

SKRIPSI

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP BROWNIES KELAPA KEDAI ITAH
DI KOTA PALANGKA RAYA**

**ZELDA AMERIA SIREGAR
223020402036**



**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN, KEHUTANAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA**

2026

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTIONS OF KEDAI ITAH'S COCONUT BROWNIES IN PALANGKA RAYA CITY

ZELDA AMERIA SIREGAR

The rapid growth of the culinary sector in Indonesia has encouraged business actors to continuously innovate in creating competitive products. Kedai Itah is a local ingredient-based culinary business in Palangka Raya City that carries the concept of *back to nature*, with Coconut Brownies as its flagship product. This study aims to analyze consumer perceptions of Coconut Brownies at Kedai Itah based on five product attribute indicators: taste, texture, aroma, price, and packaging. The research was conducted from February to April 2026 using a quantitative descriptive approach with a Likert scale questionnaire distributed to 96 respondents, analyzed through a percentage index method. The results showed that overall consumer perception was in the "Strongly Agree" category with a total index of 81.62%. Texture received the highest index at 84.64%, followed by taste at 81.64%, packaging at 80.99%, aroma at 80.41%, and price at 79.69% as the lowest index, influenced by the dominance of student respondents and the relatively distant location of the business. Nevertheless, all indicators remained in the "Strongly Agree" category, proving that Coconut Brownies at Kedai Itah received positive evaluations from consumers across all measured product attributes.

Keywords: *Consumer Perception, Product Attributes, Coconut Brownies, Kedai Itah*

ABSTRAK

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BROWNIES KELAPA KEDAI ITAH DI KOTA PALANGKA RAYA

ZELDA AMERIA SIREGAR

Perkembangan sektor kuliner di Indonesia yang semakin pesat mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk yang mampu bersaing di pasar. Kedai Itah merupakan usaha kuliner berbasis bahan lokal di Kota Palangka Raya yang mengusung konsep *back to nature* dengan produk unggulan Brownies Kelapa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap atribut produk Brownies Kelapa Kedai Itah berdasarkan lima indikator yaitu rasa, tekstur, aroma, harga, dan kemasan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari hingga April 2026 dengan pendekatan deskriptif kuantitatif menggunakan kuesioner berskala Likert terhadap 96 responden dan dianalisis menggunakan metode indeks persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen secara keseluruhan berada pada kategori "Sangat Setuju" dengan total indeks sebesar 81,62%. Tekstur memperoleh indeks tertinggi sebesar 84,64%, diikuti rasa sebesar 81,64%, kemasan sebesar 80,99%, aroma sebesar 80,41%, dan harga sebagai indeks terendah sebesar 79,69% yang dipengaruhi oleh dominasi responden dari kalangan pelajar dan mahasiswa serta jarak lokasi usaha yang cukup jauh. Meskipun demikian, seluruh indikator berada pada kategori "Sangat Setuju", yang membuktikan bahwa Brownies Kelapa Kedai Itah mendapat penilaian positif dari konsumen pada seluruh atribut produk yang diukur.

Kata Kunci: *Persepsi Konsumen, Atribut Produk, Brownies Kelapa, Kedai Itah*

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri dan disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana. Setiap bagian yang bersumber dari karya orang lain telah dicantumkan referensinya secara jelas dan lengkap sesuai dengan norma serta etika penulisan ilmiah yang berlaku. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik maupun sanksi lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan yang berlaku.

