

PERSEPSI KONSUMEN ATAS KUALITAS PRODUK *GOTCHA ESCARGOT CHIPS* PADA PERUSAHAAN SINERGI PEMENANG

Meilita Priskila dan Sonata Christian

Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya

E-mail: mpriskila@student.ciputra.ac.id

Abstract: Culinary Experts like Tendi Naim and Arie Parikesit predicted that healthy food is the next food trends that will be popular, especially among the urban people. Gotcha Escargot Chips is a product of Sinergi Pemenang company in the form of snacks with high nutritional content such as high protein, low fat, and no cholesterol. In their way, the company realized that people is still difficult to accept food products made from escargot for their perception of "disgust" and dirty. The purpose of this study was to determine consumer perceptions of Gotcha Escargot Chips product quality and how to improve them. This study used descriptive qualitative approach where the researcher itself going to the field, data collection, analysis, and make the conclusions. The data collection is done by using a semi-structured interview to three loyal consumer of product Gotcha Escargot Chips, an owner of similar company, as well as the food expert. The results of this study indicate that taste is the most important component in a food product, and the perception of "disgust" occurs when people have not tried escargot for imagining its current form alive. But when they get used to eat it, the perception of "disgust" will disappear.

Keywords: Consumer perception, escargot, snail chips, product quality, quality improvement.

Abstrak: Pakar kuliner seperti Tendi Naim dan Arie Parikesit memperkirakan tren makanan yang akan semakin populer selanjutnya adalah *healthy food*, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan. Gotcha Escargot Chips merupakan produk perusahaan Sinergi Pemenang berupa makanan ringan dengan kandungan gizi yang tinggi yakni, tingginya kandungan protein, rendah lemak, serta tidak memiliki kandungan kolesterol. Dalam perjalanannya, perusahaan menyadari bahwa masyarakat masih sulit untuk menerima produk makanan yang berbahan dasar daging *escargot* karena adanya persepsi "jijik" dan kotor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk Gotcha Escargot Chips serta cara peningkatannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dimana peneliti yang terjun ke lapangan sendiri, melakukan pengumpulan data, analisis, dan membuat kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara semi terstruktur kepada tiga konsumen loyal produk Gotcha Escargot Chips, seorang *owner* perusahaan sejenis, serta seorang ekspertis makanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rasa merupakan komponen terpenting dalam suatu produk makanan, dan persepsi "jijik" muncul ketika orang belum mencoba *escargot* karena membayangkan bentuknya saat hidup. Namun apabila sudah terbiasa makan, persepsi "jijik" tersebut akan hilang.

Kata kunci: Persepsi Konsumen, *escargot*, keripikbekicot, kualitas produk, peningkatan kualitas.

PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat akan makanan sehat semakin meningkat. Pakar kuliner seperti Tendi Naim dan Arie Parikesit memperkirakan tren makanan yang selanjutnya adalah *healthy food* akan semakin populer, khususnya di kalangan masyarakat perkotaan. Masyarakat akan mulai memperhatikan asupan makanan yang masuk ke dalam tubuhnya seperti, berapa kalori yang telah

mereka konsumsi, berapa banyak protein yang terkandung dalam suatu makanan, maupun seberapa banyak manfaat yang dikandung oleh makanan tertentu (CNN Indonesia, 2015). Sinergi Pemenang meluncurkan makanan ringan yang dengan merek Gotcha Escargot Chips. Menurut Cîrlan dan Sindilar (dalam Ikauniece et al., 2014: 28) daging escargot memiliki kandungan gizi yang tinggi. Gotcha Escargot Chips memiliki kandungan protein sebesar 83% kebutuhan manusia per harinya.

Daging *escargot* secara tradisional dipercaya dapat mencegah penyebaran sel kanker dalam tubuh (Ferrari-Amorroti et al., 2013: 244). Hal tersebut merupakan keunggulan yang dimiliki *escargot*.

