

## ANALISIS MOTIVASI PECINTA KULINER MAKANAN TRADISIONAL DI KOTA SEMARANG

**Krisnawati Setyaningrum Nugraheni, Tuwuh Adhistyo Wijoyo**

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata (STIEPARI) Semarang  
Jl. Lamongan Tengah No.2, Bendan Ngisor, Kec. Gajahmungkur,  
Kota Semarang, Jawa Tengah

---

### Informasi Artikel

Dikirim: 4 Oktober 2020  
Diterima: 28 Juni 2021

---

### Korespondensi pada penulis :

Telepon:  
087836602502  
Email:  
[krisnawati.stiepari@gmail.com](mailto:krisnawati.stiepari@gmail.com)

### Abstract

*Traditional food is food that is formed by a process of development that lasts for years, because of the fear of being abandoned by the younger generation, forgetting and refusing to consume traditional food which has existed before. So the purpose of this study is to determine the factors that influence the motivation of traditional food culinary lovers in Semarang City. The data analysis technique used is descriptive statistics and factor analysis using the SPSS 25 program. Based on the results of the research that has been done, the following conclusions can be drawn. The motivational factors for choosing food for traditional food culinary lovers in the city of Semarang by using 400 respondents can be drawn the following conclusions, namely, there are six determining factors that can be seen from the highest loading factor of each formed factor. These factors are natural ingredients factors, sensory attractiveness factors, price, mood factors, healthy food factors, and familiarity factors. The dominant factor of motivation for choosing food for traditional food culinary lovers is the natural content factor.*

---

**Keywords:** Food Choice Motivation; Motivation; Traditional Food

---

### PENDAHULUAN

Bisnis kuliner sedang berkembang di Indonesia, dibuktikan dengan hadirnya berbagai makanan unik, adanya festival wisata kuliner, dan tren kuliner yang sudah menjadi gaya hidup masyarakat. Perkembangan bisnis kuliner searah dengan perkembangan atau perubahan budaya yang dimiliki oleh masyarakat serta sikap yang mana untuk saat ini kebiasaan makan di luar rumah menjadi kebudayaan baru. Pembisnis kuliner mulai banyak berinovasi menciptakan makanan unik, kreatif, pelayanan prima, kualitas makanan terjaga, tempat makan higienis, inovasi, hingga konsep suasana makan yang menarik. Makanan dibedakan menjadi dua jenis yaitu makanan modern dan makanan tradisional. Makanan tradisional merupakan makanan yang terbentuk dari proses berjalannya waktu dan berkembang hingga bertahun-tahun (Almli et al., 2011). Sedangkan makanan modern merupakan makanan yang berkembang pada zaman modern dimana pilihan makanan sudah beragam dan memiliki produk pengolahan makanan yang lebih berkembang. Secara umum makanan modern lebih banyak disukai dari berbagai kaum dimulai dari anak-anak hingga dewasa, karena daya pikat yang unik, lebih praktis, cepat dalam penyajian (*instant*) dan cepat saji (*fast food*). Makanan modern kini telah banyak hadir di pinggir jalan. Usia remaja hingga dewasa antara 15-34 tahun merupakan konsumen terbanyak yang menyukai menu *fast food*. Konsumen lebih memilih makanan yang disajikan secara cepat, enak dan mengenyangkan. Dengan data demikian sangat dikuatirkan generasi muda cenderung melupakan dan menolak makanan tradisional yang mana telah ada lebih dahulu.