Palangka Raya, 21 Juli 2026



Zelda Ameria Siregar

NIM. 223020402036

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP BROWNIES KELAPA KEDAI ITAH
DI KOTA PALANGKA RAYA

ZELDA AMERIA SIREGAR
223020402036

Program Studi Agribisnis
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian, Kehutanan dan Perikanan

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing I,

Dr. Ir. Eka Nor Taufik, M.P
Tanggal: 21 Juli 2026

Dosen Pembimbing II,

Dr. Ir. Hj. Masliani, M.P
Tanggal: 21 Juli 2026

Mengetahui

Fakultas Pertanian, Kehutanan, dan
Perikanan

Dekan,



Dr. Ir. Wilson Daud, M.Si
NIP. 19651108 199302 1 001

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Ketua,

Ir. Pordamantra, M. Eng
NIP. 19650902 199403 1 001

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI

ANALISIS PERSEPSI KOSUMEN TERHADAP BROWNIES KELAPA KEDAI ITAH DI KOTA PALANGKA RAYA

Oleh:

ZELDA AMERIA SIREGAR
223020402036

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian, Kehutanan dan Perikanan
Universitas Palangka Raya

Hari/Tanggal : Rabu, 15 Juni 2026

Waktu : 13.00 - 15.00 WIB

Tempat : L4 Sosial Ekonomi Pertanian

Tim Penguji

- | | | | |
|----|------------------------------|--------------|---------|
| 1. | Dr. Ir. Eka Nor Taufik, M.P | (Ketua) | (.....) |
| 2. | Dr. Ir. Hj. Masliani, M.P | (Sekretaris) | (.....) |
| 3. | I Gede Suhartawan, S.P., M.P | (Anggota) | (.....) |

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Brownies Kelapa Kedai Itah di Kota Palangka Raya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir dan kelulusan pada Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Palangka Raya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa dimana berkat dan kasih karunia-Nya sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Ir. Salampak, M.S., selaku Rektor Universitas Palangka Raya serta kepada Wakil Rektor dan seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan Pendidikan di Universitas Palangka Raya.
3. Bapak Dr. Ir Wilson Daud, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian.
4. Bapak Dr. Ir. Pordamantra, M. Eng. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, atas kebijaksanaan dan fasilitas yang diberikan sehingga proses studi dan penelitian ini dapat berjalan dengan baik
5. Bapak Dr. Ir. Eka Nor Taufik, M.P. selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, ilmu, saran, dan motivasi yang sangat penting sejak awal penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Ir. Hj. Masliani, M.P. selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, ilmu, saran, dan motivasi yang sangat penting sejak awal penyusunan skripsi ini.
7. Bapak I Gede Suhartawan S.P., M.P. selaku Dosen Partisipan yang telah memberikan saran serta semangat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ayah saya Wilman Siregar, Ibu saya Nuriman Lase, Kakak saya Derma Agustina Ameria Siregar, serta adik saya Imelda Ameria Siregar yang

senantiasa memberikan dukungan doa, nasihat, dan motivasi dalam proses perkuliahan sehingga penulis dapat sampai di tahap ini.

9. Bapak Jayadi dan Ibu Frederika selaku pemilik dari Kedai Itah beserta seluruh pegawai yang telah memberikan izin, informasi, dan kesempatan kepada penulis selama melakukan penelitian di lapangan.
10. Bagi seluruh responden penelitian, yaitu 96 konsumen Brownies Kelapa Kedai Itah, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner serta memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
11. Teman-teman mahasiswa di Program Studi Agribisnis angkatan 2022 atas kebersamaan, diskusi, saran, serta dukungannya.
12. Semua pihak yang ikut berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu dimana telah memberikan dukungan dan semangat untuk terus berjuang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan penelitian dan penulisan skripsi selanjutnya.

Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai persepsi konsumen terhadap produk UMKM, khususnya produk olahan pangan lokal seperti Brownies Kelapa Keda Itah.

