat lebih optimal.

**Kata Kunci:** *Jajanan Pasar, Kualitas Makanan, Hotel Lorin Sentul, Kepuasan Tamu, Kuliner Tradisional, Penilaian Makanan*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Sektor kuliner memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan keunikan sebuah hotel. Beberapa tahun terakhir ini, permintaan akan makanan tradisional semakin meningkat, khususnya di industri perhotelan. Salah satu makanan tradisional yang paling diminati adalah jajanan pasar (Haryanto et al., 2019). Jajanan pasar merupakan berbagai makanan ringan atau kudapan yang biasa dijual di pasar tradisional (Aris et al., 2022). Saat ini, jajanan pasar tidak lagi hanya ditemukan di pasar tradisional, tetapi telah merambah hotel berbintang dan restoran mewah. Jajanan pasar memiliki potensi yang tinggi untuk menjadi salah satu pilihan menu unggulan di hotel. Kehadiran jajanan pasar dalam menu hotel dapat menjadi daya tarik tersendiri, khususnya bagi wisatawan mancanegara (Zrnić & Lončar, 2024). Selain itu, keberagaman rasa, tekstur, dan tampilan jajanan pasar memungkinkan hotel untuk menciptakan penyajian yang menarik dan inovatif bagi para tamu (Perić et al., 2022). Akan tetapi, meskipun jajanan pasar tradisional memiliki daya tarik tersendiri, kualitas dan penyajiannya di hotel seringkali kurang diperhatikan (Romero & Tejada, 2019). Banyak hotel yang masih mengutamakan menu internasional atau kuliner modern, sehingga jajanan pasar tradisional sering kali terabaikan. Hal ini dapat mengakibatkan hilangnya kesempatan untuk memperkenalkan kuliner khas daerah kepada tamu, serta hilangnya kesempatan tamu untuk mencicipi jajanan pasar yang unik (Yi et al., 2016). Penilaian kualitas jajanan pasar tradisional, khususnya di Hotel Lorin Sentul, Bogor, merupakan area penelitian penting yang mengintegrasikan berbagai dimensi, termasuk persepsi konsumen, kualitas makanan, dan dinamika pasar. Jajanan tradisional dicirikan oleh signifikansi budaya, nilai gizi, dan atribut sensoriknya, yang semuanya penting untuk penerimaan konsumen dan keberlanjutan pasar. Pasar tradisional sering kali mencerminkan sistem pangan lokal dan praktik budaya yang membentuk preferensi konsumen. Signifikansi makanan tradisional terletak pada manfaat kesehatan yang dirasakan dan dampak lingkungan yang positif, seperti yang dicatat oleh (Barska & Wojciechowska-Solis, 2018). Mereka menemukan bahwa konsumen sering mengasosiasikan makanan tradisional dengan kesehatan dan keberlanjutan lingkungan, yang memperkuat pentingnya atribut ini dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Hal ini digaungkan dalam temuan (Haryanto et al., 2019), yang menyoroiti bagaimana perilaku konsumen terhadap makanan tradisional dimoderasi oleh jenis produk, yang menunjukkan preferensi yang bervariasi berdasarkan karakteristik jajanan.

Lebih jauh, hubungan antara konsumen dan pasar makanan tradisional telah terbukti dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kesegaran, kualitas, dan rasa. (Arsil et al., 2018) menemukan bahwa indikator kualitas, termasuk kesegaran dan nilai gizi, sangat penting bagi konsumen pasar tradisional dibandingkan dengan mereka yang berada di pasar modern. Faktor-faktor ini secara signifikan memengaruhi preferensi konsumen dan perilaku pembelian, karena konsumen sering kali mengutamakan sumber lokal dalam hal pilihan camilan. Selain itu, integrasi praktik pasar tradisional dan modern sangat penting untuk beradaptasi dengan perubahan permintaan konsumen karena dapat melestarikan budaya kuliner nusantara. Menurut (Haryanto et al., 2019), koeksistensi pasar tradisional dengan tren modern telah bermanfaat dalam mempertahankan minat konsumen. Perspektif ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Gellynck et al., 2012), yang membahas pentingnya menyelaraskan produsen makanan tradisional dengan ekspektasi pasar modern sambil menjaga keaslian dan kualitas agar tidak hilang unsur lokal yang menjadi ciri khas makanan tradisional tersebut.

Sikap konsumen terhadap makanan ringan tradisional juga dibentuk oleh faktor sosial ekonomi, termasuk keterjangkauan dan aksesibilitas. Makanan merupakan bagian integral dari budaya suatu masyarakat. Di Indonesia, makanan ringan tradisional seperti keripik, kue basah, dan jajanan pasar sering dikaitkan dengan tradisi dan acara sosial. Norma dan nilai budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi memainkan peran penting dalam preferensi makanan konsumen. Konsumsi makanan ringan tradisional sering kali dilatarbelakangi oleh rasa nostalgia dan keinginan untuk melestarikan budaya lokal. Oleh karena itu perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka, seperti keluarga dan teman sebaya, serta kelompok referensi yang dapat menciptakan tekanan sosial untuk konsumsi produk tertentu, termasuk makanan

ringan tradisional (Setioningtyas & Wisnu, 2017).

Temuan dari penelitian (Vanhonacker et al., 2010) menekankan konotasi positif yang terkait dengan makanan tradisional di berbagai demografi, yang mengarah pada peluang pasar untuk mempromosikan makanan ringan lokal berkualitas tinggi. Selain itu, peran skema sertifikasi dan label makanan tradisional dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan kemauan untuk membayar makanan ringan berkualitas tinggi, seperti yang disoroti (Peulić et al., 2023). Salah satu peluang pasar makanan tradisional ini adalah dengan menjualnya di industri perhotelan.

