

# **ANALISIS KEAMANAN PANGAN, PREFERENSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SATE IKAN TANJUNG DI LOMBOK UTARA**

*[Analysis Of Food Safety, Preferences and Consumer Attitude to Sate Ikan Tanjung Products in North Lombok]*

**Reza Zamzami Amin<sup>1)\*</sup>, I Wayan Sweca Yasa<sup>2)</sup>, Yeni Sulastri<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Mahasiswa Fakultas Teknologi Pangan dan Agroindustri Universitas Mataram

<sup>2)</sup>Staf Pengajar Fakultas Teknologi Pangan dan Agroindustri Universitas Mataram

Jln. Majapahit No. 62, Mataram 83125

\*Email: [eza.azami@gmail.com](mailto:eza.azami@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*Sate ikan is a processed food product made from fresh fish covered with seasoning made from various spices and then grilled using coconut shell charcoal. The purpose of this study was to determine the effect of the level of food safety knowledge, preferences, and attitudes/behavior of consumers on the decision to buy sate ikan Tanjung products in North Lombok. This research was conducted directly in the field using a survey method aimed at obtaining data on consumer respondents and sate ikan merchants in the North Lombok region in 4 sub-districts, Gangga, Kayangan, Pemenang, and Tanjung. Behavior, preferences, and knowledge of consumers about food safety simultaneously had a significant effect on purchasing decisions for sate ikan Tanjung. Meanwhile, partially, consumer behavior and knowledge of food safety do not affect purchasing decisions for sate ikan Tanjung, but consumer preferences have a significant effect on purchasing decisions for sate ikan Tanjung. The value of the customer satisfaction index in buying sate ikan Tanjung is 63% or belongs to the 'satisfied' category. The attributes of the sate ikan Tanjung criteria that make consumers satisfied are taste with a satisfaction value of 70% (satisfied), product cleanliness with a satisfaction value of 56% (quite satisfied), cleanliness of the sales location with a satisfaction value of 62% (quite satisfied) and the attractiveness of sate ikan Tanjung with a satisfaction value of 62% (quite satisfied). Consumers still feel "unsatisfied" with the attributes of the sate ikan Tanjung price criteria and the service quality of sate ikan Tanjung sellers where each of these attributes has a satisfaction value of 48% (quite unsatisfied).*

**Keywords:** *consumer attitude, food safety, preferences, sate ikan, satisfaction index*

## **ABSTRAK**

Sate ikan merupakan sebuah olahan produk pangan yang berbahan dasar ikan segar yang dibalut dengan bumbu kuning yang terbuat dari berbagai rempah-rempah kemudian dipanggang menggunakan arang batok kelapa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan keamanan pangan, preferensi dan sikap/perilaku masyarakat terhadap keputusan membeli produk sate ikan Tanjung yang ada di kabupaten Lombok Utara. Penelitian ini dilakukan langsung di lapangan menggunakan metode *survey* bertujuan untuk mendapatkan data responden konsumen dan pedagang sate ikan di wilayah Lombok Utara pada 4 kecamatan, yaitu kecamatan Gangga, Kayangan, Pemenang dan Tanjung. Perilaku, preferensi dan pengetahuan konsumen tentang keamanan pangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sate ikan Tanjung. Sedangkan secara parsial, perilaku konsumen dan pengetahuan tentang keamanan pangan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sate ikan Tanjung namun preferensi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sate ikan Tanjung. Indeks kepuasan konsumen membeli sate ikan Tanjung adalah sebesar 63% atau termasuk kategori 'puas'. Atribut kriteria sate ikan Tanjung yang membuat konsumen puas adalah citarasa dengan nilai kepuasan 70% (puas), kebersihan produk dengan nilai kepuasan sebesar 56% (cukup puas), kebersihan tempat penjualan dengan nilai kepuasan sebesar 62% (cukup puas) dan daya tarik dari sate ikan Tanjung dengan nilai kepuasan sebesar 62% (cukup puas). Konsumen masih merasa "kurang puas" dengan atribut kriteria harga sate ikan Tanjung dan kualitas pelayanan pedagang sate ikan Tanjung dimana masing-masing atribut tersebut memiliki nilai kepuasan sebesar 48% (kurang puas).

**Kata kunci:** indeks kepuasan, keamanan pangan, preferensi konsumen, sate ikan, sikap konsumen