Kota Semarang merupakan daerah tujuan wisata yang cukup terkenal, terutama wisata Budaya dan wisata makanan di Jawa Tengah. Kota Semarang kini telah menjadi ikon Pariwisata di Jawa Tengah khususnya produk makanannya (Susanti, 2015). Sebagian besar masyarakat yang menetap di Kota Semarang merupakan masyarakat multikultur, sehingga kuliner Semarang tidak dapat lepas dari bauran berbagai kebudayaan. Pecinta kuliner memiliki suatu kebutuhan dan tergerak untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Motivasi untuk berwisata kuliner di destinasi wisata bisa dikarenakan untuk mempelajari pengetahuan baru, mengenal makanan lokal dari destinasi yang dikunjungi, atau menganggap makanan lokal di destinasi lebih sehat karena berbahan baku segar serta terdapat motivasi-motivasi lainnya. Wisatawan bisa jadi memiliki kecenderungan bersedia untuk mau mencoba makanan baru yang belum pernah dia temui sebelumnya, namun ada pula wisatawan yang cenderung tidak mau mencoba makanan baru yang belum pernah dia temui (Haryati, 2016). Pada penelitian yang pernah dilakukan oleh Pearcy & Zhan (2018) pada mahasiswa China dan Amerika, faktor motivasi pemilihan makanan dengan nilai tertinggi mahasiswa Amerika pada motivasi harga dan kenyamanan cenderung identik dengan *fastfood*, murah dan mudah didapat. Penelitian lain oleh Pieniak et al. (2009) dan Wang et al. (2015) tentang pemilihan makanan menyatakan berbagai faktor yang mendorong dalam pemilihan makanan, antara lain kepedulian terhadap kesehatan (*health*), kemudahan/ kenyamanan (*convenience*), keakraban (*familiarity*), perasaan (*mood*), daya tarik sensorik (*sensory appeal*), harga (*price*), pengontrolan berat badan (*weight control*), keprihatinan etis (*ethical concern*), komposisi makanan (*natural content*) dan persepsi resiko (*risk perception*). Satu peneliti dalam mengembangkan FCM (*Food Choice Motivation*) untuk mengetahui motivasi pemilihan makanan yaitu kesehatan, mood, kenyamanan, daya tarik indera, konten alami, harga, kontrol berat badan, keakraban dan perhatian etis (Elhoushy, 2020; Szakály et al., 2018). Menurut Thong & Solgaard (2017) menyatakan bahwa “*Motivation is defined as/ goal-directed behavior. It concerns the level of effort one exert in pursuing a goal....it’s closely performance.*” Definisi ini memiliki arti bahwa motivasi dirumuskan sebagai perilaku yang ditujukan pada sasaran. Motivasi berkaitan dengan tingkat usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mengejar suatu tujuan. Motivasi berkaitan dengan kepuasan dan performansi pekerjaan. Pembahasan dan fenomena yang ada dikaitkan dengan perilaku pecinta kuliner, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Motivasi Pecinta Kuliner Makanan Tradisional di Kota Semarang”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor pengaruh motivasi pecinta kuliner makanan Tradisional di Kota Semarang.

## METODE

Penelitian dilakukan pada bulan Juli 2019 – September 2020. Pemilihan lokasi di kota Semarang yang menjual makanan tradisional. Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian, Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan atau pecinta makanan tradisional Kota Semarang. Populasi yang diambil adalah jumlah pengunjung makanan tradisional di Semarang sebesar 58.592.562 (Sumber data dari BPS Kota Semarang tahun 2019). Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sudah pernah membeli lebih dari 2 kali di tempat kuliner makanan tradisional di Kota Semarang baik pria maupun wanita, usia produktif antara 16 – 55 tahun ke atas. Sampel merupakan bagian dari subjek yang sesungguhnya menjadi suatu penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode sampling yang digunakan adalah metode *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan menunjuk siapa saja atau secara kebetulan saja yang ditemui di lokasi lalu secara insidental dengan tidak menggunakan perencanaan tertentu, namun dibatasi jumlahnya yang mana data dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan sebesar 400 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dengan skala likert dan statistik inferensial, yang meliputi : uji validitas, uji reliabilitas dan analisis faktor yang didukung dengan program SPSS 25 (Ghozali, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Makanan Tradisional

Kota Semarang merupakan daerah tujuan wisata yang cukup terkenal, terutama wisata Budaya dan wisata kuliner di Jawa Tengah. Kota Semarang telah menjadi ikon Pariwisata di Jawa Tengah khususnya produk makanannya. Berikut deskripsi makanan tradisional yang terkenal di Semarang :

