

Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Menu Rica-Rica Bekicot di Café Batas Tepi Kabupaten Magetan

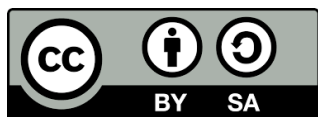
Eddy Roesdiono, Muhammad Putra Wasista, Gadis Fitri Zamhariro

Akademi Kuliner Monas Pasifik, Indonesia

Email: eddyroesdiono@monaskuliner.ac.id, mohammadmagetan@gmail.com,
fzgadis@gmail.com

Keywords:

*consumer preference level;
hedonic test; snail rica-rica;
sensory attributes; local culinary*



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author. Published by
Riviera Publishing

Kata Kunci:

tingkat kesukaan konsumen; uji
hedonik; rica-rica bekicot; atribut
sensori; kuliner lokal

Abstract

Snails (Achatina fulica) are an alternative source of animal protein that has long been used as a typical culinary raw material in Magetan Regency, one of which is snail rica-rica which is the mainstay menu at Cafe Batas Tepi. This study aims to analyze the level of consumer preference for the snail rica-rica menu reviewed from the attributes of color, aroma, taste, and texture, as well as determine the overall acceptability level and sensory attributes with the highest and lowest levels of likability. The study used a descriptive quantitative method with a hedonic test approach on 30 untrained panelists who were consumers of Cafe Batas Tepi, selected using accidental sampling techniques. The data was analyzed descriptively quantitatively using the calculation of the average value (mean) of the five-point hedonic scale. The results showed that as many as 22 respondents (73.33%) expressed their likes, 6 respondents (20.00%) expressed their dislikes, and 2 respondents (6.67%) expressed dislike for the snail rica-rica menu, with a hedonic average score of 4.07 which is included in the "Like" category. All sensory attributes tested, namely color, aroma, taste, texture, and overall acceptance, were in the category of likes. The high percentage of likes and likes (93.33%) shows that the snail's rica-rica menu has sensory characteristics that are in accordance with consumer preferences. The results of this study are expected to be a basis for consideration for Cafe Batas Tepi managers in maintaining product quality and developing menus based on local food potential in a sustainable manner.

Abstrak

Bekicot (*Achatina fulica*) merupakan sumber protein hewani alternatif yang telah lama dimanfaatkan sebagai bahan baku kuliner khas di Kabupaten Magetan, salah satunya adalah rica-rica bekicot yang menjadi menu andalan di Cafe Batas Tepi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot ditinjau dari atribut warna, aroma, rasa, dan tekstur, serta mengetahui tingkat penerimaan keseluruhan (overall acceptability) dan atribut sensori dengan tingkat kesukaan tertinggi dan terendah. Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan uji hedonik terhadap 30 panelis tidak terlatih yang merupakan konsumen Cafe Batas Tepi, dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan perhitungan nilai rata-rata (mean) skala hedonik lima poin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 22 responden (73,33%) menyatakan suka, 6 responden (20,00%) menyatakan sangat suka, dan 2 responden (6,67%) menyatakan tidak suka

terhadap menu rica-rica bekicot, dengan nilai rata-rata hedonik sebesar 4,07 yang termasuk dalam kategori "Suka". Seluruh atribut sensori yang diuji, yaitu warna, aroma, rasa, tekstur, dan penerimaan keseluruhan, berada pada kategori suka. Tingginya persentase penilaian suka dan sangat suka (93,33%) menunjukkan bahwa menu rica-rica bekicot memiliki karakteristik sensori yang sesuai dengan preferensi konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pengelola Cafe Batas Tepi dalam mempertahankan kualitas produk serta mengembangkan menu berbasis potensi pangan lokal secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu sektor yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap berbagai jenis makanan khas daerah. Keberadaan makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan pangan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas budaya yang memiliki nilai ekonomi. Berbagai daerah di Indonesia memiliki kuliner khas yang memanfaatkan sumber daya lokal sebagai bahan utama, salah satunya adalah olahan bekicot yang banyak ditemukan di wilayah Kabupaten Magetan dan sekitarnya (Ayu, 2025; Costa et al., 2024; Lawless & Heymann, 2010; Mamun et al., 2025; Maulidah et al., 2025). Bekicot (*Achatina fulica*) merupakan salah satu sumber protein hewani alternatif yang memiliki kandungan gizi cukup tinggi. Hasil penelitian mengenai kandungan nutrisi bekicot menunjukkan bahwa daging bekicot mengandung protein yang berpotensi dimanfaatkan sebagai bahan pangan. Selain mudah diperoleh, bekicot juga memiliki nilai ekonomis yang relatif tinggi apabila diolah menjadi produk makanan yang memiliki cita rasa khas dan diterima oleh konsumen (Otu et al., 2024; Safitri et al., 2026; Setyaningsih et al., 2010; Tae, 2025).