Palangka Raya, Juli 2026

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1. Tanaman Kelapa	9
2.1.2. Brownies Kelapa	10
2.1.3. Kedai Itah	11
2.1.4. Persepsi Konsumen	12
2.1.5. Atribut Produk.....	16
2.1.6. Analisis Deskriptif.....	17
2.1.7. Skala Likert	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Berpikir	25
III. METODE PENELITIAN	29
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data	30
3.4 Metode Analisis Data	31
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	33
3.6 Definisi Operasional Penelitian.....	36

IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	38
4.1 Keadaan Umum Lokasi Penelitian	38
4.2 Konsep Usaha Kedai Itah	38
4.3 Produk Unggulan Kedai Itah	39
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
5.1 Karakteristik Responden	40
5.2 Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Brownies Kelapa Kedai Itah	42
5.2.1. Persepsi Konsumen Terhadap Rasa Brownies Kelapa Kedai Itah	42
5.2.2. Persepsi Konsumen Terhadap Tekstur Brownies Kelapa Kedai Itah	45
5.2.3. Persepsi Konsumen Terhadap Aroma Brownies Kelapa Kedai Itah	47
5.2.4. Persepsi Konsumen Terhadap Harga Brownies Kelapa Kedai Itah	49
5.2.5. Persepsi Konsumen Terhadap Kemasan Brownies Kelapa Kedai Itah	51
5.3 Persepsi Konsumen Terhadap Brownies Kelapa Kedai Itah	54
VI. PENUTUP	56
6.1 Kesimpulan	56
6.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pertumbuhan Restoran atau Usaha Makanan di Indonesia	1
Tabel 1.2 Konsumsi Kelompok Makanan dan Minuman di Kota Palangka Raya Tahun 2023-2025.....	2
Tabel 1.3 Perkembangan Produksi Kelapa Di Dunia Tahun 2018-2022.....	4
Tabel 1.4 Produksi Kelapa Di Kota Palangka Raya Tahun 2023-2025	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Persepsi Konsumen	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Persepsi Konsumen	35
Tabel 5.1 Karakteristik Responden	40
Tabel 5.2 Rekapitulasi Penilaian Persepsi Konsumen Pada Indikator Rasa	43
Tabel 5.3 Rekapitulasi Penilaian Persepsi Konsumen Pada Indikator Tekstur	45
Tabel 5.4 Rekapitulasi Penilaian Persepsi Konsumen Pada Indikator Aroma	47
Tabel 5.5 Rekapitulasi Penilaian Persepsi Konsumen Pada Indikator Harga	49
Tabel 5.6 Rekapitulasi Penilaian Persepsi Konsumen Pada Indikator Kemasan ..	52
Tabel 5.7 Persepsi Konsumen Terhadap Brownies Kelapa Kedai Itah	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	27
Gambar 3.1 Rentang Indeks	32

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif= Teori Dan Aplikasi*. Pustaka Setia.
- Achmad, F., Muchlisah Z, N., Fatima N, E., S Palad, M., & H Mansyur, M. (2024). Karakteristik Nilai Gizi Dan Sensorik Pada Brownies Kukus Dengan Penambahan Tepung Beras Merah. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 12(2), 242–249. <https://doi.org/10.30605/Perbal.V12i2.3980>
- Ahmadi, A. Y., Syahlani, S. P., & Haryadi, F. T. (2010). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Produk Pada Sikap Terhadap Produk Dan Niat Pembelian Ulang : Studi Empirik Pengambilan Keputusan Pada Kategori Produk Daging Olahan Beku. *Buletin Peternakan*, 34(2), 131–137. <https://doi.org/10.21059/Buletinpeternak.V34i2.99>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Penyediaan Makanan Minuman Food And Beverage Service Activities Statistics 2024* (Barudin (Ed.)).
- Budi, F. A., Dewi, N., & Kusumawaty, Y. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Ikan Salai Di Kabupaten Kuantan Singingi. *Agri Sains*, 6(2). <https://doi.org/10.36355/Jas.V6i2.923>
- Defitri, Y. (2024). Tanaman Kelapa (*Cocos Nucifera L.*) Serta Beberapa Hama Dan Penyakit Yang Menyerang. *Eureka Media Aksara*.
- Hadi, S. (1991). *Metodologi Research Iii*. Andi Offset.
- Hendayana, R. (2014). Persepsi Dan Adopsi Teknologi: Teori Dan Praktek Pengukuran. In *Balai Besar Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*. Bogor. Iiard Press.
- Irawan, D. (2025). *Metode Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Umsu Press.
- Janna, N. M. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss. 18210047. <https://doi.org/10.31219/Osf.Io/V9j52>
- Karomah, N. G., Oktafiani, S., & Rohmah, S. N. (2022). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Restoran Cepat Saji Mcdonald ' S Di Jakarta. *Jurnal Jimek*, 2(3). <https://doi.org/10.55606/Jimek.V2i3.527>
- Kartika Putri, N., & Hapsari, H. (2024). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Pada Produk Umkm Lupba. 10, 2873–2879. <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/view/14549/pdf>
- Kementerian Pertanian. (2023). *Buku Outlook Komoditas Perkebunan Kelapa*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th Ed.). Pearson Education.

