

**PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP MAKANAN  
TRADISIONAL DOCANG DAN PENGARUHNYA TERHADAP  
MINAT BELI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Industri Katering



Disusun oleh:

Zalza Shabila Putri

NIM 2003848

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN INDUSTRI KATERING  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2024**


**LEMBAR PENGESAHAN**

ZALZA SHABILA PUTRI

PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL DOCANG  
DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI

Disetujui dan di sahkan oleh:


Pembimbing I

  
Agus Sudono.MM  
NIP. 198205082008121002

Pembimbing II

  
Dias Pratami Putri.M.Si  
NIP. 920200419910915201

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Manajemen Industri Katering

  
Dr. Woro Priatin.S.Pd..M.Si  
NIP. 197103092010122001

## LEMBAR HAK CIPTA

Persepsi Generasi Z terhadap Makanan Tradisional Docang dan Pengaruhnya  
terhadap Minat Beli

Disusun oleh:

Zalza Shabila Putri

2003848

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Zalza Shabila Putri

Universitas Pendidikan Indonesia

Maret 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan  
dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR HAK CIPTA .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Makanan Tradisional .....	11
2.1.1 Makanan Tradisional Cirebon.....	13
2.1.2 Docang .....	16
2.2 Minat Beli .....	17
2.2.1 Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Beli .....	18
2.2.2 Indikator Minat Beli.....	20
2.2.3 Aspek-Aspek Minat Beli.....	21
2.3 Persepsi Konsumen .....	21
2.3.1 Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi Konsumen.....	22
2.3.2 Indikator Persepsi Konsumen .....	23
2.3.3 Aspek-aspek Persepsi Konsumen .....	24
2.4 Generasi Z .....	25

2.4.1	Karakteristik Generasi Z .....	25
2.5	Pelestarian .....	26
2.5.1	Upaya Pelestarian Makanan Tradisional.....	28
2.6	Penelitian Terdahulu .....	29
2.7	Kerangka Pemikiran.....	34
2.8	Hipotesis .....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1	Batasan Masalah Penelitian .....	36
3.2	Desain Penelitian .....	36
3.2.1	Metode Penelitian .....	36
3.2.2	Operasional Variabel.....	37
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.2.4	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3	Objek dan Subjek Penelitian.....	42
3.4	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel.....	43
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel .....	44
3.5	Instrumen Penelitian .....	45
3.6	Pengujian Instrumen Penelitian .....	45
3.6.1	Uji Validitas .....	45
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	49
3.7	Analisis Data.....	51
3.7.1	Teknik Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.3	Analisis Uji Regresi Linear Sederhana.....	52
3.7.4	Uji Hipotesis .....	53
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden.....	56
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.1.2	Karakteristik Responden .....	57
4.2	Persepsi Generasi Z terhadap Docang .....	65
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif Persepsi Mengenai Manfaat Produk.....	65

4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Persepsi Mengenai Variasi Tipe Produk .....	67
4.2.3	Hasil Analisis Deskriptif Persepsi Mengenai Keistimewaan Produk .....	69
4.2.4	Hasil Analisis Deskriptif Persepsi Mengenai Kegunaan Produk .....	70
4.3	Minat Beli Generasi Z terhadap Docang.....	72
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli.....	72
4.4	Pengaruh Persepsi Generasi Z terhadap Minat Beli Docang .....	74
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	74
4.4.2	Analisis Uji Regresi Sederhana.....	78
4.4.3	Uji Hipotesis .....	79
4.4.4	Pembahasan Hasil Hipotesis .....	82
4.5	Strategi dalam Pelestarian Docang Sebagai Makanan Tradisional.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>		<b>88</b>
a.	Kesimpulan .....	88
b.	Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>95</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>125</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Makanan Tradisional Kota Cirebon.....	13
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	38
Tabel 3. 2 Sumber Data .....	42
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian .....	45
Tabel 3. 4 Skala Likert.....	41
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel 3. 6 Uji Relibialitas Variabel Persepsi (X).....	50
Tabel 3. 7 Uji Relibialitas Variabel Minat Beli (Y).....	50
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y) .....	72
Tabel 4. 3 Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 4 Uji Multikolinearitas .....	76
Tabel 4. 5 Uji Heteroskedatisitas .....	77
Tabel 4. 6 Uji Linearitas .....	77
Tabel 4. 7 Uji Regresi Sederhana.....	78
Tabel 4. 8 Uji t .....	80
Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Hasil Pra-survey mengenai Persepsi .....	6
Gambar 1. 2. Hasil Pra-survey mengenai Rasa Docang .....	6
Gambar 1. 3. Hasil Pra-survey mengenai Penampilan Docang .....	7
Gambar 1. 4. Hasil Pra-survey mengenai Persepsi .....	7
Gambar 1. 5. Hasil Pra-survey mengenai Minat Beli .....	8
Gambar 1. 6. Hasil Pra-survey mengenai Faktor yang Memengaruhi Minat Beli ..	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4. 1 Docang .....	56
Gambar 4. 2 Diagram Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4. 3 Diagram Usia .....	59
Gambar 4. 4 Diagram Pendidikan Terakhir .....	60
Gambar 4. 5 Diagram Asal Kota.....	62
Gambar 4. 6 Diagram Pekerjaan.....	63
Gambar 4. 7 Diagram Pengeluaran per Bulan .....	64
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Variabel Minat Beli (Y) .....	73