Di Kabupaten Magetan, bekicot telah lama dikenal sebagai bahan baku berbagai olahan makanan tradisional. Salah satu bentuk olahan yang cukup populer adalah rica-rica bekicot. Hidangan ini memadukan daging bekicot dengan bumbu rica-rica yang memiliki karakter rasa pedas, gurih, dan aroma rempah yang kuat. Keunikan rasa tersebut menjadikan rica-rica bekicot sebagai salah satu kuliner khas yang mampu menarik perhatian masyarakat lokal maupun wisatawan (Bongiorno et al., 2024; Manet et al., 2022; Nkansah et al., 2021). Perkembangan media sosial dalam beberapa tahun terakhir turut mendorong meningkatnya eksposur kuliner berbahan dasar bekicot. Berbagai pemberitaan dan publikasi menunjukkan bahwa warung maupun kafe yang menyajikan menu bekicot di Magetan memperoleh perhatian luas dari masyarakat. Fenomena tersebut menunjukkan adanya peningkatan minat konsumen terhadap makanan tradisional yang memiliki keunikan bahan baku dan cita rasa. Namun demikian, tingginya popularitas suatu menu belum tentu mencerminkan tingkat penerimaan konsumen yang optimal terhadap seluruh atribut produk yang disajikan (Donthu et al., 2021; Ligaszewski et al., 2024; Rosida et al., 2025; Suryadi et al., 2022; Tiboldo et al., 2024).

Cafe Batas Tepi merupakan salah satu usaha kuliner di Kabupaten Magetan yang menawarkan menu rica-rica bekicot sebagai menu andalan. Keberadaan menu tersebut menjadi daya tarik tersendiri karena mengangkat potensi pangan lokal menjadi sajian yang lebih modern dan sesuai dengan tren konsumsi masyarakat saat ini. Dalam persaingan usaha kuliner yang semakin ketat, pemahaman mengenai tingkat kesukaan konsumen menjadi aspek penting untuk menjaga kualitas produk serta meningkatkan kepuasan pelanggan (Alawiyah et al., 2025;

Andiny et al., 2025; Dikayana & Wardana, 2024). Tingkat kesukaan konsumen dapat diukur melalui penilaian terhadap berbagai atribut sensori, seperti warna, aroma, rasa, tekstur, dan tingkat penerimaan secara keseluruhan. Informasi mengenai atribut yang paling disukai maupun yang masih perlu diperbaiki dapat menjadi dasar bagi pengelola usaha dalam melakukan pengembangan produk. Selain itu, hasil penelitian mengenai preferensi konsumen juga dapat memberikan kontribusi bagi pelestarian kuliner khas daerah melalui peningkatan kualitas dan daya saing produk.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, sebagian besar kajian masih berfokus pada kandungan gizi bekicot, strategi pemasaran, dan keputusan pembelian konsumen. Penelitian yang secara khusus mengkaji tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut sensori menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut melalui pengukuran tingkat kesukaan konsumen terhadap warna, aroma, rasa, tekstur, dan penerimaan keseluruhan produk. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan perlu dilakukan.

Penelitian Maulidah, (2025) mengenai kualitas produk dan keputusan pembelian pada warung bekicot Magetan menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peranan penting dalam menarik minat konsumen. Hasil penelitian tersebut menjadi dasar bahwa evaluasi terhadap tingkat kesukaan konsumen perlu dilakukan untuk mengetahui penerimaan produk secara lebih spesifik. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, sebagian besar kajian masih berfokus pada kandungan gizi bekicot, strategi pemasaran, dan keputusan pembelian konsumen. Penelitian yang secara khusus mengkaji tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut sensori menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut melalui pengukuran tingkat kesukaan konsumen terhadap warna, aroma, rasa, tekstur, dan penerimaan keseluruhan produk.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan perlu dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan ditinjau dari aspek warna, aroma, rasa, dan tekstur, serta mengetahui tingkat penerimaan konsumen secara keseluruhan terhadap menu tersebut, dan mengidentifikasi atribut sensori yang memperoleh tingkat kesukaan tertinggi dan terendah dari konsumen terhadap menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat penerimaan konsumen terhadap produk yang disajikan serta menjadi bahan pertimbangan dalam upaya pengembangan menu berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot yang disajikan di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan berdasarkan penilaian atribut sensori produk.