Hotel Lorin Sentul merupakan salah satu hotel yang terletak di Sentul, Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Lorin Sentul merupakan hotel yang sedang berkembang pesat, dikenal dengan perpaduan fasilitas modern dan suasana tradisional Indonesia. Namun, dalam pasar perhotelan yang kompetitif, diperlukan upaya berkelanjutan untuk menjaga kepuasan tamu. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kualitas makanan tradisional, yaitu jajanan pasar. Jajanan pasar berpotensi menonjol sebagai sajian yang menarik jika disajikan dengan bahan-bahan berkualitas tinggi, penyajian yang menarik, dan cita rasa yang konsisten (Dewi et al., 2021). Penilaian kualitas jajanan pasar tradisional di Hotel Lorin Sentul Bogor memerlukan pendekatan komprehensif yang mempertimbangkan preferensi konsumen, kualitas produk, dinamika pasar, dan konteks sosial budaya. Dengan memprioritaskan faktor-faktor ini, jajanan pasar tradisional tidak hanya dapat mempertahankan signifikansi budayanya tetapi juga berkembang dalam lanskap makanan yang kompetitif. Pengamatan sementara yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa banyak jajanan pasar yang tersisa saat waktu penyajian di Hotel Lorin Sentul telah berakhir. Pada acara-acara yang diselenggarakan, baik rapat maupun prasmanan saat makan siang dan malam, jajanan pasar sering kali tersisa. Permasalahan tersebut muncul karena ada aspek-aspek yang kurang memuaskan bagi tamu. Kritik lisan telah disampaikan oleh pengunjung terhadap jajanan pasar yang disajikan di hotel Lorin Sentul. Beberapa kritik yang muncul dari pengunjung seperti, tampilan jajanan pasar kurang menarik, onde-ondanya agak keras, adonan pukisnya asam atau basi, dan talam ubi jalarnya terasa asin dan keras. Selain komentar negatif di atas kue jajanan pasar yang tersisa dapat meningkatkan *waste food* yang berdampak pada kerugian finansial hotel dimana persentase harga pokok makanan menjadi tinggi.

Mengacu pada permasalahan di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola hotel dalam mengembangkan menu kuliner yang tidak hanya menarik, tetapi juga berkualitas tinggi, serta mendukung pelestarian budaya kuliner lokal. Dengan demikian, jajanan pasar tradisional dapat menjadi salah satu daya tarik utama yang mendukung citra dan keberhasilan hotel dalam menarik dan mempertahankan tamu. Selain itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana kualitas jajanan pasar tradisional yang disediakan di Hotel Lorin Sentul dalam upaya meningkatkan sajian kulinernya kepada tamu sehingga bisa menjadi daya tarik tersendiri (Perić et al., 2022). Di sisi lain, limbah makanan (*waste food*) berdampak pada lingkungan lokal dengan meningkatnya volume limbah yang dihasilkan. Sejumlah hotel yang tidak mengelola limbah makanan dengan baik dapat menyebabkan masalah pencemaran. Sebagai contoh, laporan oleh Samsuddin dan kawan-kawan menunjukkan bahwa hampir 12% dari total makanan yang disiapkan di hotel berakhir sebagai limbah, yang sebagian besar berakhir di tempat pembuangan akhir (Samsuddin et al., 2022). Hal ini dapat merusak kualitas tanah dan air jika bahan organik terurai dan memberikan dampak negatif pada ekosistem lokal.

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian ini bertujuan untuk menilai kualitas jajanan pasar tradisional di Hotel Lorin Sentul Bogor dilihat dari 9 indikator *Product Quality* yaitu warna, tampilan, porsi, bentuk, suhu, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Kualitas Produk**

Di era yang ditandai dengan persaingan ketat dan preferensi konsumen yang berkembang

pesat, kualitas produk berfungsi sebagai landasan strategi bisnis dan penentu penting keberhasilan pasar. Menurut Ariella (2018), kualitas produk mencakup berbagai karakteristik yang memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang tersurat maupun tersirat. Di luar metrik tradisional pemilihan material dan kemampuan manufaktur, kualitas mencakup beberapa kriteria, termasuk keandalan, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika, dan konsep menyeluruh persepsi konsumen.

Kualitas tidak hanya berlaku untuk barang atau jasa, tetapi juga sangat relevan untuk produk makanan. Konsumen yang datang untuk mencari makanan tentu menginginkan produk yang berkualitas (Kotler, 2000). Kualitas produk merupakan karakteristik dari barang atau jasa yang mencerminkan kemampuannya untuk memenuhi janji atau ekspektasi dalam memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas makanan berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen; jika kualitas makanan meningkat, maka keputusan untuk membeli juga akan meningkat. Berikut adalah dimensi kualitas produk makanan yang dirangkum oleh Coelistia, dkk. (A. A. G. Coelestia & Isodarus, 2021) :

**1. Warna**

Warna merupakan atribut sensorik penting yang secara signifikan mempengaruhi persepsi konsumen dan daya tarik produk. Penelitian menunjukkan bahwa warna dapat membangkitkan respons emosional dan memengaruhi ekspektasi rasa bahkan sebelum dikonsumsi. Dalam industri makanan, warna-warna cerah dapat menunjukkan kesegaran dan daya tarik, sehingga memainkan peran penting dalam menarik konsumen.

**2. Penampilan**

Penampilan keseluruhan, yang merangkum faktor-faktor seperti bentuk, kilap, dan tekstur permukaan, sangat penting dalam penilaian awal konsumen. Produk yang dapat dimakan yang menarik secara visual lebih mungkin menarik pembelian, karena konsumen sering kali mengaitkan penampilan yang baik dengan kualitas yang unggul.

