Volume 7, No. 3, 2026

ISSN 2723-7583 (Online)

Pengaruh Persepsi Kualitas Minuman Olahan Rumput Laut Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Jawa Barat

The Effect of Perceived Quality of Processed Seaweed Beverages on Generation Z Purchase Decisions in West Java

Davina Raesa Maharani[1], Iwang Gumilar[1], Emma Rochima[1], Asep Agus Handaka Suryana[1], Astridya Syahada Putri Hermawan[2]

1 Program Studi Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Padjadjaran
2 Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

*Corresponding author email: *davina22003@mail.unpad.ac.id*

Submitted: 22 July 2026/ Revised: 29 July 2026 / Accepted: 03 Agustus 2026

http://doi.org/10.21107/juvenil.v7i3.35489

ABSTRAK

Pengembangan produk olahan rumput laut sebagai minuman siap konsumsi merupakan salah satu bentuk diversifikasi hasil laut yang berpotensi meningkatkan nilai tambah komoditas perikanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas minuman olahan rumput laut STJ Fresh Healthy terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Jawa Barat, serta menentukan aspek mutu yang perlu diprioritaskan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, desain potong lintang, dan studi kasus terhadap 100 responden yang dipilih secara purposif. Persepsi kualitas dan keputusan pembelian masing-masing diukur melalui lima indikator berskala Likert. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, reliabilitas, uji asumsi, dan regresi linear sederhana. Indikator persepsi kualitas dinyatakan valid (r = 0,861-0,907) dan reliabel (Cronbach's alpha = 0,939). Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (B = 0,250; beta = 0,414; t = 4,504; p < 0,001) serta menjelaskan 17,1% dari variasi keputusan pembelian. Mutu bahan baku serta rasa dan konsistensi memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan daya tahan memperoleh penilaian terendah. Standardisasi bahan dan proses, evaluasi sensori, serta pengujian masa simpan perlu diprioritaskan dalam pengembangan minuman olahan rumput laut.

Kata kunci: *Diversifikasi hasil laut; nilai tambah; pangan fungsional; pengembangan produk; preferensi konsumen;*

ABSTRACT

Processing seaweed into ready-to-drink beverages can increase the added value of marine products, but product performance also depends on consumer evaluations of processed-product quality. This study analyzed the effect of perceived quality of STJ Fresh Healthy processed seaweed beverages on Generation Z purchase decisions in West Java and identified quality aspects requiring priority improvement. A quantitative cross-sectional case study involved 100 respondents selected through purposive sampling. Perceived quality and purchase decisions were each measured using five Likert-scale items. Data were analyzed using descriptive statistics, validity, reliability, assumption tests, and simple linear regression. Perceived-quality items were valid (r = 0.861-0.907) and reliable (Cronbach's alpha = 0.939). Perceived quality had a positive and significant effect on purchase decisions (B = 0.250; beta = 0.414; t = 4.504; p < 0.001) and explained 17.1% of their variance. Raw-material quality and taste consistency received the highest evaluations, whereas product durability received the lowest. Standardizing raw materials and processing, conducting sensory evaluation, and establishing shelf life should be prioritized when developing processed seaweed beverages.

Keywords: *Functional food; marine product diversification; product development; sensory evaluation; value addition*

PENDAHULUAN

Pengolahan hasil laut merupakan bagian penting dalam meningkatkan nilai tambah komoditas kelautan dan memperluas pemanfaatannya sebagai pangan. Rumput laut tidak hanya dipasarkan sebagai bahan mentah atau bahan setengah jadi, tetapi juga telah banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku berbagai produk pangan bernilai tambah, seperti makanan ringan, minuman, produk bakery, produk susu, serta bahan tambahan pangan (Matos *et al*., 2022). Diversifikasi produk tersebut membuka peluang bagi usaha mikro untuk memperpanjang rantai nilai, memperluas pasar domestik, dan menawarkan bentuk konsumsi yang lebih praktis. Namun, keberhasilan pengembangan produk olahan tidak cukup ditentukan oleh ketersediaan bahan baku. Produk akhir perlu memiliki mutu yang dapat dipertahankan, aman dikonsumsi, memiliki karakter sensori yang diterima, serta mampu memenuhi harapan konsumen.

Rumput laut mengandung serat, mineral, polisakarida, pigmen, dan berbagai senyawa bioaktif yang mendukung pengembangan rumput laut sebagai bahan pangan (Matos *et al*., 2022). Meskipun demikian, penggunaan alga dalam produk olahan masih menghadapi tantangan berupa warna, aroma, rasa, dan tekstur yang belum tentu sesuai dengan preferensi konsumen (Moss & McSweeney, 2021; Wendin & Undeland, 2020). Menurut Matos *et al*. (2022) , pengembangan pangan berbasis alga perlu menyeimbangkan kandungan gizi dengan penerimaan sensori karena komponen volatil tertentu dapat menghasilkan aroma yang kurang disukai. Oleh sebab itu, potensi bahan baku perlu diterjemahkan melalui formulasi dan proses pengolahan yang menghasilkan karakter produk akhir yang stabil.

Penerimaan terhadap pangan fungsional tidak hanya dipengaruhi oleh manfaat kesehatan. Baker *et al*. (2022) menunjukkan bahwa rasa, keamanan, kepercayaan terhadap informasi, keterjangkauan, familiaritas, dan kemudahan konsumsi turut menentukan penerimaan. Pada pangan alternatif, termasuk alga, rasa, persepsi kesehatan, sikap, norma sosial, familiaritas, dan neofobia pangan merupakan faktor yang secara berulang ditemukan dalam keputusan konsumen (Onwezen *et al*., 2021). Penelitian Embling *et al*. (2022) juga menunjukkan bahwa persepsi mengenai rasa dan kelayakan produk untuk dikonsumsi dapat lebih kuat daripada pertimbangan kesehatan atau keberlanjutan. Dengan demikian, manfaat rumput laut perlu didukung oleh mutu hasil olahan yang dapat dirasakan dan diterima oleh konsumen.

Bentuk penyajian yang lebih familiar dapat mengurangi ketidakpastian terhadap produk berbasis rumput laut. Moss & McSweeney (2021) menemukan bahwa respons emosional dan niat membeli berbeda berdasarkan bentuk pangan yang mengandung rumput laut. Wendin & Undeland (2020) menunjukkan bahwa sikap dan preferensi konsumen terhadap rumput laut dapat berbeda berdasarkan bentuk produk dan karakteristik kelompok konsumen.