1. Nasi ayam, adalah salah satu makanan khas yang terdapat di kota Semarang. Makanan ini dianggap mirip dengan nasi liwet yang ada di Solo. Makanan ini tersebar hampir diseluruh wilayah kota Semarang dan menjadi kuliner andalan bagi mereka yang mencari menu untuk sarapan pagi, dan bahkan nasi ayam juga bisa ditemui di malam hari. Nasi dengan kuah opor ini disajikan dengan sambal goreng labu dan di taburi dengan irisan daging ayam dan biasanya para pecintanya menikmati dengan menambahkan lauk sate usus atau sate uritan. Nasi ayam ini menurut kabarnya sudah mulai dikenal oleh masyarakat pada umumnya sejak tahun 1960an.
2. Bandeng duri lunak, adalah salah satu kuliner andalan kota Semarang yang cukup melegenda dengan menjadikannya sebagai salah satu oleh-oleh khas kota Semarang. Bandeng duri lunak di proses dengan metode Presto atau metode memasak dengan tekanan tinggi yang dapat membuat duri didalam ikan bandeng menjadi lunak sehingga mudah untuk dimakan. Ikan bandeng awalnya banyak terkenal didaerah Pati atau banyak dikenal didaerah Juwana yang konon kabarnya dibawa ke Semarang untuk dikenalkan sebagai produk olahan baru yang ternyata mendapatkan respon yang baik. Seiring berkembangnya jaman, bandeng duri lunak banyak dikembangkan oleh masyarakat untuk dijual yang mana saat ini sangat mudah dijumpai khususnya di pusat oleh-oleh kota Semarang, seperti yang ada di Jalan Pandanaran kota Semarang.
3. Tahu gimbal, merupakan salah satu kuliner yang cukup populer di Kota Semarang. Kuliner ini merupakan berupa perpaduan tahu yang di goreng dan disiram dengan saus kacang dan menggunakan lontong sebagai karbohidratnya. Tahu gimbal dilengkapi dengan irisan kobis dan tauge serta telur goreng diatasnya. Yang menjadi sangat penting didalam tahu gimbal adalah ditambahi dengan Gimbal urang yang adalah kudapan berupa gorengan udang dengan tepung seperti layaknya dadar. Gimbal urang ini disajikan dengan cara di potong-potong dan ditaburi diatasnya. Kuliner ini hampir mirip dengan beberapa kuliner yang ada di kota lain seperti Nasi lengko yang ada di Tegal, dan tahu Blora. Tahu gimbal memiliki ciri yang unik dengan penyajian daun kol yang di goreng dan adanya Gimbal urang tersebut. Tahu gimbal sangat mudah ditemukan di kota Semarang karena banyak pedagang yang menjajakannya, bukan hanya di warung saja namun juga bisa ditemui menggunakan gerobak keliling.
4. Garang asem, adalah salah satu kuliner yang cukup terkenal di Kota Semarang. Pada dasarnya kuliner ini adalah kuliner yang dikenalkan oleh masyarakat yang berasal dari Purwodadi. Garang asem berkembang pesat di Semarang karena dianggap cocok dengan kondisi lingkungan yang ada di Kota Semarang. Garang asem merupakan olahan daging ayam kampung yang dimasak dengan cara di kukus dan dibungkus menggunakan daun pisang sebagai alasnya. Karakteristik berkuah dengan citarasa asam dan pedas menjadi daya Tarik utamanya. Kuliner ini dengan mudah ditemukan di warung-warung makan dikota Semarang dengan harga yang cukup terjangkau. Makanan ini dikenal dengan sejarah yang mencatatnya sebagai makanan yang cukup mewah pada jaman dahulu karena sudah menggunakan daging ayam sebagai hidangan utamanya yang mana pada saat itu hanya mereka yang memiliki uang banyak yang mampu membeli dan menikmati daging ayam.
5. Mie kopyok, adalah kuliner khas di kota Semarang yang mungkin tergolong sangat mudah ditemukan. Makanan ini banyak ditemukan dengan dijajakan diatas gerobak dorong. Bagi pecinta makanan vegetarian, mie kopyok menjadi salah satu kuliner yang direkomendasikan karena sama sekali tidak menggunakan daging. Makanan ini adalah perpaduan mie kuning dan tauge yang sudah direndam air panas sebelum disajikan dan diguyur dengan kuah dengan bumbu bawang putih yang menjadi ciri khasnya. Kerupuk gendar merupakan salah satu komponen utama yang wajib ada dan disajikan bersama mie kopyok tersebut. Beberapa nama besar sudah banyak yang lahir dengan menjajakan makanan ini. Itulah sebabnya kuliner ini sangat identik dengan kota Semarang.