**3. Porsi**

Ukuran porsi merupakan dimensi penting lainnya yang memengaruhi kepuasan konsumen dan nilai yang dirasakan. Hubungan antara ukuran porsi dan pilihan konsumen telah didokumentasikan secara luas, yang menunjukkan kecenderungan di antara konsumen untuk menyamakan porsi yang lebih besar dengan kualitas yang lebih baik. Selain itu, preferensi budaya dan individu dapat secara signifikan menentukan ukuran porsi yang ideal.

**4. Bentuk**

Bentuk memainkan peran yang merangsang dalam pengalaman dan pembentukan preferensi konsumen. Bentuk yang inovatif atau tidak konvensional dapat membedakan produk dari pesaing, sehingga meningkatkan diferensiasi di pasar yang ramai. Bentuk yang sesuai dengan harapan konsumen sering kali menghasilkan evaluasi positif, karena menunjukkan keakraban dan kualitas.

**5. Suhu**

Suhu sangat penting dalam sektor makanan, yang memengaruhi sifat sensorik dan keamanan. Misalnya, makanan yang disajikan pada suhu optimal disajikan sebagai makanan segar dan menarik. Selain itu, suhu memengaruhi persepsi rasa: makanan yang dikonsumsi pada suhu yang salah dapat menyajikan rasa atau tekstur yang kurang optimal, yang mengarah pada evaluasi negatif.

**6. Tekstur**

Tekstur berkontribusi secara signifikan terhadap keseluruhan pengalaman makan. Tekstur mencakup sensasi fisik yang ditimbulkan selama konsumsi, seperti kerenyahan, kekenyalan, dan kekentalan. Tekstur juga dapat memengaruhi persepsi rasa dan merupakan penentu utama dalam perilaku konsumsi berulang.

**7. Aroma**

Aroma, yang sering disebut sebagai pendorong utama rasa, memainkan peran penting dalam evaluasi sensorik produk makanan. Studi menunjukkan bahwa aroma berinteraksi dengan rasa dan dapat secara signifikan meningkatkan persepsi keseluruhan terhadap kualitas produk. Aroma yang mengundang dapat menarik konsumen untuk mencoba suatu produk, sementara bau yang tidak sedap dapat menghambat pembelian.

**8. Tingkat Kematangan**

Pada banyak produk makanan, khususnya buah-buahan dan sayuran, tingkat kematangan sangat

penting dalam menentukan kualitas dan rasa. Misalnya, produk yang terlalu matang atau kurang matang tidak hanya akan memengaruhi rasa tetapi juga dapat berdampak buruk pada standar kualitas suatu merek. Dengan demikian, pemasok harus memastikan bahwa produk sampai ke konsumen pada tingkat kematangan yang optimal.

#### 9. **Rasa**

Rasa, yang bisa dibidang merupakan atribut paling penting dari sudut pandang konsumen, mengintegrasikan semua dimensi yang disebutkan di atas menjadi pengalaman sensorik yang kohesif. Keseimbangan rasa, termasuk rasa manis, asam, pahit, dan umami, sangat memengaruhi preferensi dan kepuasan konsumen. Kualitas produk makanan yang dipersepsikan pada akhirnya berlabuh pada rasa, yang menggarisbawahi perannya yang sangat penting dalam evaluasi konsumen.

### **Jajanan Pasar**

Jajan pasar, istilah yang dikenal luas dalam budaya kuliner Indonesia, mengacu pada berbagai makanan ringan tradisional yang biasanya dijual di pasar lokal. Frasa tersebut diterjemahkan menjadi "makanan ringan pasar" dan mencakup berbagai makanan lezat yang menunjukkan kekayaan warisan pertanian dan kuliner Indonesia. Tulisan ini bertujuan untuk mendefinisikan jajan pasar melalui referensi yang disintesis yang menggarisbawahi makna dan variasinya.

#### **Definisi dan Karakteristik Jajan Pasar:**

Jajan pasar mengacu pada berbagai macam makanan ringan yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, yang sering kali dicirikan oleh keterjangkauan dan variasinya. Istilah ini mencakup makanan yang terbuat dari bahan-bahan yang bersumber secara lokal, yang mencerminkan keragaman pertanian Indonesia. Makanan ini biasanya ditemukan di pasar lokal, yang menekankan aksesibilitasnya terhadap masyarakat yang lebih luas. Selain itu jajanan pasar adalah istilah dalam budaya kuliner Indonesia untuk berbagai jajanan tradisional yang biasanya dijual di pasar tradisional atau oleh pedagang keliling. Jajanan pasar mencerminkan kekayaan dan keragaman kuliner nusantara, yang menampilkan keragaman sumber daya alam dan tradisi kuliner dari berbagai daerah di Indonesia (A. Coelestia & Isodarus, 2021). Karakteristik jajanan pasar meliputi variasi yang luas dalam bentuk, rasa, tekstur, dan penyajian, menggunakan bahan-bahan lokal seperti ketan, kelapa, gula aren, dan umbi-umbian. Secara historis, jajanan pasar lebih dari sekadar makanan; jajanan pasar merupakan bagian penting dari ritual tradisional, perayaan, dan interaksi sosial sehari-hari masyarakat Indonesia.