Metode yang digunakan adalah uji hedonik (hedonic test), yaitu metode pengujian sensori yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kesukaan atau penerimaan konsumen terhadap suatu produk pangan. Penilaian dilakukan terhadap atribut warna, aroma, rasa, tekstur, dan penerimaan keseluruhan (overall acceptability) menggunakan skala hedonik.

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel tunggal, yaitu tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot.

Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian meliputi:

Tabel 1. Indikator Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Menu Rica-Rica Bekicot

Variabel	Indikator
Tingkat Kesukaan Konsumen	1. Warna
	2. Aroma
	3. Rasa
	4. Tekstur
	5. Penerimaan keseluruhan (overall acceptability)

Setiap indikator dinilai menggunakan skala hedonik 5 poin sebagai berikut:

Tabel 2. Skala Hedonik Tingkat Kesukaan Konsumen

Skor	Kategori
5	Sangat Suka
4	Suka
3	Cukup Suka
2	Tidak Suka
1	Sangat Tidak Suka

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli dan mengonsumsi menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan selama periode penelitian.

Sampel penelitian adalah sebagian konsumen yang membeli dan mengonsumsi menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan serta bersedia menjadi panelis tidak terlatih. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dimana setiap konsumen yang datang, membeli, dan mengonsumsi menu rica-rica bekicot selama penelitian berlangsung dapat dijadikan responden apabila memenuhi kriteria penelitian.

Menurut Setyaningsih, Apriyantono, dan Sari (2010), jumlah panelis tidak terlatih pada uji hedonik umumnya berkisar antara 30–100 orang. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan sebanyak 30 panelis tidak terlatih yang merupakan konsumen Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan.

Kriteria Sampel

1. Berusia minimal 17 tahun.
2. Pernah atau sedang mengonsumsi menu rica-rica bekicot.
3. Bersedia menjadi responden penelitian.

4. Mengisi lembar penilaian secara lengkap.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses penyajian menu rica-rica bekicot serta kondisi pelaksanaan penelitian di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan.

2. Uji Hedonik

Uji hedonik dilakukan dengan memberikan sampel rica-rica bekicot kepada panelis tidak terlatih. Selanjutnya panelis diminta memberikan penilaian terhadap atribut warna, aroma, rasa, tekstur, dan penerimaan keseluruhan menggunakan lembar uji hedonik yang telah disediakan.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil uji hedonik dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.

- a. Menghitung Nilai Rata-Rata (Mean)

Nilai rata-rata digunakan untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen pada setiap atribut sensori.

Rumus nilai rata-rata yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = nilai rata-rata

$\sum X$ = jumlah seluruh skor penilaian panelis

N = jumlah panelis

- b. Interpretasi Hasil

Hasil rata-rata skor hedonik diinterpretasikan menggunakan kategori berikut:

Tabel 3. Interval Interpretasi Skor Uji Hedonik

Interval Skor	Kategori
4,21 – 5,00	Sangat Suka
3,41 – 4,20	Suka
2,61 – 3,40	Cukup Suka
1,81 – 2,60	Tidak Suka
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Suka

Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan uraian deskriptif untuk menggambarkan tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot berdasarkan atribut warna, aroma, rasa, tekstur, dan penerimaan keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode uji hedonik dengan melibatkan 30 panelis tidak terlatih yang merupakan

konsumen Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan. Setiap panelis diminta memberikan penilaian terhadap produk menggunakan skala hedonik lima tingkat, yaitu Sangat Suka (5), Suka (4), Cukup Suka (3), Tidak Suka (2), dan Sangat Tidak Suka (1).

Berdasarkan hasil uji hedonik diperoleh distribusi penilaian sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Distribusi Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Menu Rica-Rica Bekicot

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Suka	5	6	20,00
Suka	4	22	73,33
Cukup Suka	3	0	0,00
Tidak Suka	2	2	6,67
Sangat Tidak Suka	1	0	0,00
Jumlah		30	100,00

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa sebanyak 22 responden (73,33%) memberikan penilaian Suka, sedangkan 6 responden (20,00%) memberikan penilaian Sangat Suka terhadap menu rica-rica bekicot. Sebanyak 2 responden (6,67%) menyatakan Tidak Suka, sedangkan tidak terdapat responden yang memberikan penilaian Cukup Suka maupun Sangat Tidak Suka.

Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai rata-rata (mean) untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen secara keseluruhan.

Perhitungan skor dilakukan sebagai berikut: Sangat Suka = $6 \times 5 = 30$, Suka = $22 \times 4 = 88$, Cukup Suka = $0 \times 3 = 0$, Tidak Suka = $2 \times 2 = 4$, dan Sangat Tidak Suka = $0 \times 1 = 0$

Jumlah skor = 122

Mean:

$$\bar{X} = 122 \div 30 = 4,07$$

Berdasarkan interval interpretasi skor hedonik, nilai rata-rata sebesar 4,07 berada pada rentang 3,41–4,20, sehingga termasuk kategori "Suka". Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum konsumen memberikan penilaian positif terhadap menu rica-rica bekicot yang disajikan di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan berada pada kategori Suka dengan nilai rata-rata sebesar 4,07. Nilai tersebut menunjukkan bahwa produk yang disajikan telah mampu diterima dengan baik oleh sebagian besar konsumen.

Persentase responden yang memberikan penilaian Suka dan Sangat Suka mencapai 93,33%, sedangkan hanya 6,67% responden yang memberikan penilaian Tidak Suka. Tingginya tingkat penerimaan tersebut menunjukkan bahwa menu rica-rica bekicot memiliki karakteristik yang sesuai dengan preferensi konsumen. Hal ini dapat dipengaruhi oleh penggunaan bekicot segar sebagai bahan baku, pengolahan yang tepat, serta penggunaan bumbu rica-rica yang memberikan cita rasa pedas dan gurih yang khas. Temuan penelitian ini mendukung pendapat Julianingsih dan Prasetyo (2003) yang menyatakan bahwa kualitas produk berbumbu rica-rica dipengaruhi oleh komposisi bahan, proses pengolahan, dan teknik penyajian. Kombinasi ketiga aspek tersebut akan menghasilkan karakteristik sensori yang baik sehingga dapat meningkatkan penerimaan konsumen terhadap suatu produk pangan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Ernawati (2023) yang menjelaskan bahwa rica-rica bekicot merupakan salah satu kuliner khas yang memiliki cita rasa autentik dan banyak diminati masyarakat. Tingginya tingkat kesukaan konsumen dalam penelitian ini memperkuat bahwa menu rica-rica bekicot memiliki daya tarik sebagai salah satu produk kuliner khas Kabupaten Magetan. Selain itu, hasil penelitian ini mendukung penelitian Maulidah (2025) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada usaha kuliner bekicot di Kabupaten Magetan. Dalam penelitian ini, kualitas produk tercermin dari tingginya tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot. Semakin baik kualitas sensori produk, maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan konsumen.

Meskipun demikian, masih terdapat dua responden (6,67%) yang memberikan penilaian Tidak Suka. Perbedaan penilaian tersebut dapat disebabkan oleh adanya variasi preferensi individu terhadap makanan berbahan dasar bekicot maupun tingkat kesukaan terhadap rasa pedas yang menjadi ciri khas masakan rica-rica. Setiap konsumen memiliki pengalaman, kebiasaan makan, dan preferensi yang berbeda sehingga penilaian terhadap suatu produk pangan dapat bervariasi. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan telah memperoleh tingkat penerimaan yang baik dari konsumen. Hal ini dibuktikan dengan dominasi penilaian pada kategori Suka dan Sangat Suka, serta nilai rata-rata uji hedonik sebesar 4,07. Oleh karena itu, menu rica-rica bekicot memiliki potensi untuk dipertahankan sebagai salah satu menu unggulan Cafe Batas Tepi serta dapat terus dikembangkan melalui peningkatan kualitas bahan baku, konsistensi cita rasa, dan penyajian produk agar kepuasan konsumen semakin meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Tingkat kesukaan konsumen terhadap warna menu rica-rica bekicot berada pada kategori suka. Warna produk dinilai menarik dan sesuai dengan karakteristik masakan rica-rica sehingga mampu memberikan kesan positif kepada konsumen. (2) Tingkat kesukaan konsumen terhadap aroma menu rica-rica bekicot berada pada kategori suka. Aroma rempah-rempah yang khas serta penggunaan bumbu rica-rica mampu meningkatkan daya tarik produk dan memberikan pengalaman sensori yang baik bagi konsumen. (3) Tingkat kesukaan konsumen terhadap rasa menu rica-rica bekicot berada pada kategori suka. Perpaduan cita rasa pedas, gurih, dan bumbu yang meresap menjadi salah satu faktor utama yang mendukung tingginya penerimaan konsumen terhadap produk. (4) Tingkat kesukaan konsumen terhadap tekstur menu rica-rica bekicot berada pada kategori suka. Tekstur daging bekicot yang cukup empuk dan sesuai dengan harapan konsumen memberikan kontribusi terhadap tingkat kesukaan produk. (5) Tingkat penerimaan konsumen secara keseluruhan (overall acceptability) terhadap menu rica-rica bekicot berada pada kategori suka. Hasil uji hedonik menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 4,07, yang termasuk dalam kategori "Suka". Sebanyak 22 responden (73,33%) menyatakan suka, 6 responden (20,00%) menyatakan sangat suka, dan hanya 2 responden (6,67%) yang menyatakan tidak suka. (6) Atribut sensori yang paling disukai konsumen secara umum adalah karakteristik keseluruhan menu rica-rica bekicot yang menghasilkan tingkat penerimaan tinggi, ditunjukkan dengan