6. Soto semarang, merupakan kuliner legenda yang ada di kota Semarang. Soto merupakan kuliner Peranakan yang berkembang pesat dan bahkan dijadikan salah satu kuliner unggulan di Indonesia yang di populerkan di kancah internasional. Soto semarang memiliki cita rasa yang unik dengan penyajiannya didalam mangkok dengan ukuran yang tidak terlalu besar dan dilengkapi dengan kudapan tempe goreng sebagai ciri khasnya. Selain itu sate telur puyuh, ayam, uritan yang di oleh dengan cara dibacem juga menjadi ciri khasnya. Soto semarang banyak dikenal masyarakat luas, bahkan bisa dikategorikan sebagai kuliner masyarakat pada umumnya yang biasanya cocok disajikan untuk makan pagi, meskipun pada malam hari kita juga sangat mudah mendapatkannya.
7. Tahu petis, adalah salah satu kudapan yang sangat dikenal di kota Semarang. Makanan utamanya adalah tahu goreng yang diisi dengan petis. Petis yang digunakan adalah berbahan dasar udang dan biasanya memiliki warna coklat ke hitamam yang merupakan hasil olahan dari udang tersebut. Tahu petis ini mudah ditemui dan relative terjangkau harganya karena di jajakan oleh penjual gorengan yang mudah ditemui dimanapun. Tahu petis memiliki cita rasa yang gurih dengan petisnya sendiri yang memiliki rasa gurih manis.
8. Loempia, kuliner ini sudah sangat melekat dengan nama kota Semarang. Lumpia merupakan kuliner hasil akulturasi budaya dari china dan jawa yang terus terjaga sampai sekarang dan juga menjadi kuliner unggulan di Kota Semarang. Loempia memiliki makna kue gulung, yang terdiri dari kulit loempia dan irisan rebung yang sudah dimasakan dengan dicampuri telur dan udang dengan bumbu yang memiliki citarasa gurih. Loempia ini bisa disajikan dalam kondisi digoreng atau tanpa digoreng karena kulit yang digunakan sudah matang sebelumnya. Loempia sangat mudah ditemukan, di sepanjang jalan MT. Haryono yang dijadikan sebagai kawasan penjual loempia dan juga dipusat oleh oleh Pandanaran maupun yang ada di kampung Semarang.
9. Tahu pong, adalah kuliner Peranakan yang sampai saat ini masih banyak ditemukan dikota Semarang. Kuliner ini merupakan kuliner Peranakan yang menurut infonya adalah diprakarsai oleh warga jepang yang sebelumnya banyak diketahui dengan nama *abura-age* atau *pocket tofu* pada abad ke 18. Tahu pong ini disajikan dengan cara digoreng.
10. Pisang planet adalah kuliner yang cukup melegenda di kota Semarang, dan penjualnya pun hanya terletak di beberapa sudut kota Semarang saja. Dulu pisang planet di jajakan dengan menggunakan pikulan dengan berkeliling. Pisang yang digunakan adalah posing kepok karena tekstur yang tidak lembek. Dimasak dengan cara di pipihkan terlebih dahulu kemudian dibakar dengan menggunakan arang dan tungku. Pada umumnya pisang planet disajikan dengan taburan gula halus, namun saat ini pisang planet mulai diinovasi dengan olesan selai bermacam-macam rasa. Sampai saat ini pisang planet masih bertahan dengan tetap melekatkan atributnya yang tetap ada sejak jaman dahulu,
11. Wedang tahu merupakan kuliner Peranakan yang juga terkenal dikota Semarang. Wedang tahu berasal dari tiongkok yang dibawa ke Indonesia pada abad ke 19. Wedang tahu berisi kembang tahu yang terbuat dari kedelai, agar-agar, gula dan garam. Wedang tahu ini disajikan dengan kuah yang terbuat dari jahe, gula merah, gula pasir dan beberapa rempah lainnya yang dinilai memiliki kandungan baik bagi tubuh. Wedang tahu mirip dengan wedang ronde yang cocok disajikan pada saat musim penghujan.
12. Mangut kepala manyung adalah kuliner yang berkembang karena perpindahan manusia di kota Semarang. Awalnya kuliner ini banyak ditemukan di kota Pati sebagai penghasil boga laut. Kepala manyung ini diproses dengan cara di asap terlebih dahulu. Berdasarkan letak geografis yang berada di wilayah pantura, maka mangut ini memiliki cita rasa pedas dan asin. Meskipun bukan kuliner asli, namun kuliner ini sudah dianggap menjadi kuliner yang erat dengan kota Semarang dan dianggap sebagai salah satu kuliner tradisional unggulan di kota Semarang.
13. Moachi adalah kuliner yang terkenal di kota Semarang, kue ini dikembangkan dikota asalnya jepang. Namun dikota Semarang, moachi disajikan dengan ciri khas yang menarik dan sering dijadikan oleh oleh. Makanan ini berbahan dasar beras ketan dan diisi dengan tumbukan kacang yang dicampur dengan gula. Moachi gemini adalah salah satu merk yang paling dikenal di kota Semarang. Inovasi dengan menambahkan taburan wijen ditasnya menjadi ciri khas nya.
14. Roti ganjel rel adalah roti yang dipertahankan turun temurun dengan cita rasa kayu manis dan memiliki bentuk seperti bilah gambang yang juga dikenal dengan roti gambang. Roti ini

dikenalkan oleh R.M. Tumenggung Aryo Purboningrat sebagai walikota Semarang. Roti ini banyak ditemukan sehari sebelum puasa.

15. Gule kambing bustaman, adalah salah satu kuliner yang ada di Kota Semarang dengan olahan daging kambing sebagai menu utamanya. Yang membedakan adalah gule yang diolah tidak menggunakan santan jadi terlihat lebih encer.

Makanan tradisional kota Semarang dijadikan wisata gastronomi perpaduan budaya Jawa, Tiongkok dan Arab. Terbentuk dari proses perkembangan budaya yang telah berjalan bertahun-tahun. Proses perkembangan dari tahun ketahun membuat makanan tradisional mempunyai cita rasa dan keunikan beraneka ragam. Beberapa makanan tersebut menunjukkan keanekaragaman mulai dari bumbu yang digunakan, bahan baku, proses pengolahan, tekstur dan penampilan makanan yang mencerminkan budaya kota Semarang.

## Gambaran Responden

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)	Keterangan
1	<b>Jenis Kelamin</b>			
	Laki-laki	154	28,5	
	Perempuan	246	61,5	
2	<b>Usia</b>			Mean = 2,325
	16-25	166	41,5	
	26-35	59	14,8	
	36-45	75	18,8	
	46-55	79	19,8	
	55 tahun ke atas	21	5,3	
3	<b>Status Marital</b>			
	Belum Menikah	196	49	
	Sudah Menikah	204	51	

Sumber : Output SPSS (2020)

Sampel yang diperoleh dari penelitian ini sebanyak 400 responden. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini merupakan wisatawan yang berasal dari dalam dan luar Semarang. Dalam penyebaran kuesioner dilakukan saat responden telah berkunjung menikmati makanan Tradisional di kota Semarang, sehingga waktu tidak ditentukan (kapan saja). Hal ini diputuskan karena dampak dari pandemi COVID-19 beberapa lokasi makanan tradisional tutup serta pengunjung tidak banyak. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Agustus 2020 dilakukan menggunakan aplikasi google formulir. Karakteristik responden pada penelitian diantaranya jenis kelamin, usia, dan status marital.