Purnomo dkk. membahas bagaimana makanan ringan tertentu yang memanfaatkan spesies *Dioscorea* merupakan bagian integral dari praktik budaya lokal, yang tidak hanya berfungsi sebagai makanan pokok tetapi juga berperan dalam ritual tradisional yang terkait dengan jajan pasar (Purnomo et al., 2013). Wawasan ini menunjukkan bagaimana jajan pasar berfungsi sebagai perlengkapan budaya, yang mengaitkan makanan dengan praktik masyarakat. Selain itu, makanan ringan dijelaskan secara rinci oleh Ardana dkk., mewakili dimensi lain dari jajan pasar, yang menyoroti variasi regional dalam makanan ringan tradisional dimana bahan-bahan dan teknik lokal membentuk identitas jajan pasar (Ardana et al., 2024). Makanan ringan tersebut tidak hanya memenuhi kebutuhan makanan tetapi juga berfungsi sebagai artefak budaya yang mencerminkan tradisi kuliner lokal. Pengertian jajan pasar tidak hanya terbatas pada makanan; jajan pasar juga mengandung simbolisme budaya dan identitas komunitas. Alfayanti dkk. menyoroti makna simbolis yang terkait dengan jajan pasar dalam ritual budaya, yang menggambarkan bagaimana makanan ini mewakili karakteristik manusia dan nilai-nilai komunitas (Alfayanti et al., 2017). Makanan yang terkait dengan ritual dan perayaan menunjukkan warisan budaya yang mengakar kuat di seputar jajan pasar, yang terkait dengan pertemuan dan praktik komunal yang bertujuan untuk menumbuhkan kohesi sosial.

Jajan pasar tidak hanya berfungsi sebagai berbagai makanan ringan tradisional, tetapi juga sebagai representasi kekayaan budaya Indonesia. Jajan pasar mencerminkan praktik pertanian lokal,

interaksi sosial, dan variasi regional. Analisis yang disajikan menunjukkan bahwa memahami jajan pasar memerlukan pendekatan multifaset yang mempertimbangkan karakteristik kuliner dan signifikansi budayanya.

Jenis Jajanan Pasar mencakup berbagai macam jajanan tradisional Indonesia, masing-masing dengan karakteristik dan asal yang unik. Kategori utama jajanan pasar meliputi jajanan berbahan dasar beras dan ketan seperti lempeng, lontong, dan kue putu; jajanan berbahan dasar tepung seperti kue lapis dan risoles; jajanan berbahan dasar akar-akaran seperti getuk dan timus; dan berbagai jenis kue basah seperti klepon dan nagasari. Ada pula kategori panganan goreng seperti pisang goreng dan bakwan, serta minuman tradisional seperti es cincau dan wedang ronde. Setiap jenis panganan pasar memiliki cita rasa, tekstur, dan cara penyajian yang khas, yang sering kali berkaitan erat dengan tradisi kuliner dan preferensi daerah asalnya (Ardana et al., 2024).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis kualitas jajanan pasar yang ditawarkan di Hotel Lorin Sentul Bogor dalam persepsi tamu. Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur sembilan dimensi kualitas makanan, yaitu warna, tampilan, porsi, bentuk, suhu, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa. Hasil analisis deskriptif ini akan memberikan informasi yang berguna untuk mengetahui potensi jajanan pasar tradisional di Hotel Lorin Sentul, tanpa menguji hubungan antar variabel (Sugiyono., 2022).

Populasi dan sampel dalam penelitian ini akan difokuskan pada pihak-pihak yang memiliki peran penting dalam penyediaan dan penilaian kualitas jajanan pasar di Hotel Lorin Sentul. Populasi penelitian ini meliputi seluruh tamu yang pernah mencicipi atau mencicipi jajanan pasar di Hotel Lorin Sentul Bogor yang lokasinya berada di Jl. Tol Jagorawi No.Km.32, Sentul, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16810.

Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yang bertujuan untuk memilih responden yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait dengan jajanan pasar. Sebanyak 35 orang tamu dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mereka yang telah menilai dan merasakan sendiri kualitas jajanan pasar yang ditawarkan di Hotel Lorin Sentul dan diminta pendapatnya melalui kuesioner. Jumlah panelis ditentukan berdasarkan referensi (Kartika, 2016) bahwa 30 hingga 50 panelis konsumen dapat memberikan data yang cukup untuk analisis sensori, khususnya ketika menguji preferensi produk baru atau mengevaluasi atribut tertentu dari makanan. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengecek validitas dan reliabilitas kuesioner. Validitas memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar mengukur apa yang ingin diukur, sedangkan reliabilitas mengukur konsistensi hasil yang diperoleh dari kuesioner (Creswell & Poth, 2016). Hasil temuan dari analisis akan disusun dalam bentuk tabel yang terstruktur. Peneliti akan menyajikan data dalam format yang mudah dipahami, dan memberikan interpretasi terhadap hasil yang diperoleh untuk mendukung simpulan penelitian (Sugiyono., 2022).

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah rata-rata (mean), yang merupakan teknik untuk menjelaskan kelompok berdasarkan nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Mean adalah cara untuk mengukur lokasi pusat pada indikator atau data dengan skala minimal atau rasio, di mana jumlah seluruh nilai dibagi dengan jumlah anggota atau objek yang diamati. Untuk mengetahui nilai rata-rata jawaban responden dalam penelitian ini, yang menggunakan skala Likert 1 sampai 4, dapat dihitung dengan menggunakan interval kelas. Formula untuk menghitung interval kelas adalah sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

Dari skala Likert yang digunakan (1 hingga 4), maka perhitungan interval kelasnya adalah:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Dengan hasil interval kelas 0,75, dapat disimpulkan bahwa jarak antara setiap interval kategori

adalah 0,75. Berdasarkan perhitungan interval kelas ini, kategori jawaban responden dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 1. Kategori Interval Jawaban Responden

Interval	Kategori
1,00 – 1,74	Sangat Tidak Suka
1,75 – 2,49	Tidak Suka
2,50 – 3,24	Suka
3,25 – 4,00	Sangat Suka

Sumber : Olah data penelitian, 2025

### Variabel Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas produk makanan, yang merupakan variabel utama dalam studi ini. Kualitas produk makanan diukur melalui beberapa indikator yang mencerminkan berbagai aspek penting dari makanan itu sendiri. Indikator kualitas produk terdiri dari sembilan aspek utama: warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan dan rasa (Arianto & Difa, 2020; Mahira et al., 2021). Kesembilan indikator ini saling melengkapi untuk menciptakan produk berkualitas yang memuaskan pelanggan (Hikmah et al., 2024).