- Putri, D. G., Antang, E. U., & Sinta, T. Y. E. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Pangan Lokal Kupu (Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga Griya Jawau Melin Kelurahan Bukit Tunggal Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya). *Jurnal Penelitian Upr: Kaharati*, 1(1), 17–26. <https://doi.org/10.52850/jptupr.V1i1.3158>
- Putri, M. S., & Heikal, J. (2023). Analisis Kualitatif Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Gayo Menggunakan Metode Grounded Theory. *Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 28–33. <https://doi.org/10.37034/infib.V5i1.192>
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Perilaku Konsumen* (Sadiman (Ed.)). Anugrah Jaya.
- Rahman, S. (2020). Pengembangan Industri Kuliner Berbasis Makanan Tradisional Khas Sulawesi. Deepublish.
- Republik Indonesia. (2015). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015. In *Jidh Bpk* (Vol. 151). <https://peraturan.bpk.go.id/details/41815/perpres-no-72-tahun-2015>
- S Bardhani, M. A., Zakaria, F. R., & Palupi, N. S. (2009). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Produk Minyak Sawit Merah Sebagai Minyak Kesehatan (Studi Kasus: Perumahan Ciomas Permai, Bogor). *Manajemen Ikm*, 4(2), 185–194. <https://www.academia.edu/download/50546798/3801-10016-1-Pb.pdf>
- Sekarlaranti, A., & Junaedi, S. (2013). Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis Dan Gambar Pada Kemasan Produk Dengan Pendekatan Multidimensional Scaling. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 1, 9–24. <https://doi.org/10.20473/jmtt.V6i1.2656>
- Setiadi, N. J. (2019). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3). Prenada Media.
- Setiawan, E. (2016). Pengaruh Sosialisasi Kuliner, Inovasi Produk Kuliner Dan Citra Produk Kuliner Terhadap Minat Beli Konsumen Kuliner Tradisional Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 12. <https://doi.org/10.33830/jom.V12i2.56.2016>
- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus *Molecular Mixology* Di Loewy, Jakarta). *Tourism And Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31–38. <https://doi.org/10.17509/thej.V8i1.11687>
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung:Alfabeta.
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (2020). Instrumen Penelitian (T. Fiktorius (Ed.)). Mahameru Press.
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran. Graha Ilmu.
- Susiati, E., & Wahyuni, S. (2022). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Tempe Mentah Studi Kasus : Umkm Berkah Tempe Di Pasar Tradisional Kota Aek Nabara, Kabupaten Labuhan Batu. *Pendidikan & Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 16–30. <https://doi.org/10.51178/Cok.V2i2.676>
- Sutisna, S. E. (2002). Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran. Remaja Rosdakarya.
- Wahhab, A., Kusdibyo, L., & Senalasari, W. (2020). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Word Of Mouth Produk Skincare Pada Youtube. *Industrial Research Workshop And National Seminar*, 11, 26–27. <https://www.academia.edu/download/87438672/1711.pdf>
- Wardhana, A. (2024). Consumer Behavior In The Digital. Eureka Media Aksara.
- Wijaya, T., & Saporso. (2011). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Produk Private Label Di Pt Lion Super Indo Jakarta. *Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11, 95–118. <https://ejournal.ukrida.ac.id/index.php/imb/article/view/580>