## ABSTRAK

### PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL DOCANG DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI

Zalza Shabila Putri

2003848

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi generasi Z terhadap minat beli docang sebagai makanan tradisional Kota Cirebon. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi sederhana dan analisis deskriptif sebagai teknik analisis data yang digunakan. Sampel dalam penelitian ini menggunakan perhitungan *slovin* dengan jumlah responden sebanyak 102 responden yang merupakan generasi Z. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *sampling purposive* dengan teknik *non-probability sampling* dengan kriteria responden dalam penelitian ini yaitu generasi Z dengan rentang usia 18-28 tahun dan merupakan konsumen docang. Pengolahan data dilakukan menggunakan alat analisis IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan penilaian generasi Z terhadap manfaat produk, variasi tipe produk, keistimewaan produk, dan kegunaan produk dapat dikatakan baik sehingga dapat mempengaruhi minat beli generasi Z dalam membeli makanan tradisional docang.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, Minat Beli, Makanan Tradisional

## ***ABSTRACT***

### ***GENERATION Z'S PERCEPTION OF TRADITIONAL DOCANG FOOD AND ITS IMPACT ON PURCHASE INTENTION***

Zalza Shabila Putri

2003848

*This study aims to determine the influence of Generation Z's perception on their purchase interest in docang, a traditional food of Cirebon City. This research employs a quantitative approach with simple regression analysis and descriptive analysis as the data analysis techniques. The sample for this study is calculated using Slovin's formula, with a total of 102 Generation Z respondents. The sampling method used in this study is purposive sampling with a non-probability sampling technique, where the criteria for respondents are Generation Z individuals aged between 18-28 years who are consumers of docang. Data processing was carried out using IBM SPSS version 25. The results indicate that Generation Z's understanding and evaluation of product benefits, product type variations, product uniqueness, and product utility are considered good, thereby influencing Generation Z's interest in purchasing the traditional food, docang.*

*Keywords: Consumer Perceptions, Purchase Intentions, Traditional Foods*

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, & L. N. V. (2014). Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826.
- Adiasih, P., & Brahmana, R. K. M. R. (2017). Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur: Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya. Dalam *KINERJA* (Vol. 19, Nomor 2).
- Ajzen, I. (2021). Consumer Attitudes and Behavior: “The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions”. *Rivista Di Economia Agraria*, 2(1).
- Alwasilah, C. A. (2006). *Pokoknya Sunda: Interpretasi Untuk Aksi*.
- Ardiwidjaja, R. (2018). *Arkeowisata Mengembangkan Daya Tarik Pelestarian Warisan Budaya* (1 ed.).
- Bunga, F. G., & Chairy. (2010). Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry.
- Cooper, D. R., & Pamela S. Schindler. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (11 ed.).
- Cseh Papp, I., Varga, E., Schwarczová L, & Hajós, L. (2018). Public work in an international and Hungarian context. *Central European Journal of Labour Law and Personnel Management of Labour Law and Personnel Management*, 1(1), 6–16.
- E. Wardoyo. (2016). 10 Makanan Paling Viral di 2016. <https://food.idntimes.com/>.
- Foster, B., Deni, M., & Johansyah. (2019). The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.com Site Users). *International Journal of Innovation*, 9(12), 66–78.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmayani, E., Murdijati, G., & Umar, S. (2017). *Makanan Tradisional Indonesia Seri 1*.
- Ihram, I. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Organik Dan Pengaruhnya