Penelitian pengembangan produk berbasis rumput laut menunjukkan bahwa formulasi dan perlakuan pengolahan dapat memengaruhi karakteristik produk akhir. Larasati & Husni (2021) melaporkan bahwa perlakuan pengolahan memengaruhi aktivitas fungsional serta penerimaan terhadap teh rumput laut. Pranata *et al*. (2022) menemukan bahwa penambahan *Kappaphycus alvarezii* memengaruhi karakteristik fisikokimia serta penerimaan siomai udang. Wulansari *et al*. (2022) juga menunjukkan bahwa perbedaan formulasi menghasilkan karakteristik kimia dan penerimaan sensori yang berbeda pada nori artifisial, sedangkan Afdhaliah *et al*. (2024) menunjukkan perubahan karakteristik fisikokimia minuman akibat penambahan *Kappaphycus alvarezii*. Temuan tersebut menegaskan bahwa mutu bahan, takaran, dan proses perlu dikendalikan dalam pengembangan produk hasil laut.

STJ Fresh Healthy merupakan usaha mikro di Kota Bandung yang mengolah rumput laut menjadi minuman siap konsumsi dalam beberapa varian rasa dan ukuran. Produk dipasarkan melalui bazar, Instagram, WhatsApp, dan penjualan langsung. Penyajian dalam bentuk minuman memberikan peluang untuk menjangkau konsumen muda karena lebih praktis dan mudah dikonsumsi. Walaupun demikian, produsen perlu memastikan bahwa mutu bahan, formulasi, karakter sensori, daya tahan, dan informasi produk tetap terjaga. Ketidaksesuaian antara kualitas yang dijanjikan dan pengalaman aktual berpotensi menurunkan kepercayaan dan menghambat pembelian ulang.

Generasi Z dipilih sebagai segmen penelitian karena memiliki akses yang luas terhadap informasi produk melalui berbagai media digital, sehingga lebih mudah membandingkan atribut produk sebelum melakukan pembelian (Djafarova & Bowes, 2021). Dalam proses

tersebut, konsumen mengevaluasi berbagai atribut, seperti komposisi, rasa, manfaat, keamanan, harga, kemasan, serta informasi dari pengalaman pengguna lain sebelum menetapkan pilihan (Schiffman & Wisenblit, 2019). Oleh karena itu, kualitas produk olahan tidak hanya dinilai setelah dikonsumsi, tetapi juga melalui informasi yang diterima konsumen sebelum pembelian, seperti tampilan produk, label, penjelasan penjual, dan informasi digital.

Dalam penelitian ini, kualitas didefinisikan sebagai kualitas minuman olahan rumput laut yang dipersepsikan konsumen, bukan kualitas objektif yang ditentukan melalui pengujian laboratorium. Persepsi kualitas menggambarkan penilaian konsumen terhadap kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan (Kotler & Armstrong, 2018). Penilaian tersebut meliputi mutu bahan baku, rasa dan konsistensi, manfaat fungsional, daya tahan, serta kesesuaian dengan ekspektasi. Keputusan pembelian merupakan penetapan pilihan setelah konsumen mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan mempertimbangkan konsekuensi dari pilihan tersebut (Kotler & Keller, 2016).

Penelitian pada produk perikanan menunjukkan bahwa mutu produk menjadi salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Endrawati *et al*. (2022) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian frozen fish. Istifari & Rum (2023) juga menunjukkan bahwa atribut produk, harga, kemasan, dan label halal memengaruhi keputusan pembelian produk olahan ikan laut. Pada konsumen Generasi Z, kualitas diketahui berperan bersama electronic word of mouth dan gaya hidup dalam pembentukan keputusan pembelian (Rizki & Santosa, 2024). Hasil tersebut menunjukkan bahwa evaluasi mutu tetap relevan dalam pemasaran produk perikanan, termasuk minuman olahan rumput laut.

Kajian produk rumput laut selama ini lebih sering berfokus pada formulasi, sifat fisikokimia, aktivitas fungsional, atau penerimaan sensori. Kajian yang mengevaluasi mutu hasil pengolahan berdasarkan persepsi konsumen dan menghubungkannya dengan keputusan pembelian masih terbatas. Padahal, penilaian terhadap mutu bahan, konsistensi sensori, manfaat, daya tahan, dan kesesuaian produk dengan harapan dapat menjadi informasi awal bagi usaha mikro dalam menentukan prioritas perbaikan proses pengolahan serta mutu produk akhir. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas minuman olahan rumput laut STJ Fresh Healthy terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Jawa Barat, serta menentukan aspek mutu yang perlu diprioritaskan dalam pengembangan produk.

MATERI DAN METODE

Waktu, Lokasi, dan Desain Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Januari-Mei 2026 dengan objek minuman olahan rumput laut STJ Fresh Healthy yang diproduksi di Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, desain potong lintang, dan metode studi kasus. Unit analisis adalah konsumen individu. Artikel ini secara khusus menganalisis persepsi kualitas hasil olahan dan keputusan pembelian untuk menghasilkan informasi yang dapat digunakan dalam pengembangan mutu produk.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah konsumen Generasi Z yang berdomisili di Jawa Barat serta pernah membeli dan mengonsumsi STJ Fresh Healthy dalam 1 tahun terakhir. Sampel dipilih secara purposif dengan kriteria berusia 18-26 tahun, berdomisili di Jawa Barat, memiliki pengalaman dalam membeli dan mengonsumsi produk, serta bersedia berpartisipasi. Sebanyak 100 jawaban lengkap digunakan. Berdasarkan analisis daya statistik untuk regresi satu prediktor dengan ukuran efek sedang ($f^2 = 0,15$), tingkat signifikansi 5%, dan daya uji 80%, kebutuhan minimum adalah 55 responden, sehingga jumlah sampel sudah mencukupi (Faul *et al*., 2009).

Pengumpulan Data dan Etika Penelitian

Data primer diperoleh melalui kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju, yang umum digunakan untuk mengukur persepsi responden dalam penelitian sosial dan perilaku konsumen (Joshi *et al*., 2015). Informasi mengenai karakteristik produk dan proses produksi diperoleh melalui wawancara dengan pemilik sebagai data pendukung. Sebelum mengisi kuesioner, responden menerima penjelasan mengenai tujuan penelitian, memberikan persetujuan secara sukarela (*informed consent*), serta memperoleh jaminan kerahasiaan identitas dan jawaban sesuai dengan prinsip etika

penelitian yang melibatkan manusia (World Medical Association, 2013). Jawaban kemudian diperiksa berdasarkan kesesuaian dengan kriteria responden, kelengkapan pengisian, serta kemungkinan terjadinya duplikasi.