Deskripsi responden dibedakan menjadi tiga (3) yaitu responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan status marital. Berdasarkan hasil output SPSS pada Tabel 1 menunjukkan responden perempuan sebesar 61,5% atau 246 responden. Sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 28,5% atau 154 responden. Hal ini menunjukkan bahwa peminat kuliner makanan tradisional lebih didominasi perempuan daripada laki-laki. Responden berdasarkan dari usia di dominasi usia 16 – 25 tahun sebesar 41,5%. Hal ini menunjukkan pelajar dan mahasiswa ternyata juga mempunyai minat dalam kuliner makanan tradisional. Namun pada usia 46 – 55 tahun menunjukkan urutan kedua sebesar 19,8% atau 79 responden. Ini menyimpulkan bahwa peminatan akan kuliner makanan tradisional ternyata tidak membedakan usia. Usia muda maupun usia tua menyukai kuliner makanan tradisional di Kota Semarang. Sedangkan untuk responden berdasarkan status marital menunjukkan bahwa peminatan akan kuliner makanan tradisional paling besar adalah sudah menikah sebesar 51% atau 204 responden. Sedangkan responden yang belum menikah sebesar 49% atau 196 responden. Ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan status marital dalam pemilihan motivasi makanan tradisional di Kota Semarang.

## Faktor-Faktor motivasi pecinta Kuliner Makanan Tradisional di Kota Semarang

Untuk mengetahui faktor motivasi pecinta Kuliner Makanan Tradisional di Kota Semarang, analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Motivasi diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat. *Food Choice*

*Motivation* (FCM) meliputi 8 faktor dengan 20 item yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap makanan. Faktor – faktor tersebut adalah kesehatan, daya tarik sensorik, harga, pengaturan berat badan, keakraban, perasaan, kemudahan, komposisi makanan, harga, pengontrolan berat badan, kebiasaan (Stolzenbach et al., 2013; Wang et al., 2015). Pengujian analisis faktor menggunakan data kuesioner yang sudah dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas.

#### 1) Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 19 instrumen dikatakan layak atau valid.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Sub Indikator	Nilai	Keterangan
A1	0,716	Valid
A2	0,751	Valid
A3	0,741	Valid
B1	0,733	Valid
B2	0,739	Valid
B3	0,724	Valid
C1	0,466	Valid
C2	0,746	Valid
C3	0,793	Valid
D1	0,752	Valid
D2	0,570	Valid
D3	0,811	Valid
D4	0,729	Valid
E1	0,825	Valid
E2	0,864	Valid
E3	0,765	Valid
F1	0,758	Valid
F2	0,720	Valid
F3	0,809	Valid

Sumber : Output SPSS (2020)

Berdasarkan Tabel 2 di atas dari hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 19 instrumen penelitian menunjukkan bahwa ke 19 instrument penelitian dapat dikatakan layak atau valid sebagai alat pengumpulan data dikarenakan memiliki nilai  $RI > 0,3$ . Hal ini secara syarat validitas dapat terpenuhi. Uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil uji reliabel yang ditunjukkan nilai cronbach-alpha  $0,788 > 0,600$ .

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,788	19

Sumber : Output SPSS (2020)

#### 2) Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan seleksi sub indikator motivasi pemilihan makanan pecinta kuliner makanan tradisional di Kota Semarang. Hasil dari penghitungan analisis faktor dimulai dari melakukan penghitungan korelasi indikator. Untuk menguji apakah indikator saling berhubungan. Dilakukan Uji *Barlett Test* dan Uji KMO serta Uji MSA.

**Tabel 4. KMO and Bartlett's Test**

Nilai KMO	0,714
Approx. Chi-Square	346,471
df	15
sig	0,000

Sumber : Output SPSS (2020)

Berdasarkan data Tabel 2 menunjukkan nilai KMO sebesar  $0,714 > 0,5$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,5$  artinya layak difaktorkan.

- a) Uji *Barllet Test Of Sphericity*  
Uji *Barllet Test Of Sphericity* digunakan untuk menguji matrik korelasi atau hubungan antar variabel Dalam hal ini nilai Uji *Barllet Test Of Sphericity* sebesar 346,471 dan nilai signifikan 0,000.
- b) Uji *Measure Of Sampling Asequancy (MSA)*
- c) Uji MSA ditunjukkan pada *Anti Image Correlation*. Apabila nilai Uji MSA dari masing-masing indikator  $> 0,5$  maka dapat di proses lebih lanjut. Berdasarkan hasil uji MSA tidak ada nilai MSA dibawah 0,5 proses analisis faktor dapat dilanjutkan.