Tabel 1. Variabel Produk dan Indikatornya

Variabel	Indikator	Deskripsi
<b>Kualitas Produk (Jajanan Pasar)</b>	Warna	Mengamati kombinasi warna bahan makanan yang menarik dan harmonis untuk meningkatkan selera makan.
	Penampilan	Menilai presentasi makanan, apakah terlihat rapi dan mengundang selera.
	Porsi	Memastikan ukuran porsi sesuai standar dan memadai bagi konsumen.
	Bentuk	Mengamati bentuk makanan apakah bervariasi dan menarik untuk dinikmati.
	Temperatur	Menilai suhu makanan saat disajikan, apakah sesuai dan menyenangkan bagi konsumen.
	Tekstur	Menggambarkan tingkat kelembutan, kekenyalan, atau kerenyahan dari produk sesuai jenisnya.
	Aroma	Mengamati bau makanan sebelum dicicipi untuk mengetahui apakah menarik bagi konsumen.
	Tingkat Kematangan	Menilai apakah makanan dimasak dengan baik, sehingga menghasilkan rasa yang optimal.
	Rasa	Mengukur harmoni antara rasa manis, asin, gurih, atau asam yang dihasilkan oleh bahan-bahan utama, serta kestabilannya meskipun dibuat dalam jumlah banyak atau dalam periode waktu yang berbeda.

Sumber: Coelestia & Isodarus (2021)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Profil responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status kunjungan tamu, frekuensi kunjungan tamu, lama menginap dan tujuan tamu menginap dengan penjabaran dalam tabel-tabel sebagai berikut:

**Tabel 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki laki	17	48.57%
Perempuan	18	51.43%
Total	35	100%

Sumber : Olah data penelitian, 2025

Demografi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebanyak 18 responden (51.43%) perempuan, sedangkan 17 responden (48.57%) laki-laki.

**Tabel 3. Responden Berdasarkan Persebaran Usia**

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
<18 Tahun	4	11.43%
18-25 Tahun	24	68.57%
26-35 Tahun	7	20%
Total	35	100%

Sumber : Olah data penelitian, 2025

Rentang usia responden berada dalam kelompok usia 18-25 tahun, dengan persentase 68.57% (24 orang). Kelompok usia 26-35 tahun menyumbang 20% (7 orang), sementara hanya 11.43% (4 orang) yang berusia di bawah 18 tahun. Persebaran ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung Lorin Sentul Hotel adalah kelompok usia muda yang mungkin lebih aktif berlibur.

**Tabel 4. Persebaran Tingkat Pendidikan**

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (%)
Diploma	3	8.57%
SMA/SMK	22	62.86%
SMP	1	2.86%
Sarjana	7	20.00%
Pasca Sarjana	2	5.71%
Total	35	100%

Sumber : Olah data penelitian, 2025

Tingkat pendidikan responden menunjukkan keberagaman latar belakang pendidikan, dengan sebagian besar berpendidikan SMA/SMK sebanyak 22 orang (62.86%). Sebanyak 7 orang (20.00%) memiliki pendidikan sarjana, sementara 3 orang (8.57%) memiliki pendidikan diploma. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan menengah atas, yang mungkin mempengaruhi cara pandang mereka terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh hotel.

**Tabel 5. Persebaran Responden Status Kunjungan**

Status Pengunjung	Jumlah Responden	Persentase (%)
Tamu Menginap	15	42,86%
Pertama Kali	12	34,29%
Pengunjung Harian	8	22,86%
Total	35	100%

Sumber : Olah data penelitian, 2025

Data yang diperoleh menunjukkan status kunjungan tamu yaitu sebanyak 15 responden (42,86%) merupakan tamu yang menginap di Lorin Sentul Hotel, diikuti oleh 12 responden (34,29%) yang

merupakan pengunjung pertama kali, dan 8 responden (22,86%) adalah pengunjung harian. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung adalah tamu yang menginap, sementara pengunjung pertama kali dan harian membentuk kelompok yang lebih kecil.

**Tabel 6. Persebaran Responden Frekuensi Kunjungan**

Frekuensi Kunjungan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1-3 kali	30	85.71%
4-6 kali	3	8.57%
Lebih dari 6 kali	2	5.71%
Total	35	100%

Sumber : Olah data penelitian, 2025

Frekuensi kunjungan responden di Lorin Sentul Hotel sebagian besar berkisar antara 1-3 kali, dengan jumlah 30 orang (85.71%). Hanya sedikit responden yang mengunjungi lebih dari 6 kali (2 orang, 5.71%) atau 4-6 kali (3 orang, 8.57%). Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden merupakan pengunjung yang datang secara sporadis, bukan pengunjung rutin.

**Tabel 7. Persebaran Responden Berdasarkan Lama Menginap**

Lama Menginap	Jumlah Responden	Persentase (%)
1 malam	24	68.57%
2-3 malam	6	17.14%
Lebih dari 5 malam	5	14.29%
Total	35	100%

Sumber : Olah data penelitian, 2025

Berdasarkan lama menginap, mayoritas responden, yakni 24 orang (68.57%), menginap selama 1 malam, sementara 6 orang (17.14%) menginap antara 2-3 malam dan 5 orang (14.29%) lebih dari 5 malam. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung lebih memilih menginap dalam waktu singkat, mungkin untuk keperluan liburan singkat atau perjalanan bisnis.