Pernyataan dalam kuesioner disusun dengan mengadaptasi konsep kualitas produk (Kotler & Armstrong, 2018) dan keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2016), kemudian disesuaikan dengan karakteristik minuman olahan rumput laut. Instrumen diarahkan untuk menangkap persepsi konsumen terhadap mutu produk akhir yang dilihat dan dikonsumsi. Karena penelitian ini tidak melakukan pengujian laboratorium, seluruh indikator dirumuskan sebagai persepsi konsumen (*perceived quality*) dan tidak digunakan untuk menyatakan mutu objektif maupun keamanan produk (Zeithaml, 1988).

Data yang telah lolos pemeriksaan dikodekan dan ditabulasi sebelum dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear sederhana sesuai prosedur analisis data kuantitatif (Ghozali, 2021). Tidak terdapat nilai hilang (*missing value*) pada 100 kuesioner yang memenuhi kriteria analisis. Rekomendasi pengembangan produk disusun dengan menghubungkan hasil statistik deskriptif, koefisien regresi, karakteristik minuman rumput laut, serta temuan penelitian terdahulu terkait pengolahan hasil laut. Oleh karena itu, interpretasi hasil dibatasi pada hubungan statistik dan digunakan sebagai masukan awal untuk perbaikan mutu produk olahan.

Operasionalisasi Variabel

Persepsi kualitas minuman olahan rumput laut diukur melalui mutu bahan baku, rasa dan konsistensi, manfaat fungsional, daya tahan, serta kesesuaian dengan harapan. Indikator tersebut disusun dengan mengadaptasi konsep *perceived product quality* yang menyatakan bahwa kualitas dinilai berdasarkan persepsi konsumen terhadap kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen (Kotler & Armstrong, 2018; Zeithaml, 1988). Keputusan pembelian diukur melalui pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian, sesuai dengan tahapan proses keputusan pembelian konsumen yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016). Skor setiap konstruk dihitung sebagai rata-rata dari lima indikator sehingga tetap berada pada rentang 1–5, mengikuti pendekatan analisis data skala Likert yang umum digunakan dalam penelitian perilaku konsumen (Joshi *et al*., 2015; Ghozali, 2021). Operasional variaabel penelitian dapat dilihat pada **Tabel 1**. Data karakteristik responden disajikan dalam bentuk frekuensi dan persentase, sedangkan indikator kualitas disajikan dalam bentuk nilai rata-rata dan standar deviasi, karena statistik deskriptif tersebut digunakan untuk menggambarkan distribusi karakteristik responden dan kecenderungan jawaban pada setiap indikator (Ghozali, 2021).

Tabel 1. Operasionalisasi variabel penelitian

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
Persepsi kualitas minuman olahan rumput laut (X)	Penilaian konsumen terhadap kemampuan produk hasil olahan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan.	Mutu bahan baku; rasa dan konsistensi; manfaat fungsional; daya tahan; kesesuaian dengan harapan.	Likert 1-5
Keputusan pembelian (Y)	Penetapan pilihan konsumen setelah mengenali kebutuhan dan mengevaluasi produk.	Pengenalan kebutuhan; pencarian informasi; evaluasi alternatif; keputusan pembelian; perilaku pascapembelian.	Likert 1-5

Keterangan: X = variabel bebas; Y = variabel terikat.

Analisis Data

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson antara skor indikator dan skor total konstruk (Ghozali, 2021). Indikator dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel sebesar 0,196. Konsistensi internal instrumen dievaluasi menggunakan koefisien Cronbach's alpha dengan nilai minimum 0,70 (Nunnally & Bernstein,1994; Hair *et al*., 2019). Pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = a + bX + e$ (Field, 2018). Asumsi regresi meliputi uji normalitas residual menggunakan uji Shapiro–Wilk (Shapiro & Wilk, 1965), uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser (Glejser, 1969), dan uji independensi residual menggunakan statistik Durbin–Watson (Durbin & Watson, 1951). Hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai $p < 0,05$. Hasil analisis dilaporkan dalam bentuk koefisien regresi

tidak terstandar, *standard error*, koefisien beta terstandar, nilai *t*, nilai *p*, interval kepercayaan 95%, koefisien determinasi (R^2), dan *adjusted* R^2 (Hair *et al*., 2019). Seluruh analisis dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan 100 konsumen Generasi Z yang memenuhi seluruh kriteria penelitian. **Tabel 2** menunjukkan bahwa Responden perempuan mencapai 57% dan laki-laki 43%. Kelompok usia 20–22 tahun mencakup 60% responden, sedangkan 40% lainnya berada pada rentang usia Generasi Z di luar kelompok tersebut. Sebanyak 62% responden sedang atau telah menempuh pendidikan tinggi dan mahasiswa merupakan kelompok pekerjaan terbesar, yaitu 59%. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian terutama merepresentasikan konsumen muda yang memiliki akses luas terhadap informasi produk melalui interaksi langsung maupun media digital sebelum melakukan pembelian (Djafarova & Bowes, 2021; Schiffman & Wisenblit, 2019).

Sebanyak 43% responden memiliki pendapatan kurang dari Rp1.000.000 per bulan, 38% berada pada rentang Rp1.000.000–Rp5.000.000, dan 19% memperoleh pendapatan lebih dari Rp5.000.000 per bulan. Bazar menjadi saluran pembelian utama sebesar 52%, diikuti oleh Instagram atau WhatsApp sebesar 30%, serta pembelian langsung di lokasi produksi sebesar 18%. Dominasi pembelian melalui bazar menunjukkan bahwa konsumen cenderung memanfaatkan kesempatan untuk melihat dan mencoba produk secara langsung sebelum membelinya. Pada produk pangan berbasis rumput laut, pengalaman langsung membantu konsumen mengevaluasi atribut sensori seperti warna, aroma, tekstur, dan rasa yang berperan dalam membentuk penerimaan terhadap produk (Moss & McSweeney, 2021; Wendin & Undeland, 2020).

Saluran pembelian juga dapat memengaruhi pengalaman konsumen terhadap mutu produk olahan karena kondisi distribusi dan penyimpanan yang berbeda dapat memengaruhi karakteristik produk sebelum diterima oleh konsumen (Matos *et al*., 2022; Holdt & Kraan, 2011). Produk yang dipasarkan melalui bazar berpotensi mengalami variasi waktu pajang, proses distribusi, dan kondisi penyimpanan yang berbeda dibandingkan dengan produk yang dibeli langsung di lokasi produksi. Kondisi tersebut dapat menyebabkan konsumen memperoleh pengalaman mutu yang berbeda meskipun produknya berasal dari produsen yang sama. Oleh karena itu, pengendalian suhu, lama penyimpanan, serta prosedur distribusi perlu diperhatikan agar mutu minuman olahan rumput laut tetap terjaga hingga diterima oleh konsumen.