### 3) Ekstraksi Faktor

Ekstraksi faktor digunakan untuk mereduksi data dari beberapa indikator untuk menghasilkan faktor yang lebih sedikit dan mampu menjelaskan korelasi antara indikator yang di teliti. Metode ekstrasi faktor yang digunakan metode PCA (*Principal Component Analysis*). Faktor yang dipilih memiliki nilai *eigenvalue*  $> 1$ , maka semakin besar nilai *eigenvalue* semakin besar juga faktor tersebut mewakili sekelompok variabel. Pada data ini terdapat *eigenvalue* terbentuk dari 19 sub variabel. Didapat 6 faktor yang memiliki nilai *eigenvalue* lebih dari 1. 6 faktor tersebut senilai 60,237%. P nilai *eigenvalues* yang dimiliki 6 faktor yaitu 4,336; 1,878; 1,565; 1,425; 1,227; 1,014. dengan memiliki nilai kumulatif sebesar 60.237 %.

### 4) Rotasi Faktor

Tujuan rotasi faktor untuk mencari faktor optimal korelasi antara indikator.

**Tabel 5. Hasil Rotasi faktor motivasi pecinta Kuliner Makanan Tradisional di Kota Semarang**

No	Sub Indikator	Faktor	<i>Eigenvalue</i>	<i>Loading Factor</i>	<i>Percent Of Variance %</i>
1	E1	Bahan alami	4,336	0,686	22,822
	E2			0,720	
	E3			0,759	
2	D1	Daya tarik sensory inderawi	1,878	0,767	9,885
	D2			0,586	
	D3			0,794	
	D4			0,559	
3	F1	Harga terjangkau	1,565	0,731	8,236
	F2			0,741	
	F3			0,630	
4	B1	Mood	1,425	0,771	7,500
	B2			0,594	
	B3			0,770	
	C1			0,384	
5	A1	Makanan menyehatkan	1,227	0,644	6,457
	A2			0,487	
	A3			0,794	
6	C2	Keakraban	1,014	0,656	5,336
	C3			0,705	

Sumber : Output SPSS, (2020)

### 4) Interpretasi Faktor

Pada Tabel 4 di interpretasikan bahwa dari 19 variabel yang digunakan mengukur motivasi pemilihan makanan pecinta kuliner makanan tradisional di kota Semarang diperoleh 6 (enam) faktor dengan nilai kumulatif sebesar 60.237%. Berdasarkan 6 faktor yang terbentuk berikut adalah penamaan dari 6 faktor tersebut sebagai berikut :

- a) Faktor *Natural Content*. Faktor 1 memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 4,336 dan memiliki *variance* sebesar 22,822 % terdapat empat sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi diatas 0,5 yaitu. a) Bahan makanan mengandung bahan alami dengan *loading* faktor 0.686. b)

bahan makanan tidak mengandung bahan buatan (*no artificial ingredients*) dengan *loading* faktor 0.720. c) bahan makanan tidak mengandung pengawet dengan *loading* faktor 0.759. Sub indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah E3 yaitu bahan makanan tidak mengandung pengawet dengan bobot korelasi 0.759. Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor di atas berdasarkan jumlah nilai yang paling tinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi bahan alami. Bahan alami sebagai bahan baku yang tidak mengandung pengawet maupun bahan tambahan makanan yang berbahaya. Responden mengakui bahwa makanan tradisional mempunyai bahan baku alami yang tidak berbahaya untuk tubuh.