dominasi penilaian suka dan sangat suka sebesar 93,33%. Sementara itu, masih terdapat sebagian kecil konsumen (6,67%) yang memberikan penilaian tidak suka, yang diduga dipengaruhi oleh perbedaan preferensi individu terhadap olahan bekicot maupun tingkat kepedasan makanan. Secara keseluruhan, menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan memiliki tingkat penerimaan yang baik dan layak dipertahankan serta dikembangkan sebagai salah satu menu unggulan berbasis kuliner lokal.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat kesukaan konsumen terhadap menu rica-rica bekicot di Cafe Batas Tepi Kabupaten Magetan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: Melakukan penelitian dengan jumlah responden yang lebih banyak sehingga hasil penelitian memiliki tingkat representativitas yang lebih tinggi. Mengkaji tingkat kesukaan konsumen berdasarkan masing-masing atribut sensori (warna, aroma, rasa, tekstur, dan penerimaan keseluruhan) secara lebih mendalam sehingga dapat diketahui atribut yang paling berpengaruh terhadap tingkat kesukaan konsumen. Menambahkan variabel lain, seperti kepuasan konsumen, minat beli ulang, loyalitas pelanggan, atau pengaruh kualitas pelayanan terhadap penerimaan produk untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Menggunakan metode analisis yang lebih beragam, seperti uji statistik inferensial atau analisis hubungan antarvariabel, apabila jumlah sampel dan desain penelitian memungkinkan.

PENDANAAN

Penelitian ini dilaksanakan secara mandiri tanpa adanya dukungan finansial dari pihak manapun.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan, serta bebas dari hubungan komersial maupun finansial yang berpotensi menimbulkan konflik terkait penelitian ini.

KONTRIBUSI PENULIS

Seluruh penulis berkontribusi secara seimbang (dibagi rata) dalam proses penyusunan ide, analisis, hingga penulisan naskah ini.

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN ARTIFISIAL GENERATIF

Dalam penyusunan naskah ini, penulis menggunakan bantuan Artificial Intelligence (AI) yang terbatas hanya untuk keperluan perbaikan tata bahasa dan pengecekan penggunaan bahasa.

REFERENSI

- Alawiyah, N., Farmayanti, N., & Dewi, T. G. (2025). Pengaruh electronic word of mouth (eWOM) terhadap keputusan pembelian produk Esteh Indonesia. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*, 15(1), 163–176. <https://doi.org/10.29244/fagb.15.1.163-176>
- Andiny, Sitorus, P. N. N., Cahyadi, W., & Mardayanti, I. (2025). Pengaruh content marketing dan electronic word of mouth (E-WOM) terhadap keputusan pembelian pada UMKM Keripik Ayra di Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v9i2.17300>
- Ayu, W. K. (2025). *Pengaruh e-WOM, content marketing dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di Warung Bekicot Magetan* [Universitas Muhammadiyah