Karakteristik responden dalam penelitian ini digunakan sebagai konteks untuk memahami hasil analisis, bukan sebagai dasar untuk menggeneralisasi perilaku seluruh Generasi Z. Komposisi pendidikan, pendapatan, dan saluran pembelian dapat memengaruhi cara responden menilai kualitas produk. Selain itu, penggunaan teknik *purposive sampling* menyebabkan hasil penelitian terutama menggambarkan pola pada konsumen yang memenuhi kriteria penelitian, sehingga generalisasi terhadap populasi yang lebih luas perlu dilakukan dengan hati-hati (Sekaran & Bougie, 2020).

Tabel 2. Karakteristik responden

Karakteristik	Kategori	Persentase (%)
Jenis kelamin	Perempuan	57
	Laki-laki	43
Usia	20 tahun	15
	21 tahun	25
	22 tahun	20
	Usia lainnya	40
Pendidikan	Perguruan tinggi	62
	SMA/sederajat	38
Pekerjaan	Mahasiswa	59
	PNS	17

Karakteristik	Kategori	Persentase (%)
	Pekerjaan lainnya	24
Pendapatan	< Rp1.000.000	43
	Rp1.000.000-Rp5.000.000	38
	> Rp5.000.000	19
Saluran pembelian	Bazar	52
	Instagram/WhatsApp	30
	Lokasi produksi	18

Evaluasi Persepsi Kualitas Minuman Olahan Rumput Laut

Tabel 3 menunjukkan nilai rata-rata persepsi kualitas minuman olahan rumput laut sebesar 3,704 pada skala 1-5. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan penilaian positif, tetapi masih terdapat ruang untuk perbaikan. Mutu bahan baku serta rasa dan konsistensi memperoleh nilai tertinggi, masing-masing 3,730. Manfaat fungsional dan kesesuaian dengan harapan memperoleh rata-rata 3,690, sedangkan daya tahan memperoleh nilai terendah sebesar 3,680. Selisih antaraspek hanya 0,050 sehingga urutan tersebut tidak menggambarkan kesenjangan mutu yang besar. Hasil lebih tepat dipahami sebagai petunjuk awal mengenai aspek yang relatif kuat dan aspek yang memerlukan perhatian.

Standar deviasi setiap indikator berada pada kisaran 0,837–0,942. Nilai tersebut menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap kualitas produk belum sepenuhnya seragam. Variasi ini dapat terjadi karena persepsi kualitas merupakan penilaian subjektif yang dipengaruhi oleh pengalaman, harapan, serta preferensi masing-masing konsumen terhadap atribut produk (Zeithaml, 1988). Pada produk pangan berbasis rumput laut, perbedaan penerimaan sensori terhadap rasa, aroma, tekstur, dan warna juga dapat menyebabkan variasi penilaian antarresponden (Moss & McSweeney, 2021; Wendin & Undeland, 2020). Selain itu, produk dipasarkan melalui beberapa saluran penjualan, seperti bazar, media sosial, dan penjualan langsung, sehingga kondisi penyimpanan maupun lama pajang yang berbeda berpotensi memengaruhi mutu produk yang diterima konsumen.

Hasil ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata yang relatif tinggi belum tentu mencerminkan pengalaman seluruh konsumen. Sebagian responden kemungkinan menerima produk dengan mutu yang konsisten, sedangkan sebagian lainnya mengalami variasi mutu akibat perbedaan proses penyimpanan, distribusi, atau karakteristik setiap batch produksi yang umum dijumpai pada usaha mikro pangan. Oleh karena itu, evaluasi mutu tidak cukup hanya didasarkan pada nilai rata-rata, tetapi juga perlu mempertimbangkan variasi penilaian konsumen melalui penelusuran keluhan berulang, evaluasi setiap varian rasa, pengendalian proses produksi, serta pemantauan kondisi distribusi dan penyimpanan. Pendekatan tersebut penting untuk menjaga konsistensi mutu produk olahan serta meningkatkan kepuasan konsumen.

Mutu bahan baku memperoleh rata-rata tertinggi. Konsumen tidak menguji bahan baku secara langsung, sehingga penilaian dibuat berdasarkan petunjuk yang dapat diamati, seperti warna, aroma, rasa, kebersihan, informasi komposisi, serta kondisi produk setelah disimpan. Hasil tersebut tidak dapat diartikan sebagai bukti bahwa bahan baku telah memenuhi standar fisikokimia maupun mikrobiologi. Namun, persepsi konsumen tetap penting karena menjadi bagian dari pengalaman kualitas. Produsen perlu mendukung persepsi positif melalui prosedur penerimaan bahan yang terukur berdasarkan kebersihan, warna, aroma, tekstur, kondisi fisik, dan kesesuaian dengan spesifikasi produksi.

Dalam pengolahan hasil laut, mutu bahan baku merupakan titik awal yang memengaruhi seluruh tahapan berikutnya. Bahan dengan tingkat kebersihan, kadar air, aroma, atau kondisi fisik yang berbeda dapat menghasilkan karakter akhir yang tidak seragam. Walaupun responden hanya menilai produk jadi, persepsi positif terhadap bahan perlu dipertahankan melalui seleksi pemasok, pemeriksaan penerimaan, pemisahan bahan yang tidak sesuai, serta penyimpanan bahan sebelum pengolahan. Pencatatan ini penting terutama ketika usaha menggunakan bahan alami yang dapat bervariasi antarpengadaan.

Pengendalian bahan baku juga perlu mempertimbangkan variasi alami rumput laut. Perbedaan spesies, umur panen, kondisi lingkungan budidaya, serta penanganan pascapanen dapat menyebabkan variasi kandungan polisakarida, pigmen, dan senyawa bioaktif yang berpengaruh terhadap warna, aroma, tekstur, dan kekentalan produk akhir (Holdt & Kraan, 2011; Matos *et al*., 2022). Oleh karena itu, dokumentasi sederhana mengenai sumber bahan baku, kondisi penerimaan, tanggal penggunaan, dan hasil produksi dapat membantu usaha mikro menelusuri penyebab apabila terjadi perubahan mutu produk dari satu produksi ke produksi berikutnya.