- b) Faktor *Isi Sensory Appeal*. Faktor kedua memiliki nilai *eigenvalue* 1,878 dan memiliki *variance* sebesar 9,885% terdapat empat sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi diatas 0,5 yaitu. a) aroma makanan yang menggugah selera dengan *loading* faktor 0,767. b) makanan terlihat enak dengan *loading* faktor 0,586. c) makanan dengan bentuk bagus dengan *loading* faktor 0,794. d) makanan dengan rasa enak dengan *loading* faktor 0,559. Sub indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah D3 yaitu makanan yang mempunyai bentuk maupun kemasan yang menarik responden. Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor diatas berdasarkan hasil nilai tertinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi daya tarik *sensory* inderawi. Daya tarik *sensory* inderawi dimaksud adalah dengan makanan mempunyai penampilan yang menarik dapat mengugah dan memotivasi orang mengingini makanan tradisional selain dari rasa yang enak.
- c) Faktor *Price*. Faktor ketiga memiliki nilai *eigenvalue* 1,565 dan memiliki *variance* sebesar 8,236% terdapat empat sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi diatas 0,5 yaitu. a) harga yang murah dengan *loading* faktor 0.731. b) harga yang terjangkau dengan *loading* faktor 0.741. c) makanan yang mempunyai harga yang sesuai dengan kualitasnya dengan *loading* faktor 0.630. Sub indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah F2 yaitu penampilan instuktur menarik. Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor diatas berdasarkan hasil nilai tertinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi Harga terjangkau. Harga yang terjangkau mampu membuat pecinta kuliner makanan tradisional untuk datang kembali.
- d) Faktor *mood*. Faktor keempat memiliki nilai *eigenvalue* 1,425 dan memiliki *variance* sebesar 7,5 % terdapat dua sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi di atas 0,5 yaitu a) membantu mengurangi stress dengan *loading* faktor 0,771. b) makanan yang membuat senang hati dengan *loading* faktor 0,594. c) makanan yang membantu *relax* dengan *loading* faktor 0,770. d) makanan yang *familiar* dengan *loading* faktor 0,384. Sub indikator dengan bobot tertinggi pada faktor ini adalah B1 yaitu makanan tradisional yang membantu mengurangi *stress*. Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor diatas berdasarkan hasil nilai tertinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi *mood*. *Mood* dimaksud adalah makanan tersebut membantu mengurangi *stress* yang membuat mood pecinta kuliner makanan tradisional meningkat.
- e) Faktor *health*. Faktor kelima memiliki nilai *eigenvalue* 1,227 dan memiliki *variance* sebesar 6,457 % terdapat satu sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi diatas 0,5 yaitu a) makanan mengandung banyak vitamin dan mineral dengan *loading* faktor 0,644. b) makanan itu dapat membuat badan sehat dengan *loading* faktor 0,487. c) makanan mengandung serat tinggi dengan *loading* faktor 0.794. Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor di atas berdasarkan hasil nilai tertinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi makanan menyehatkan. Makanan menyehatkan dimaksud adalah dimana makanan tradisional yang diinginkan mengandung serat untuk menjaga kesehatan serta diet.
- f) Faktor *familiarity*. Faktor kelima memiliki nilai *eigenvalue* 1,014 dan memiliki *variance* sebesar 5,336 % terdapat satu sub indikator yang menunjukkan bobot korelasi diatas 0,5 yaitu a) makanan yang biasa saya makan dengan *loading* faktor 0,656. b) makanan yang mengingatkan masa kecil dengan *loading* faktor 0,705. Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa penamaan faktor di atas berdasarkan hasil nilai tertinggi sehingga mendapatkan nama faktor menjadi keakraban. Keakraban diartikan makanan tradisional tersebut telah menjadi kenangan manis ketika masa kecil, sehingga ketika dewasa faktor keakraban menjadi motivasi dalam pemilihan makanan tradisional.