**Tabel 8. Persebaran Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan**

Tujuan Kunjungan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Liburan	28	80.00%
Bisnis	6	17.14%
Acara Keluarga	2	5.71%
Total	35	100%

Sumber : Olah data penelitian, 2025

Sebagian besar responden, sebanyak 28 orang (80.00%), mengunjungi Lorin Sentul Hotel untuk tujuan liburan. Sebanyak 6 orang (17.14%) datang untuk tujuan bisnis dan 2 orang (5.71%) untuk acara keluarga. Ini menunjukkan bahwa hotel ini lebih banyak dikunjungi untuk tujuan rekreasi dan relaksasi, meskipun ada juga pengunjung yang datang dengan tujuan profesional atau acara pribadi.

## Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan-pernyataan pada kuesioner tersebut mampu mengukur apa yang diinginkan dalam penelitian. Validitas diukur dengan menggunakan korelasi Pearson untuk setiap pertanyaan dalam kuesioner. Apabila nilai signifikansi korelasi Pearson di bawah 0,05, maka data dianggap valid. Sebaliknya apabila nilai signifikansi di atas 0,05, maka data dianggap tidak valid.

**Tabel 9. Hasil Tes Validitas**

Indicator	R	Sign.	Limit	Description
	Count			
X1.1	0.662	0.000	0,05	Valid.
X1.2	0.620	0.000	0,05	Valid.
X2.1	0.673	0.000	0,05	Valid.
X2.2	0.662	0.000	0,05	Valid.
X3.1	0.620	0.000	0,05	Valid.
X3.2	0.673	0.000	0,05	Valid.
X4.1	0.706	0,000	0,05	Valid.
X4.2	0.381	0,000	0,05	Valid.
X5.1	0.455	0,000	0,05	Valid.
X5.2	0.706	0,000	0,05	Valid.
X6.1	0.381	0,000	0,05	Valid.
X6.2	0.455	0,000	0,05	Valid.
X7.1	0.706	0,000	0,05	Valid.
X7.2	0.381	0,000	0,05	Valid.
X8.1	0.455	0,000	0,05	Valid.
X8.2	0.706	0,000	0,05	Valid.
X9.1	0.381	0,000	0,05	Valid.
X9.2	0.455	0,000	0,05	Valid.

Sumber: Olah data penelitian, 2025

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua indikator yang diuji dapat dikatakan valid, karena semua indikator menunjukkan angka di atas 0,05.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode yang dikenal dengan nama Cronbach's Alpha. Apabila nilai Cronbach's alpha melebihi 0,7, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 10. Hasil Test Reliabilitas**

Indicator	Cronbach alpha	Description
Warna	0,907	Reliabel
Porsi	0,860	Reliabel
Penampilan	0,910	Reliabel
Bentuk	0,927	Reliabel
Temperature	0,860	Reliabel
Tekstur	0,910	Reliabel
Aroma	0,927	Reliabel
Tingkat Kematangan	0,860	Reliabel
Rasa	0,910	Reliabel

Sumber: Olah data penelitian, 2025

Berdasarkan hasil analisis, semua indikator yang diuji memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7 yang menunjukkan bahwa instrumen dalam penelitian ini reliabel. Misalnya, indikator Warna memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0,907 yang berarti sangat reliabel. Begitu pula dengan indikator lainnya, seperti Porsi, Penampakan, Bentuk, Suhu, Tekstur, Aroma, Tingkat Kematangan, dan Rasa semuanya menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik.

## Statistik Deskriptif

Berikut adalah tabel hasil analisis data penelitian menggunakan statistik deskriptif dengan perhitungan nilai rata-rata dan simpangan baku masing-masing indikator jawaban responden yang mengisi kuesioner di Hotel Lorin Sentul.

**Tabel 11. Tabel Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics							
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
X11	35	2,00	4,00	104,00	2,9714	,10440	,61767
X12	35	2,00	4,00	105,00	3,0000	,10042	,59409
X21	35	2,00	4,00	106,00	3,0286	,12626	,74698
X22	35	2,00	4,00	110,00	3,1429	,10957	,64820
X31	35	2,00	4,00	106,00	3,0286	,10440	,61767
X32	35	2,00	4,00	105,00	3,0000	,13597	,80440
X41	35	2,00	4,00	107,00	3,0571	,10802	,63906
X42	35	2,00	4,00	108,00	3,0857	,13203	,78108
X51	35	2,00	4,00	109,00	3,1143	,10668	,63113
X52	35	2,00	4,00	107,00	3,0571	,12927	,76477
X61	35	2,00	4,00	106,00	3,0286	,11942	,70651
X62	35	2,00	4,00	109,00	3,1143	,12815	,75815
X71	35	2,00	4,00	111,00	3,1714	,12626	,74698
X72	35	2,00	4,00	100,00	2,8571	,10957	,64820
X81	35	2,00	4,00	112,00	3,2000	,11450	,67737
X82	35	2,00	4,00	109,00	3,1143	,11429	,67612
X91	35	2,00	4,00	110,00	3,1429	,11698	,69209
X92	35	2,00	4,00	107,00	3,0571	,11554	,68354
Valid N (listwise)	35						

Sumber: Olah data penelitian (2025)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif kualitas jajanan pasar di Hotel Lorin Sentul, seluruh aspek yang diukur memperoleh nilai rata-rata antara 2,8571 sampai dengan 3,2000 yang masuk dalam kategori “Suka” sesuai interval kategori yang telah ditetapkan. Penilaian ini meliputi berbagai aspek seperti warna, tampilan, porsi, bentuk, suhu, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa jajanan pasar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan cukup positif, meskipun tidak semuanya mencapai kategori “Sangat Suka”. Nilai simpangan baku berkisar antara 0,59409 sampai dengan 0,80440 yang menunjukkan adanya variasi pendapat responden pada masing-masing aspek.