Rasa dan konsistensi memperoleh nilai yang sama dengan mutu bahan baku. Temuan tersebut memperkuat pentingnya karakter sensori pada produk berbasis rumput laut. Menurut Embling *et al*. (2022), rasa dan familiaritas berperan penting dalam penerimaan pangan rumput laut. Moss & McSweeney (2021) serta Wendin & Undeland (2020) juga menunjukkan bahwa rumput laut lebih mudah diterima ketika disajikan dalam bentuk yang sudah dikenal. Minuman dengan varian rasa yang familiar dapat mengurangi ketidakpastian, tetapi konsumen tetap mengharapkan tingkat kemanisan, aroma, warna, kekentalan, dan tekstur yang relatif sama pada setiap pembelian.

Konsistensi sensori pada usaha mikro dapat dipengaruhi oleh perbedaan bahan baku, takaran, waktu pengolahan, suhu, sanitasi, volume pengisian, serta kondisi penyimpanan. Afdhaliah *et al*. (2024) menunjukkan bahwa penambahan *Kappaphycus alvarezii* dapat mengubah karakteristik fisikokimia minuman. Pranata *et al*. (2022) dan Wulansari *et al*. (2022) juga menunjukkan bahwa formulasi rumput laut memengaruhi karakteristik dan penerimaan produk. Meskipun produk yang diteliti berbeda, temuan tersebut menunjukkan perlunya penetapan formulasi, urutan proses, dan toleransi mutu akhir agar perubahan antarbatches dapat dikurangi.

Produsen dapat menetapkan acuan internal untuk rasa, aroma, warna, kekentalan, dan tekstur berdasarkan produksi yang dinilai baik. Catatan mengenai jumlah bahan, waktu, suhu, hasil sensori, dan kondisi penyimpanan dapat digunakan untuk melacak perubahan. Evaluasi sensori sederhana dapat dilakukan secara berkala oleh tim internal dan konsumen tertentu. Kegiatan tersebut tidak menggantikan uji sensori terkontrol, tetapi dapat menjadi langkah pengendalian awal yang realistis untuk memastikan produk tidak mengalami perubahan yang mencolok sebelum dipasarkan.

Acuan internal sebaiknya disertai batas-batas tindakan. Apabila rasa, warna, kekentalan, atau aroma berada di luar rentang yang ditetapkan, produk perlu diperiksa kembali sebelum dijual. Pemeriksaan dapat mencakup konfirmasi takaran, suhu, lama proses, kebersihan alat, serta kondisi bahan. Dengan cara tersebut, evaluasi sensori tidak hanya menjadi penilaian subjektif, tetapi juga terhubung dengan informasi proses yang memungkinkan tindakan korektif. Pendekatan ini dapat dikembangkan secara bertahap sesuai dengan kemampuan usaha.

Manfaat fungsional memperoleh rata-rata 3,690. Penilaian ini menunjukkan bahwa konsumen melihat adanya nilai tambah dari rumput laut, tetapi manfaat bukan satu-satunya dasar penerimaan. Baker *et al*. (2022) menegaskan bahwa pangan fungsional tetap dinilai berdasarkan rasa, keamanan, kepercayaan terhadap informasi, harga, familiaritas, dan kemudahan konsumsi. Oleh karena itu, komunikasi manfaat perlu didukung oleh kualitas yang relevan. Apabila pengujian komposisi atau kandungan gizi belum tersedia, informasi sebaiknya berfokus pada bahan yang digunakan, cara penyimpanan, dan karakteristik produk, bukan pada klaim kesehatan yang belum dapat dibuktikan.

Nilai manfaat fungsional juga dapat dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen mengenai rumput laut. Konsumen yang memahami kandungan dan pemanfaatan rumput laut mungkin memberikan penilaian yang berbeda dibandingkan konsumen yang hanya mengenal produk melalui rasanya. Oleh karena itu, edukasi dapat diberikan secara ringkas tanpa menjadikan komunikasi manfaat sebagai pengganti kualitas produk. Informasi yang terlalu teknis atau berlebihan justru dapat menimbulkan keraguan apabila tidak disertai bukti dan pengalaman konsumsi yang relevan.

Kesesuaian dengan harapan juga memperoleh rata-rata 3,690. Indikator ini mencerminkan perbandingan antara informasi sebelum pembelian dan pengalaman setelah mengonsumsi. Harapan dapat terbentuk melalui kemasan, penjelasan saat bazar, foto produk, deskripsi digital, serta ulasan konsumen. Pada Generasi Z, kualitas dapat berperan bersama *electronic word of mouth* dalam pengambilan keputusan pembelian (Rizki & Santosa, 2024). Dalam konteks pengolahan hasil laut, komunikasi tersebut

sebaiknya digunakan untuk menjelaskan karakter produk, penyimpanan, dan cara mengonsumsi secara realistis agar tidak muncul kesenjangan antara citra produk dan kualitas yang diterima.

Daya tahan produk memperoleh nilai rata-rata terendah. Walaupun perbedaannya kecil, hasil ini memberikan sinyal bahwa konsumen membutuhkan kepastian mengenai masa simpan, suhu penyimpanan, dan penanganan setelah kemasan dibuka. Minuman berbahan alami dapat mengalami perubahan warna, aroma, rasa, atau tekstur apabila disimpan tidak sesuai. Karena penelitian ini tidak melakukan uji masa simpan, nilai tersebut tidak dapat digunakan untuk menetapkan umur simpan produk. Temuan hanya menunjukkan bahwa daya tahan merupakan aspek yang relatif perlu diprioritaskan dalam evaluasi teknis selanjutnya.

Daya tahan berkaitan dengan perubahan mutu dan potensi risiko selama penyimpanan. Pengujian yang diperlukan dapat mencakup pengamatan sensori, perubahan fisik, serta pengujian mikrobiologi sesuai dengan jenis minuman dan metode pengemasannya. Penelitian ini tidak menentukan jenis maupun lama pengujian karena informasi teknis yang tersedia terbatas. Namun, hasil persepsi konsumen menjadi dasar untuk menempatkan masa simpan sebagai kebutuhan pengembangan, bukan sekadar informasi tambahan pada label.

Perbaikan daya tahan tidak selalu berarti memperpanjang umur simpan semaksimal mungkin. Prioritasnya adalah menetapkan masa simpan yang aman dan realistis berdasarkan pengujian yang memadai, menjaga mutu selama periode tersebut, serta memberikan petunjuk penyimpanan yang jelas. Ukuran kemasan dapat disesuaikan dengan waktu konsumsi yang dianjurkan. Untuk penjualan melalui bazar, kondisi transportasi dan penyimpanan selama kegiatan juga perlu diperhatikan karena perubahan suhu di luar tempat produksi dapat memengaruhi kualitas yang diterima konsumen.