- Ponorogo]. <https://eprints.umpo.ac.id/16744/>
- Bongiorno, D., Giosuè, C., Indelicato, S., Avellone, G., Maniaci, G., Del Core, M., & D'Agostino, F. (2024). Helix aspersa aspersa flour: An evaluation for dietary supplementation. *Heliyon*, 10(12), e33373. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e33373>
- Costa, A. I. de A., Monteiro, M. J. P., & Lamy, E. (Eds.). (2024). *Sensory evaluation and consumer acceptance of new food products: Principles and applications*. Royal Society of Chemistry. <https://doi.org/10.1039/9781839166655>
- Dikayana, N. P. D. P., & Wardana, I. M. (2024). Peran kepercayaan merek memediasi pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian kosmetik Madame Gie. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 13(5), 722–745. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2024.v13.i05.p01>
- Donthu, N., Kumar, S., Pandey, N., Pandey, N., & Mishra, A. (2021). Mapping the electronic word-of-mouth (eWOM) research: A systematic review and bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 135, 758–773. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.07.015>
- Lawless, H. T., & Heymann, H. (2010). *Sensory evaluation of food: Principles and practices*. Springer.
- Ligaszewski, M., Surówka, K., Szymczyk, B., Pol, P., & Anthony, B. (2024). Effect of boiling on chemical composition of small brown snail (*Cornu aspersum aspersum*) meat. *Annals of Animal Science*, 24(1), 257–268. <https://doi.org/10.2478/aoas-2023-0064>
- Mamun, A. A., Yudhastuti, R., Mahmudiono, T., & Yaakob, H. (2025). Nutritional potential and health risks of *Achatina fulica* land snail: An unutilized food source. *Food and Humanity*, 5, 100827. <https://doi.org/10.1016/j.foohum.2025.100827>
- Manet, L., Balebe, R. M. M., Bonny, P., Likeng, J. D. P., Mouafo, H. T., & Medoua, G. N. (2022). Proximate composition, microbiological quality and presence of total aflatoxins and aflatoxin B1 in the flesh of three snails' species (*Achatina achatina*, *Achatina fulica*, and *Archachatina marginata*) from selected locality of Yaoundé, Cameroon. *Heliyon*, 8(5), e09527. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09527>
- Maulidah, S., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2025). Pengaruh electronic word of mouth (E-WOM), kualitas produk, daya tarik konten, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian Warung Bekicot Magetan. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 7. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/8086>
- Nkansah, M. A., Agyei, E. A., & Opoku, F. (2021). Mineral and proximate composition of the meat and shell of three snail species. *Heliyon*, 7(10), e08149. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08149>
- Otu, L. R., Iswandi, I., & Wulandari, D. (2024). Testing the antibacterial activity of snail mucia (*Achatina fulica*) against *Escherichia coli* bacteria and testing total protein contents. *PHARMADEMICA: Jurnal Kefarmasian Dan Gizi*, 4(1), 23–36. <https://doi.org/10.54445/pharmademica.v4i1.54>
- Rosida, D. F., Rini, D. M., & Ernawati, D. (2025). Consumer sensory evaluation of flavour enhancers derived from snail protein hydrolysate using the Rate-All-That-Applies method. *Czech Journal of Food Sciences*, 43(4), 263–273. <https://doi.org/10.17221/235/2024-CJFS>
- Safitri, R. P., Wikanso, & Wirawan, Y. R. (2026). Pengaruh diversifikasi produk dan viral marketing terhadap keunggulan bersaing: Studi kasus Warung Bekicot Magetan. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa)*. <https://jurnalhost.com/index.php/jekma/article/view/674>
- Setyaningsih, D., Apriyanton, A., & Sari, M. P. (2010). *Analisis sensori untuk industri pangan dan agro*. IPB Press.
- Suryadi, U., Hertamawati, R. T., & Imam, S. (2022). Hydrolyzation of snail (*Achatina fulica*) meat with rice water as novel probiotic supplements for animal feed. *Veterinary World*,

- 15(4), 937–942. <https://doi.org/10.14202/vetworld.2022.937-942>
- Tae, G. S. (2025). Nutritional potential of the giant African land snail (*Achatina fulica*) as a sustainable protein source for food and feed. *Journal of Agriculture and Food Research*, 23, 102179. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2025.102179>
- Tiboldo, G., Arata, L., & Coderoni, S. (2024). Back to the future: Are consumers ready to eat insect-fed poultry food products from a circular farming system? An assessment for Italy. *Future Foods*, 9, 100290. <https://doi.org/10.1016/j.fufo.2023.100290>