**Tabel 12. Hasil Penilaian Rata-rata 9 Dimensi Kualitas Jajan Pasar Hotel Lorin Sentul**

Dimensi	Nilai Rata-Rata	Kategori
Warna	2.99	Suka
Penampilan	3.09	Suka
Porsi	3.01	Suka
Bentuk	3.07	Suka
Temperatur	3.09	Suka
Tekstur	3.07	Suka
Aroma	3.01	Suka
Tingkat Kematangan	3.16	Suka
Rasa	3.10	Suka

Sumber: Olah Data Penelitian (2025)

Pada aspek warna diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,99 yang menunjukkan bahwa perpaduan

dan keserasian warna sudah cukup menarik, meskipun ada sebagian responden yang menilai bahwa warna jajanan pasar dapat lebih diserasi lagi atau sesuai dengan yang diharapkan. Aspek penampilan makanan memiliki nilai rata-rata 3,09, yang berarti responden secara umum menilai penyajian makanan sudah baik dan rapi, tetapi masih perlu ditingkatkan daya tariknya. Aspek porsi memperoleh nilai rata-rata 3,01 yang menunjukkan bahwa ukuran porsi sudah cukup memenuhi harapan, meskipun beberapa responden mungkin mengharapkan porsi yang lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pada aspek Bentuk, nilai rata-rata yang dihasilkan adalah 3,07 menunjukkan bahwa bentuk jajanan pasar sudah menarik dan variasinya memuaskan, tetapi masih dapat ditingkatkan lebih lanjut untuk memberikan daya tarik yang lebih unik. Aspek Temperatur memperoleh nilai rata-rata 3,09 yang menunjukkan bahwa suhu makanan sesuai dengan preferensi mayoritas responden, tetapi sedikit perbedaan persepsi mengenai pengaruh suhu terhadap kenikmatan makanan dapat menjadi perhatian. Tekstur, dengan skor rata-rata 3,07 menunjukkan bahwa tekstur jajanan pasar cukup baik, tetapi konsistensi kombinasi tekstur masih perlu diperhatikan. Aroma memperoleh skor rata-rata 3,01 yang menunjukkan bahwa aroma menarik bagi sebagian besar responden, meskipun terdapat perbedaan pandangan mengenai pengaruh aroma dalam keputusan mencicipi. Tingkat kematangan, dengan skor rata-rata 3,16 menunjukkan bahwa tingkat kematangan dianggap baik oleh responden, tetapi konsistensi kematangan harus tetap dijaga. Aspek Rasa memiliki nilai rata-rata sebesar 3,10 yang mencerminkan bahwa kombinasi dan konsistensi rasa sudah cukup memuaskan, meskipun perlu lebih diperhatikan lagi kestabilan rasa terutama untuk produksi dalam jumlah banyak.

Berdasarkan hasil tersebut menyatakan bahwa kualitas jajanan pasar yang disajikan di Hotel Lorin Sentul memiliki penilaian positif berdasarkan indikator yang diukur. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata masing-masing aspek yang lebih tinggi dari 2,50 yang menunjukkan bahwa jajanan pasar tersebut sudah memenuhi harapan mayoritas responden. Meskipun demikian, penilaian yang berada pada kategori "Suka" menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan pada masing-masing aspek guna meningkatkan mutu dan kepuasan pelanggan hingga ke kategori "Sangat Suka". Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang menilai 9 indikator kualitas produk dari jajan pasar yang diteliti, aspek Tingkat Kematangan memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,16 yang termasuk dalam kategori suka disebabkan tamu menilai produk jajan pasar sudah sesuai dengan tingkat kematangan ideal dalam persepsinya masing-masing, sementara untuk aspek warna yang memperoleh nilai terendah yaitu 2,99. Hal ini dapat disebabkan kombinasi warna yang kurang menarik sehingga kurang menggugah selera.

## SIMPULAN

Penelitian ini mengkaji kualitas jajanan pasar yang disajikan di Hotel Lorin Sentul dengan menggunakan berbagai indikator kualitas produk yaitu warna, tampilan, porsi, bentuk, suhu, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar aspek dinilai "Suka", tetapi masih ada ruang untuk perbaikan dalam hal harmonisasi warna, variasi bentuk, dan konsistensi rasa. Rekomendasi yang dapat diberikan kepada manajemen Hotel Lorin Sentul adalah agar lebih fokus pada peningkatan kualitas di setiap aspek, termasuk memberikan pelatihan kepada staf untuk meningkatkan keterampilan dalam menyajikan jajanan pasar dan mengelola kualitas produk secara keseluruhan. Penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam mengelola kualitas produk kuliner, yang harus berkelanjutan dan dapat disesuaikan dengan perubahan preferensi pelanggan. Dengan memberikan kontribusi untuk memahami kualitas jajanan pasar di sektor perhotelan, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi hotel lain dalam mengelola produk kuliner dan mengurangi terjadinya pemborosan dari makanan yang bersisa yang dapat berdampak pada lingkungan berupa pencemaran lingkungan. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan pendekatan terpadu yang melibatkan edukasi, pengelolaan limbah makanan yang lebih baik, dan perubahan perilaku di semua level, dari manajemen hingga konsumen.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami berikan kepada Lorin Sentul Hotel Bogor yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan penelitian ini, para responden yaitu tamu-tamu hotel yang bersedia memberikan kontribusi sehingga data dapat terkumpul dengan baik. Kami juga sangat mengapresiasi masukan berharga dari editor dan reviewer yang membantu memperbaiki kualitas naskah ini hingga layak diterbitkan.