Seluruh indikator persepsi kualitas memiliki koefisien korelasi sebesar 0,861–0,907, sedangkan indikator keputusan pembelian memiliki koefisien korelasi sebesar 0,719–0,798. Seluruh nilai tersebut lebih besar daripada nilai *r* tabel sebesar 0,196 sehingga setiap butir dinyatakan valid. Nilai Cronbach's alpha sebesar 0,939 untuk variabel persepsi kualitas dan 0,808 untuk variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa kedua instrumen memiliki konsistensi internal yang baik. Menurut Nunnally & Bernstein (1994), nilai Cronbach's alpha di atas 0,70 menunjukkan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang memadai untuk penelitian perilaku. Hair *et al*. (2019) juga menyatakan bahwa nilai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk yang sama secara konsisten.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Endrawati *et al*. (2022) pada produk *frozen fish*, yang melaporkan bahwa instrumen persepsi kualitas memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sebelum digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil yang serupa juga dilaporkan oleh Istifari & Rum (2023) dalam penelitian mengenai produk olahan ikan laut, di mana seluruh indikator penelitian dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara atribut produk dan keputusan pembelian. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan instrumen berbasis persepsi konsumen merupakan pendekatan yang memadai untuk mengevaluasi kualitas produk olahan perikanan dari sudut pandang konsumen.

Tabel 3. Statistik deskriptif indikator persepsi kualitas

Indikator	Rata-rata	Standar deviasi	Peringkat
Mutu bahan baku	3,730	0,930	1
Rasa dan konsistensi	3,730	0,874	1
Manfaat fungsional	3,690	0,895	3
Daya tahan produk	3,680	0,942	5
Kesesuaian dengan harapan	3,690	0,837	3
Skor konstruk	3,704	0,791	-

Validitas, Reliabilitas, dan Asumsi Regresi

Tabel 4 dan **5** merupakan hasil pengujian validitas, reabilitas dan asumsi regresi dari penelitian. Hasil pengujian asumsi regresi menunjukkan bahwa residual model berdistribusi normal berdasarkan uji Shapiro–Wilk (W = 0,980; *p* = 0,127). Uji Glejser menghasilkan nilai *p* = 0,692 sehingga tidak ditemukan indikasi heteroskedastisitas. Nilai Durbin–Watson sebesar 2,011 yang mendekati angka 2 menunjukkan bahwa residual bersifat independen. Terpenuhinya asumsi-asumsi tersebut mendukung kelayakan model regresi sehingga interpretasi koefisien dapat dilakukan dengan lebih andal (Hair *et al*., 2019; Field, 2018). Meskipun demikian, penggunaan desain potong lintang (cross-sectional) menyebabkan hubungan yang diperoleh hanya menunjukkan keterkaitan statistik dan belum dapat digunakan untuk menyimpulkan hubungan sebab-akibat secara pasti (Setia, 2016).

Regresi linear sederhana menghasilkan nilai F = 20,283 dengan *p* < 0,001, sehingga model dinyatakan signifikan. Koefisien regresi persepsi kualitas sebesar 0,250 dengan *standard error* 0,056, koefisien beta terstandar sebesar 0,414, nilai t = 4,504, dan *p* < 0,001. Interval kepercayaan 95% berada pada kisaran 0,140–0,360, sehingga tidak melintasi nilai nol. Persamaan regresi yang diperoleh adalah Y = 3,250 + 0,250X, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi kualitas berkaitan dengan peningkatan sebesar 0,250 pada skor keputusan pembelian dalam sampel penelitian.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas minuman olahan rumput laut, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Endrawati *et al*. (2022) yang melaporkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *frozen fish*. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Istifari & Rum (2023), yang menunjukkan bahwa atribut produk merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk olahan ikan laut. Kesamaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa persepsi terhadap mutu produk tetap menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian berbagai produk olahan hasil perikanan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mengevaluasi manfaat gizi produk, tetapi juga mempertimbangkan atribut mutu yang dapat diamati dan dirasakan secara langsung, seperti rasa, tekstur, konsistensi, serta kesesuaian produk dengan harapan. Kondisi ini konsisten dengan konsep *perceived quality* yang dikemukakan oleh Zeithaml (1988), yang menjelaskan bahwa penilaian kualitas dibentuk berdasarkan persepsi dan pengalaman konsumen terhadap produk. Oleh karena itu, konsistensi mutu hasil pengolahan menjadi aspek penting yang perlu dipertahankan agar kualitas yang diterima konsumen tetap konsisten pada setiap pembelian.

Tabel 4. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Konstruk	Rentang r hitung	Cronbach's alpha	Keterangan
Persepsi kualitas minuman olahan rumput laut	0,861-0,907	0,939	Valid dan reliabel
Keputusan pembelian	0,719-0,798	0,808	Valid dan reliabel

Keterangan: r tabel = 0,196; batas Cronbach's alpha = 0,70.

Tabel 5. Hasil uji asumsi regresi

Pengujian	Statistik	p	Kesimpulan
Shapiro-Wilk residual	W = 0,980	0,127	Residual normal
Glejser	t = -0,398	0,692	Tidak heteroskedastis
Durbin-Watson	2,011	-	Residual independen

Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 6 dan **7** merupakan hasil regresi linear sederhana dan kemampuan model dari penelitian. Nilai R sebesar 0,414 menunjukkan adanya hubungan positif antara persepsi kualitas minuman olahan rumput laut dan keputusan pembelian. R^2 sebesar 0,171 serta adjusted R^2 sebesar 0,163 menunjukkan bahwa persepsi kualitas secara mandiri menjelaskan 17,1% dari variasi keputusan pembelian. Sisanya, yaitu 82,9%, berkaitan

dengan faktor di luar model. Kemampuan penjelasan tersebut perlu dibaca sesuai dengan tujuan model satu prediktor. Penelitian ini tidak bermaksud menjelaskan seluruh keputusan pembelian, melainkan hanya mengukur kontribusi persepsi kualitas hasil olahan secara khusus.

Pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa kualitas hasil olahan tetap relevan dalam keputusan konsumen, sedangkan nilai R^2 mengingatkan bahwa perbaikan produk perlu diikuti dengan pengelolaan faktor lain, seperti harga, kemasan, ketersediaan, informasi, kepercayaan, dan rekomendasi sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan Endrawati *et al*. (2022) yang menemukan pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian *frozen fish*. Istifari & Rum (2023) juga menunjukkan bahwa atribut produk berperan dalam pembelian olahan ikan laut. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumen produk perikanan membutuhkan keyakinan mengenai mutu, kelayakan, keamanan, dan kesesuaian produk sebelum melakukan pembelian.