- Terhadap Minat Beli Di Kota Mataram. *AGROTEKSOS: Agronomi Teknologi Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 29(2).
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*.
- Jatmiko, A. N. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Remaja terhadap Minat Beli Makanan Tradisional di Kota Malang.
- Jogiyanto. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan (Revisi)*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kitavi, V. S. (2022). Consumer Perception On Purchase Intention Of Mobile Phones In Nairobi County, Kenya. *International Journal of Education and Research*, 10.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. (15 ed.).
- Listyowati, E. A., Suryantini, A., & Irham. (2020). Minat dan Persepsi Konsumen dalam Pembelian Sayuran dan Buah Secara Online. *J. KAWISTARA*, 10(1), 66–76.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2014). *Measuring Advertising Effectiveness* McGrawHill. New York: McGraw-Hill.
- Meutia, R. F., & Sinulingga, S. (2020). The Influence of Consumer Perception and Brand Image on The Purchasing Interest in Killiney Coffee Shops Among the Young Generation in Medan. *International Journal on Language*, 4(1).
- Harmayani, E., Murdijati, G., & Umar, S. (2018). *Makanan Tradisional Indonesia Seri 2*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- N. Annisa. (2017). Pengaruh Country Of Origin dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Samsung (Studi Pada PT Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–8.
- N. B. F. Shahnaz, & Wahyono. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*.
- Noordiono, A. (2016). *Karakter Generasi Z dan Proses Pembelajaran Pada Program Studi Akuntansi UNAIR 2016*.
- Palupi, S. (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*.
- Putra, Y. S. (2016). *Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi*. Among Makarti,

- 9(18).
- Robbins, S., & Judge, T. (2019). *Organizational Behavior* (15 ed.).
- Salsabilla Rachman, P., & Kusdibyo, L. (2022). Persepsi Konsumen Indonesia terhadap Minat Beli Makanan Organik pada Industri Katering Diet Sehat. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS)*, 13–14.
- Sapta, I. K. S., & Landra Nengah. (2018). *Bisnis Pariwisata* (1 ed.).
- Sari, J., Dewi, R. M., Fonsen, M. J., Aprilia, A. D., Ramiza, A., Shafandra, S., Yasin, C. L. H., Zuhair, A., & Wachyuni, S. S. (2022). Motivasi, Persepsi, dan Perilaku Pasca Konsumsi Wisatawan Domestik Terhadap Kuliner Sate Klatak di Imogiri Timur Yogyakarta. *Gajah Mada Journal of Humanities*, 6(6).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Consumer Behaviour* (10 ed.).
- Sedyawati, E. (2008). *Budaya Indonesia (Kajian Arkeologi, Seni, dan Sejarah)*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Method on Business: A Skill-Building Approach* (7 ed.).
- Sempati, G. P. H., & Badraningsih, Dr. Dra. (2022). *Persepsi dan Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional dan Makanan Modern*. Jurusan Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sempati, H. P. G., & Badraningsih. (2017). *Persepsi dan Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional dan Makanan Modern*. 1–9.
- Shi Wee Mohd Shoki Bin Md Ariff, C., Zakuan Muhammad Naquib Mohd Tajudin, N., Ismail, K., & Ishak Lembaga Tabung Haji, N. (2014). Consumers Perception, Purchase Intention and Actual Purchase Behavior of Organic Food Products. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res*, 3(2), 378. [www.sibresearch.org](http://www.sibresearch.org)
- Sinambela, L. P., & Sartono, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif - Teori dan Praktik*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2019). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Generasi Z :Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, M. D., Ngurah, G., & Negara, J. A. (2022). Analisis Pengaruh Aplikasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Vol. 5, Nomor 2022).
- Suprpto Arifin, H., Fuady, I., & Kuswarno, E. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah di Kota Serang. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 88–101.
- Surahman. (2016). *Metodologi Penelitian*.
- Suryabrata, S. (2019). *Metodologi Penelitian*.
- Sutanto, H. D., Eskowati, & Setioko, M. D. (2020). Pelestarian Jajanan Tradisional Sebagai Upaya Untuk Memperkuat Wisata Kuliner Kota Malang. *Seminar Nasional Kepariwisata*, 1(1).
- Suter, I. K., & Ni Md Yusa. (2014). *Pangan Tradisional Khas Gianyar*. Udayana University Press.
- Ulfa, M. (2018). Pengaruh Media Sosial Komunikasi Pemasaran Terhadap Sikap.
- Utami, R. (2014). Pelestarian Budaya Indonesia Melalui Pembangunan Fasilitas Pusat Jajanan Tradisional Jawa Barat.
- Veronica, E., Kusdiby, L., & Senalajari, W. (2021). Persepsi Generasi Milenial terhadap Masakan Lokal Indonesia. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1442–1448.
- Walgito, B. (2017). *Pengantar Psikologis Umum*. Yayasan Mitra Netra. Jakarta.
- Zulfikar, Muflikhati, I., & Johan, I. R. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, dan Sikap terhadap Minat Beli Rumah Berkonsep Urban Farming Makassar. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 9(2).