## **Faktor Dominan Penentu Motivasi pemilihan makanan pecinta kuliner makanan Tradisional di Kota Semarang.**

*Health* (kesehatan) terdiri dari item yang berkaitan dengan makanan yang mengandung banyak vitamin dan mineral, makanan yang membuat sehat dan mengandung serat tinggi. yang pencegahan penyakit kronis (misalnya "serat dan serat tinggi") dan nutrisi umum dan kesejahteraan "bergizi" (Kooijmans & Flores-Palacios, 2014). Adanya peringkat pada skala kesehatan menunjukkan bahwa perempuan lebih memperhatikan faktor ini dibandingkan laki-laki. Hasilnya konsisten dengan penelitian lain tentang perilaku dan keyakinan yang berhubungan dengan kesehatan, yang biasanya menunjukkan pilihan makanan yang lebih sehat dan sikap yang lebih positif terhadap manfaat kesehatan dari pembatasan garam dan lemak serta peningkatan asupan serat pada wanita dibandingkan pria. Pentingnya kesehatan sebagai motif yang dilaporkan untuk pilihan makanan meningkat seiring bertambahnya usia pada wanita tetapi tidak pada pria. Pada dimensi *mood* terdiri dari beberapa item berkaitan dengan membantu mengurangi stres, makanan yang menyenangkan serta relaksasi. Munculnya faktor ini menunjukkan bahwa *mood* dan *stress* dapat berperan dalam menentukan tidak hanya jumlah makanan yang dikonsumsi, tetapi juga pemilihan bahan makanan. Pada dimensi *familiarity* terdiri atas aroma yang enak, rasa enak, makanan terlihat menarik, dan memiliki tekstur menarik. Pada penelitian yang dilakukan (Ahmad et al., 2019) menemukan bahwa motif kesehatan berkorelasi negatif dengan kenyamanan, sedangkan kesehatan dan kesenangan (*sensory appeal*) tidak berhubungan. Pada dimensi *natural content* terdiri atas mengandung bahan-bahan alami, tidak mengandung bahan buatan, dan tidak mengandung bahan pengawet. Enam faktor sudah ditemukan melalui pengolahan data yang memiliki masing-masing variabel yang memiliki nilai yang sudah mencukupi, dari keenam faktor tersebut faktor yang dominan motivasi pemilihan makanan pecinta kuliner makanan tradisional adalah faktor bahan alami (*natural content*). Faktor bahan alami merupakan faktor yang dominan dikarenakan makanan yang mengandung bahan-bahan alami, makanan tanpa bahan pengawet, maupun makanan tidak mengandung bahan buatan sehingga membuat makanan tampak alami. Semakin alami kandungan bahan baku (*natural content*) pada makanan maka makin tinggi pula konsumen yang mengkonsumsi makanan tradisional tersebut hal ini sesuai pada temuan penelitian Pieniak et al. (2009) bahwa *natural content* makanan merupakan komposisi/bahan alami yang digunakan pada makanan tradisional yang menjadikan salah satu aset yang disukai oleh konsumen.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, Faktor motivasi pemilihan makanan pecinta kuliner makanan tradisional di kota Semarang yaitu terdapat enam faktor penentu dapat terlihat dari *loading factor* tertinggi dari setiap faktor terbentuk. Faktor yang dimulai dari *loading factor* paling tinggi 1) faktor bahan alami sebagai bahan baku yang tidak mengandung pengawet maupun bahan tambahan makanan yang berbahaya. 2) faktor daya tarik *sensory* inderawi dimaksud adalah dengan makanan mempunyai penampilan yang menarik dapat mengugah dan memotivasi orang mengingini makanan tradisional selain dari rasa yang enak. 3) harga yang terjangkau mampu membuat pecinta kuliner makanan tradisional untuk datang kembali. 4) faktor *mood* dimaksud adalah makanan tersebut membantu mengurangi *stress* yang membuat mood pecinta kuliner makanan tradisional meningkat. 5) Faktor *health* dimaksud adalah dimana makanan tradisional yang diinginkan mengandung serat untuk menjaga kesehatan serta diet. 6) Faktor keakraban diartikan makanan tradisional tersebut telah menjadi kenangan manis ketika masa kecil, sehingga ketika dewasa faktor keakraban menjadi motivasi dalam pemilihan makanan tradisional. Faktor yang dominan motivasi pemilihan makanan pecinta kuliner makanan tradisional adalah faktor bahan alami (*natural content*). Faktor bahan alami merupakan faktor yang dominan dikarenakan makanan yang mengandung bahan-bahan alami, makanan tanpa bahan pengawet, maupun makanan tidak mengandung bahan buatan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset dan Teknologi – Badan Riset dan Inovasi Nasional (RISTEK-BRIN), Pihak Dana Hibah Strategis Nasional (DP2M) Dikti Tahun 2020 yang telah memberikan dukungan dana sehingga kegiatan penelitian ini bisa berjalan hingga terselesaikannya penelitian ini.

**DAFTAR RUJUKAN**

- Ahmad, M. S., Jamil, A., Latif, K. F., Ramayah, T., Ai Leen, J. Y., Memon, M., & Ullah, R. (2019). Using food choice motives to model Pakistani ethnic food purchase intention among tourists. *British Food Journal*, 122(6), 1731–1753. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0024>
- Almli, V. L., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Næs, T., & Hersleth, M. (2011). General image and attribute perceptions of traditional food in six European countries. *Food Quality and Preference*, 22(1), 129–138. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.08.008>
- Elhoushy, S. (2020). Consumers' sustainable food choices: Antecedents and motivational imbalance. *International Journal of Hospitality Management*, 89(May), 102554. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102554>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kooijmans, A., & Flores-Palacios, F. (2014). Is eating science or common sense? Knowledge about “natural foods” among self-identified “natural food” consumers, vendors and producers in rural and urban Mexico. *Appetite*, 81, 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.06.004>
- Pearcey, S. M., & Zhan, G. Q. (2018). A comparative study of American and Chinese college students' motives for food choice. *Appetite*, 123, 325–333. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.01.011>
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Guerrero, L., & Hersleth, M. (2009). Association between traditional food consumption and motives for food choice in six European countries. *Appetite*, 53(1), 101–108. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2009.05.019>
- Stolzenbach, S., Bredie, W. L. P., & Byrne, D. V. (2013). Consumer concepts in new product development of local foods: Traditional versus novel honeys. *Food Research International*, 52(1), 144–152. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2013.02.030>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Susanti, I. E. (2015). Lumpia Semarang Pada Masa Orde Baru ( Lumpia sebagai Identitas Budaya Etnis Tionghoa Peranakan Semarang ). *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, 3(3).
- Szakály, Z., Kontor, E., Kovács, S., Popp, J., Pető, K., & Polereczki, Z. (2018). Adaptation of the Food Choice Questionnaire: the case of Hungary. *British Food Journal*, 120(7), 1474–1488. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2017-0404>
- Thong, N. T., & Solgaard, H. S. (2017). Consumer's food motives and seafood consumption. *Food Quality and Preference*, 56(October), 181–188. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.10.008>
- Wang, O., De Steur, H., Gellynck, X., & Verbeke, W. (2015). Motives for consumer choice of traditional food and European food in mainland China. *Appetite*, 87, 143–151. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.12.211>