Schröder (2013: 97) menyatakan bahwa protein merupakan salah satu komponen penting dalam kandungan makanan. Perusahaan Sinergi Pemenang telah melakukan berbagai upaya untuk menjaga kualitas yang dimiliki Gotcha Escargot Chips sebelum dipasarkan dan dikirimkan kepada pengecer. Beberapa upaya yang telah dilakukan perusahaan untuk menjaga standar kualitas Gotcha Escargot Chips antara lain memberikan *feedback* kepada rumah produksi apabila rasa keripik tidak sesuai dengan yang diinginkan perusahaan, mengemas keripik yang memiliki bentuk utuh dan menjual keripik yang hancur kepada pengecer produk *reject*, dan menakar massa keripik dengan tepat 40 gram menggunakan timbangan *digital* dengan toleransi 0,01 gram. Selain itu, perusahaan juga memperkirakan penampilan fisik keripik merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat terhadap Gotcha Escargot Chips. Masyarakat Indonesia cenderung beranggapan bahwa *escargot* tidaklah layak untuk dikonsumsi karena wujudnya yang berlendir dan masyarakat berpersepsi “jijik” dan kotor serta masih sulit untuk menerima produk makanan yang berbahan dasar daging *escargot*. Di balik wujudnya yang kurang menarik *escargot* menyimpan banyak khasiat yang telah banyak ditemukan melalui beberapa penelitian internasional yang telah dipublikasikan seperti jurnal yang berjudul *Inhibiting Interactions of Lysine Demethylase LSD1 with Snail/Slug Blocks Cancer Cell Invasion* oleh Ferrari-Amorotti et al (2013).

Menurut Hawkins (dalam Sanjaya, 2016: 12) Persepsi merupakan sebuah proses yang diawali paparan dan perhatian konsumen dengan stimulus pemasaran dan diakhiri dengan interpretasi konsumen. Manusia mengamati suatu objek psikologi dengan kacamata sendiri dengan diwarnai oleh nilai dari kepribadiannya. Melihat permasalahan yang dialami perusahaan dan data yang telah dipaparkan, penulis berencana untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk Gotcha Escargot Chips pada perusahaan Sinergi Pemenang dan cara peningkatannya. Terdapat sembilan indikator kualitas makanan menurut Setiawan (2013: 1-2), dimana penelitian berfokus pada lima indikator saja yakni warna, penampilan, porsi, bentuk, dan rasa. Hal tersebut dikarenakan kelima indikator tersebut merupakan indikator yang dapat mewakili kualitas produk Gotcha Escargot Chips. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk Gotcha Escargot Chips pada perusahaan Sinergi Pemenang serta untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan kualitas produk Gotcha Escargot Chips.

LANDASAN TEORI

Persepsi

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dikarenakan permasalahan yang ada masih kompleks dan peneliti ingin mendeskripsikan atau menggambarkan apa adanya suatu variabel fenomena tertentu. Adapun penelitian kualitatif menurut Creswell (2016: 4) merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Peneliti langsung turun ke lapangan dan berusaha mengumpulkan data secara lengkap dengan pokok permasalahan yang berhubungan dengan persepsi konsumen terhadap produk Gotcha Escargot Chips.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur atau yang disebut juga *in-depth interview* sebagai teknik pengumpulan data dikarenakan ingin menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana peneliti juga akan meminta pendapat dan ide-ide melalui narasumber (Sugiyono, 2015: 320). Teknik pengumpulan data secara primer yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015: 124). Data diperoleh dari hasil wawancara persepsi konsumen, *Chief Production Officer/Owner* perusahaan sejenis, dan ekspertis makanan. Kriteria konsumen yang diwawancarai antara lain, telah mengonsumsi Gotcha Escargot Chips minimal dua kali, bersedia diwawancarai, berdomisili di Surabaya, dan bersedia untuk diwawancarai. Kriteria *Chief Production Officer/Owner* perusahaan sejenis antara lain, memiliki atau menjabat sebagai CPO perusahaan makanan ringan, mengerti *quality control* dalam perusahaan makanan ringan, dan bersedia diwawancarai. Adapun kriteria ekspertis makanan antara lain, telah lama berkecimpung pada industri *food and beverage*, mengerti akan kualitas makanan yang sehat, dan bersedia untuk diwawancarai. Adapun data sekunder diperoleh melalui dokumen laporan penjualan Gotcha Escargot Chips satu tahun terakhir, dokumentasi, dan landasan teori yang digunakan untuk memperkuat hasil penelitian ini dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber yang akan menguji keabsahan data dan dengan mengecek data yang dihasilkan dari beberapa sumber untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Dimana triangulasi merupakan metode pengecekan data dari berbagai sumber menggunakan berbagai macam cara dan berbagai waktu (Sugiyono, 2015: 372).