Secara praktis, koefisien positif menunjukkan bahwa peningkatan penilaian terhadap kualitas cenderung diikuti oleh penguatan keputusan pembelian. Namun, besarnya koefisien tidak dapat diterjemahkan langsung menjadi kenaikan jumlah penjualan karena variabel dependen diukur menggunakan skor persepsi. Hasil ini lebih tepat digunakan untuk menunjukkan arah hubungan dan prioritas dalam pengelolaan mutu. Keputusan produksi atau investasi tetap perlu mempertimbangkan biaya, kapasitas usaha, kestabilan pasokan bahan, serta hasil pengujian teknis.

Perbedaan konteks produk tetap perlu diperhatikan. *Frozen fish* dan olahan ikan laut memiliki karakter penyimpanan dan tingkat familiaritas yang berbeda dari minuman rumput laut. Namun, arah temuan menunjukkan bahwa evaluasi mutu merupakan mekanisme penting dalam pembelian produk perikanan. Pada produk yang relatif baru, persepsi kualitas dapat membantu mengurangi keraguan terhadap bahan, rasa, tekstur, dan daya tahan. Temuan penelitian ini melengkapi kajian pengolahan rumput laut yang lebih banyak menilai karakter fisikokimia dan sensori dari sudut pandang konsumen terhadap produk akhir.

Implikasi utama bagi STJ Fresh Healthy adalah perlunya standar sederhana untuk penerimaan bahan, formulasi, proses, pengemasan, dan penyimpanan. Tahap penerimaan bahan dapat mencakup pemeriksaan kebersihan, aroma, warna, tekstur, serta kondisi fisik. Tahap produksi perlu menetapkan takaran bahan, lama pencucian dan perendaman, urutan pencampuran, waktu dan suhu pengolahan, sanitasi alat, volume pengisian, serta kondisi penyimpanan. Produk yang menyimpang dari spesifikasi rasa, aroma, warna, tekstur, atau kemasan perlu dipisahkan dan dievaluasi sebelum dipasarkan.

Penerapan standar tidak harus langsung berbentuk sistem yang kompleks. Usaha dapat dimulai dari lembar pemeriksaan bahan, formulasi baku, catatan waktu dan suhu, pemeriksaan kemasan, serta dokumentasi penyimpanan. Setiap produk yang tidak sesuai dapat dicatat berdasarkan jenis penyimpangan serta tindakan yang dilakukan. Setelah data terkumpul, usaha dapat mengenali masalah yang paling sering muncul dan menentukan perbaikan proses yang lebih terarah. Langkah sederhana ini mendukung konsistensi hasil olahan sekaligus mempersiapkan usaha menuju pengendalian mutu yang lebih formal.

Prioritas perbaikan dapat dilakukan secara bertahap. Tahap pertama adalah mengurangi variasi rasa dan mutu antarbatch melalui formulasi dan pencatatan proses. Tahap kedua adalah menguji masa simpan serta memperjelas penyimpanan karena daya tahan memiliki nilai yang paling rendah. Tahap ketiga adalah menyelaraskan informasi manfaat dengan bukti yang tersedia. Setelah ketiga aspek tersebut lebih stabil, inovasi rasa atau ukuran kemasan dapat dilakukan melalui uji coba terbatas agar tidak mengganggu karakter produk yang telah diterima konsumen.

Tabel 6. Hasil regresi linear sederhana

Prediktor	B	SE	Beta	t	p	95% CI
Konstanta	3,250	0,210	-	15,461	< 0,001	2,833-3,667
Persepsi kualitas	0,250	0,056	0,414	4,504	< 0,001	0,140-0,360

Keterangan: B = koefisien tidak terstandar; SE = standard error; CI = confidence interval.

Tabel 7. Ringkasan kemampuan model

R	R^2	Adjusted R^2	F	df	p
0,414	0,171	0,163	20,283	1; 98	< 0,001

Implikasi bagi Pengembangan dan Pengendalian Mutu Hasil Olahan

Evaluasi konsumen dapat digunakan sebagai masukan dalam pengendalian mutu karena mencerminkan atribut produk yang dirasakan secara langsung, seperti rasa, aroma, tekstur, dan daya tahan. Namun, persepsi konsumen belum dapat menggantikan pengukuran mutu secara objektif karena hanya menggambarkan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), bukan karakteristik fisik maupun kimia produk (Zeithaml, 1988). Pada produk pangan berbasis rumput laut, evaluasi mutu perlu didukung oleh pengujian fisikokimia, mikrobiologi, sensori terkontrol, serta pengujian masa simpan agar karakteristik produk dapat dibuktikan secara ilmiah (Matos *et al*., 2022; Holdt & Kraan, 2011). Oleh karena itu, keluhan mengenai rasa, aroma, tekstur, atau daya tahan sebaiknya didokumentasikan berdasarkan varian produk, tanggal produksi, dan saluran penjualan sehingga dapat membantu mengidentifikasi pola perubahan mutu pada proses produksi maupun distribusi.

Pengintegrasian data persepsi konsumen dengan hasil pengujian teknis dapat meningkatkan ketepatan dalam pengembangan produk. Misalnya, keluhan mengenai kekentalan dapat dibandingkan dengan formulasi dan komposisi bahan baku, sedangkan keluhan mengenai daya tahan dapat dievaluasi berdasarkan data tanggal produksi, suhu penyimpanan, dan lama penyimpanan. Menurut Matos *et al*. (2022), karakteristik fisik dan sensori produk berbasis alga dipengaruhi oleh kualitas bahan baku, formulasi, serta proses pengolahan, sehingga evaluasi mutu sebaiknya dilakukan secara terpadu. Dengan demikian, persepsi konsumen dapat berfungsi sebagai indikator awal dalam mengevaluasi kualitas produk, sedangkan pengujian teknis diperlukan untuk memastikan penyebab perubahan mutu secara objektif (Holdt & Kraan, 2011).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Penelitian hanya dilakukan pada satu usaha mikro dengan teknik *purposive sampling*, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke seluruh konsumen minuman olahan rumput laut. Selain itu, indikator mutu bahan baku, manfaat, dan daya tahan dievaluasi berdasarkan persepsi konsumen tanpa disertai pengujian fisikokimia, mikrobiologi, maupun sensori yang terkontrol. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih dari satu produsen, menggunakan jumlah responden yang lebih besar, melakukan analisis fisikokimia, mikrobiologi, pengujian sensori, dan pengujian masa simpan, kemudian menghubungkan hasil pengujian tersebut dengan persepsi kualitas serta keputusan pembelian konsumen. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai mutu produk olahan rumput laut (Matos *et al*., 2022; Onwezen *et al*., 2021).