## REFERENSI

- Alfayanti, L., Suwandi, S., & Winarni, R. (2017). Symbolic Meanings of Among Tebalritualin Novel Genduk by Sundari Mardjuki. *Humanus*, 16(2), 130. <https://doi.org/10.24036/humanus.v16i2.7972>
- Ardana, P. D. H., Geriadi, M. A. D., Dewi, K. A. P., & Suastini, N. L. P. (2024). Penerapan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Akses Pasar Dan Penjualan Jajan Gambir. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 4(2), 53–62. <https://doi.org/10.22334/jam.v4i2.70>
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2).
- Aris, M. M. M., Rahman, A. E. A., Noh, I., & Jalis, M. H. (2022). The Consumption of Malay Traditional Snack Food-Kerepek Among Young Malay Adults. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i11/15645>
- Arsil, P., Sularso, K. E., & Mulyani, A. (2018). Factors Influencing Consumer Preferences for Locally Produced Food: A Comparison Between Traditional and Modern Markets. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3.30), 535. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.30.18426>
- Barska, A., & Wojciechowska-Solis, J. (2018). Traditional and Regional Food as Seen by Consumers – Research Results: The Case of Poland. *British Food Journal*, 120(9), 1994–2004. <https://doi.org/10.1108/bfj-01-2018-0054>
- Coelestia, A. A. G., & Isodarus, P. B. (2021). DASAR PENAMAAN KUE JAJANAN PASAR DI PASAR LEMPUYANGAN. *Sintesis*, 15(1), 1–16. <https://doi.org/10.24071/sin.v15i1.3123>
- Coelestia, A., & Isodarus, P. (2021). DASAR PENAMAAN KUE JAJANAN PASAR DI PASAR LEMPUYANGAN. *Sintesis*, 15, 1–16. <https://doi.org/10.24071/sin.v15i1.3123>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. . *Sage Publication*.
- Dewi, L. P. T. A., Wiranatha, A. S., & Suryawardani, I. G. A. O. (2021). Service Quality, Brand Attributes, Satisfaction and Loyalty of Guests Staying at Le Meridien Hotel Bali Jimbaran. *E- Journal of Tourism*, 97. <https://doi.org/10.24922/eot.v8i1.71451>
- Gellynck, X., Banterle, A., Kühne, B., Carraresi, L., & Stranieri, S. (2012). Market Orientation and Marketing Management of Traditional Food Producers in the EU. *British Food Journal*, 114(4), 481–499. <https://doi.org/10.1108/00070701211219513>
- Haryanto, B., Purwanto, D., Dewi, A. S., & Cahyono, E. (2019). How Does the Type of Product

- Moderate Consumers' Buying Intentions Towards Traditional Foods? (Study of Consumer Behavior in Indonesia). *Journal of Asia Business Studies*, 13(4), 525–542.  
<https://doi.org/10.1108/jabs-10-2018-0299>
- Hikmah, W. R., Wijaya, J. A., Hidayah, A. A., Syaputra, R. A., & Abdullah, M. (2024). Perspektif Kepuasan Pelanggan PT. Arrazi Ghirah Medika: Peran Fundamental Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Mewujudkannya. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 42–54.
- Kartika, E. W. (2016). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen: Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap Restoran Jepang Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2).  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.2.71-77>
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. Millennium edition. Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, [2000] ©2000. <https://search.library.wisc.edu/catalog/999972074202121>
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Perić, G., Dramićanin, S., & Sekulić, D. (2022). Protective Measures Against COVID-19 and Their Impact on Guest Satisfaction and Behaviour Intentions: The Case of the Hotel Industry of Serbia. *Economic Themes*, 60(4), 533–549. <https://doi.org/10.2478/ethemes-2022-0029>
- Peulić, T., Marić, A., Maravić, N., Novaković, A., Pivarski, B. K., Čabarkapa, I., Lazarević, J., Šmugović, S., & Ikonić, P. (2023). Consumer Attitudes and Preferences Towards Traditional Food Products in Vojvodina. *Sustainability*, 15(16), 12420.  
<https://doi.org/10.3390/su151612420>
- Purnomo, P., Daryono, B. S., Rugayah, R., & Sumardi, I. (2013). Studi Etnobotani Dioscorea Spp. (Dioscoreaceae) Dan Kearifan Budaya Lokal Masyarakat Di Sekitar Hutan Wonosadi Gunung Kidul Yogyakarta. *Jurnal Natur Indonesia*, 14(3), 191.  
<https://doi.org/10.31258/jnat.14.3.191-198>
- Romero, I., & Tejada, P. (2019). Tourism Intermediaries and Innovation in the Hotel Industry. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 641–653. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1572717>
- Samsuddin, Z., Zainal, N. A. M., Sulong, S. N., & Bakar, A. M. F. A. (2022). Handling Food Waste in the Hotel Industry. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (Mjssh)*, 7(11), e001926. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i11.1926>
- Setioningtyas, W. P., & Wisnu, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Pada Perilaku Pembelian Konsumen Terhadap Produk Makanan Dan Minuman Lokal Di Kota Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 181–195. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v4i2.6596>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan ke 3). Alfabeta .
- Vanhonacker, F., Lengard, V., Hersleth, M., & Verbeke, W. (2010). Profiling European Traditional Food Consumers. *British Food Journal*, 112(8), 871–886.  
<https://doi.org/10.1108/00070701011067479>
- Yi, S., Li, X., & Jai, T. (2016). Hotel Guests' Perception of Best Green Practices: A Content Analysis of Online Reviews. *Tourism and Hospitality Research*, 18(2), 191–202.  
<https://doi.org/10.1177/1467358416637251>
- Zrnić, M., & Lončar, I. (2024). Enhancing Guest Satisfaction in Hotels: Researching the Impact of

Quality Hospitality Service on Gastronomic Experiences in the Tourism Industry in Serbia.  
*Ekonomika Preduzeca*, 72(3–4), 233–244. <https://doi.org/10.5937/ekopre2404233y>