Miles dan Huberman (dalam Ningrum, 2015: 44) menjelaskan terdapat empat tahapan analisis data, yaitu:

1. Pengumpulan data, yakni pengumpulan data pada lokasi penelitian yang akan dilakukan dengan cara wawancara. Data juga akan diperoleh melalui studi literatur sebagai data pendukung.
2. Reduksi data, yaitu sebagai proses seleksi, pemfokusan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang berada di lapangan, dan diteruskan pada waktu pengumpulan data. Dengan demikian, reduksi data dimulai sejak peneliti memfokuskan tempat penelitian.
3. Penyajian data, yakni penyajian dengan menggunakan uraian yang dianalisa menggunakan metode kualitatif deskriptif yang membahas hasil penelitian dengan membandingkan data yang diperoleh melalui dua metode pengumpulan data.
4. Penarikan kesimpulan sebagai hasil dan sajian dari analisis data yang telah dilakukan. Kesimpulan berisi jawaban atas rumusan masalah penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Sinergi Pemenang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *Food and Beverage* dengan produknya *Gotcha Escargot Chips*. Visi perusahaan telah terbentuk sejak perusahaan berdiri, yakni menjadi perusahaan manufaktur *food and beverage* terbaik guna menyajikan makanan sehat yang bermanfaat bagi masyarakat Indonesia dan seluruh dunia. Untuk dapat mewujudkan visi dan

misi tersebut, perusahaan memutuskan untuk menjual produk makanan dengan kandungan gizi yang tinggi dengan bahan dasar daging *escargot*. Saat ini perusahaan telah memiliki 16 *reseller* dan tiga *online portal* untuk penjualan Gotcha Escargot Chips. Seiring berjalannya usaha, perusahaan menemukan adanya kendala dalam pemasaran produk dimana masyarakat masih berpikiran negatif akan daging *escargot*. Pengetahuan masyarakat akan kandungan gizi *escargot* dinilai kurang dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat enggan membeli produk Gotcha Escargot Chips.

Analisis data

Analisis data dilakukan kepada tiga orang konsumen loyal Sinergi Pemenang, seorang owner perusahaan sejenis, seorang ekspertis makanan. Hasil wawancara dari para informan disalin ke dalam transkrip wawancara, selanjutnya direduksi dengan pemberian *coding*, menyajikan data yang telah diperoleh, dan disimpulkan sesuai permasalahan yang diteliti. Hasil analisis data dapat dilihat pada Tabel 9.

Pembahasan

Hasil wawancara kepada informan ditinjau dari lima segi yakni warna, penampilan, porsi, bentuk, dan rasa. Dimana, hasil tersebut diuji keabsahannya menggunakan triangulasi sumber.

1. Kualitas warna

Tabel 1 menunjukkan bahwa warna yang natural merupakan warna makanan ringan yang berkualitas menurut persepsi informan.

Tabel 1 Triangulasi Sumber (Warna)

Konsumen Loyal	Owner Perusahaan Sejenis	Food Expert
<ul style="list-style-type: none"> • Warna Natural • Kurang Menarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Warna Alami (Natural) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tanpa zat pewarna berbahaya • Sudah Natural

Sumber: Diolah peneliti, 2016

Masukan yang diberikan oleh *owner* perusahaan sejenis mengenai perbaikan warna hitam pada Gotcha Escargot Chips dapat digunakan sebagai daya tarik makanan tersebut yang dikombinasikan dengan gambar kemasan yang lucu agar konsumen tertarik untuk membelinya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, untuk memasarkan warna makanan yang baru perlu menghubungkan mengenai harapan rasa dan warna makanan (Garber *et al.*, 2016: 23).