KESIMPULAN DAN SARAN

Persepsi kualitas minuman olahan rumput laut STJ Fresh Healthy berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Generasi Z di Jawa Barat serta mampu menjelaskan 17,1% variasi keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas produk, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian. Berdasarkan hasil penilaian konsumen, mutu bahan baku serta rasa dan konsistensi merupakan aspek yang memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan daya tahan merupakan aspek yang perlu diprioritaskan dalam pengembangan mutu produk. Oleh karena itu, upaya perbaikan sebaiknya difokuskan pada standardisasi bahan baku dan proses produksi, evaluasi sensori secara berkala, pengujian masa simpan, serta penyediaan informasi produk yang sesuai dengan karakteristik mutu aktual.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Padjadjaran, pemilik STJ Fresh Healthy, serta seluruh responden yang mendukung pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Durbin, J., & Watson, G. S. (1951). Testing for serial correlation in least squares regression II. *Biometrika, 38*(1–2), 159–177. https://doi.org/10.2307/2332325

Shapiro, S. S., & Wilk, M. B. (1965). An analysis of variance test for normality

(complete samples). *Biometrika, 52*(3–4), 591–611. https://doi.org/10.2307/2333709

Glejser, H. (1969). A new test for heteroskedasticity. *Journal of the American Statistical Association, 64*(325), 316–323. https://doi.org/10.1080/01621459.1969.10500976

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing, 52*(3), 2–22. https://doi.org/10.1177/002224298805200302

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using *G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods, 41*, 1149–1160. https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149

Holdt, S. L., & Kraan, S. (2011). Bioactive compounds in seaweed: Functional food applications and legislation. *Journal of Applied Phycology, 23*, 543–597. https://doi.org/10.1007/s10811-010-9632-5

World Medical Association. (2013). World Medical Association Declaration of Helsinki: Ethical principles for medical research involving human subjects. *JAMA, 310*(20), 2191–2194. https://doi.org/10.1001/jama.2013.281053

Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology, 7*(4), 396–403. https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Setia, M. S. (2016). Methodology series module 3: Cross-sectional studies. *Indian Journal of Dermatology, 61*(3), 261–264. https://doi.org/10.4103/0019-5154.182410

Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). Sage Publications.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill building approach* (8th ed.). Wiley.

Wendin, K., & Undeland, I. (2020). Seaweed as food—Attitudes and preferences among Swedish consumers: A pilot study. *International Journal of Gastronomy and Food Science, 22*, 100265. https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100265

Djafarova, E., & Bowes, T. (2021). "Instagram made me buy it": Generation Z impulse purchases in fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services, 59*, 102345. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102345

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Larasati, P., & Husni, A. (2021). Perendaman dalam air 85°C meningkatkan aktivitas antioksidan, antidiabetes, dan tingkat penerimaan konsumen teh *Sargassum crassifolium*. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia, 24*(2), 200–208. https://doi.org/10.17844/jphpi.v24i2.36131

Moss, R., & McSweeney, M. B. (2021). Do consumers want seaweed in their food? A study evaluating emotional responses to foods containing seaweed. *Foods, 10*(11), 2737. https://doi.org/10.3390/foods10112737

Onwezen, M. C., Bouwman, E. P., Reinders, M. J., & Dagevos, H. (2021). A systematic review on consumer acceptance of alternative proteins: Pulses, algae, insects, plant-based meat alternatives, and cultured meat. *Appetite, 159*, 105058. https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.105058

Baker, M. T., Lu, P., Parrella, J. A., & Leggette, H. R. (2022). Consumer acceptance toward functional foods: A scoping review. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 19*(3), 1217. https://doi.org/10.3390/ijerph19031217

Embling, R., Neilson, L., Randall, T., Mellor, C., Lee, M. D., & Wilkinson, L. L. (2022). Edible seaweeds as an alternative to animal-based proteins in the UK: Identifying product beliefs and consumer traits as drivers of consumer acceptability for macroalgae. *Food Quality and Preference, 100*, 104613.

https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104613

Endrawati, T., Karundeng, D. R., Cakranegara, P. A., Putri, R. S. W., & Nofirman. (2022). Influence of price and product quality analysis on frozen fish purchasing decisions. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 15*(2), 467–474. https://doi.org/10.29239/j.agrikan.15.2.467-474

Matos, A. P., Novelli, E., & Tribuzi, G. (2022). Use of algae as food ingredient: Sensory acceptance and commercial products. *Frontiers in Food Science and Technology, 2*, 989801. https://doi.org/10.3389/frfst.2022.989801

Pranata, D., Asikin, A. N., Irawan, I., Kusumaningrum, I., & Pamungkas, B. F. (2022). Karakteristik fisikokimia dan tingkat penerimaan konsumen siomai udang *Metapenaeus monoceros* dengan penambahan *Kappaphycus alvarezii*. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia, 25*(3), 373–381. https://doi.org/10.17844/jphpi.v25i3.42420

Wulansari, A., Dewi, E. K., Andriani, R., & Rasulu, H. (2022). Chemical characteristics, sensory analysis, and antioxidant activity of artificial nori made from *Ptilophora pinnatifida* with the addition of *Moringa oleifera* leaves. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 15*(1), 76–83. https://doi.org/10.52046/agrikan.v15i1.1007

Istifari, G. S., & Rum, M. (2023). Pengaruh produk, harga, kemasan, dan label halal terhadap keputusan pembelian produk olahan ikan laut di Kecamatan Socah, Bangkalan. *AGRISCIENCE, 4*(2), 278–292. https://doi.org/10.21107/agriscience.v4i2.18599

Afdhaliah, N., Kusumaningrum, I., & Zuraida, I. (2024). Karakteristik fisikokimia serbuk minuman jahe merah instan dengan penambahan rumput laut (*Kappaphycus alvarezii*). *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia, 27*(3), 252–265. https://doi.org/10.17844/jphpi.v27i3.47028

Rizki, M., & Santosa, A. (2024). The effect of product quality, electronic word of mouth and lifestyle on purchasing decisions in Generation Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12*(3), 565–574. https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2524