2. Kualitas penampilan

Kualitas penampilan merupakan salah satu variabel yang penting dalam makanan ringan, baik dari segi kemasan maupun produk. Berdasarkan triangulasi sumber, tabel 2 menunjukkan bahwa penampilan kemasan yang berkualitas dan tabel 3 menunjukkan kualitas penampilan produk yang berkualitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Triangulasi Sumber Penampilan (Kemasan)

Konsumen Loyal	Owner Perusahaan Sejenis	Food Expert
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Eco-friendly</i> / ramah lingkungan • Bagus 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagus 	<ul style="list-style-type: none"> • Bagus dan sempurna

Sumber: Diolah peneliti, 2016

Tabel 3 Triangulasi Sumber Penampilan (Produk)

Konsumen Loyal	Owner Perusahaan Sejenis	Food Expert
<ul style="list-style-type: none"> • Tetap mempertahankan aspek natural 	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah cukup / Oke 	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah oke.

Sumber: Diolah peneliti, 2016

Kemasan makanan ringan gorengan yang baik agar dapat menjaga kerenyahan produk adalah yang menggunakan bahan *aluminium foil* (Robertson, 2016: 565). Adapun masukan yang diberikan oleh informan ekspertis mengenai kemasan produk Gotcha Escargot Chips ialah bagaimana agar konsumen lebih mudah membuka kemasannya.

3. Kualitas porsi

Porsi Gotcha Escargot Chips dirasa sudah pas untuk makanan ringan sekali makan dengan berat 40 gram, seperti triangulasi sumber mengenai porsi produk Gotcha Escargot Chips pada tabel 4 berikut.

Tabel 4 Triangulasi Sumber Porsi

Konsumen Loyal	Owner Perusahaan Sejenis	Food Expert
• Sudah pas untuk porsi makanan ringan	• Pas untuk dijual di depot-depot	• Terlalu banyak untuk makanan ringan sekali makan

Sumber: Diolah peneliti, 2016

Owner perusahaan sejenis memberikan masukan mengenai porsi produk Gotcha Escargot Chips adalah dengan membuat dua ukuran yang berbeda yakni ukuran kecil untuk dijual di depot-depot dan ukuran besar untuk dijual di *supermarket*. Dengan porsi yang cukup satu kali makan, orang tidak akan jenuh untuk memakan kembali produk yang sama, dan hal tersebut lebih menyehatkan untuk pola makan jangka panjang (Cornil dan Chandon, 2015: 39).

4. Kualitas bentuk

Dalam tabel 5 menunjukkan triangulasi sumber mengenai bentuk Gotcha Escargot Chips berdasarkan analisis data.

Tabel 5 Triangulasi Sumber Bentuk

Konsumen Loyal	Owner Perusahaan Sejenis	Food Expert
• Bentuk Natural	• Bentuk sama seperti bentuk escargot mentahnya	• Standar bentuk keripik <i>escargot</i>

Sumber: Diolah peneliti, 2016

Pada umumnya bentuk *chips* memiliki bentuk yang *flat*, sedangkan produk Gotcha Escargot Chips memiliki bentuk natural seperti bentuk bekicot dari bahan mentahnya. Informan *food expert* menyarankan agar bentuk Gotcha Escargot Chips akan lebih terstandarisasi apabila memiliki bentuk yang *flat* seperti keripik pada umumnya.

5. Kualitas rasa

Triangulasi sumber persepsi informan atas kualitas rasa Gotcha Escargot Chips ditunjukkan pada tabel 6 berikut ini.

Tabel 6 Triangulasi Sumber Rasa

Konsumen Loyal	Owner Perusahaan Sejenis	Food Expert
• Enak • Asinnya Pas	• Asin	• Asinnya pas

Sumber: Diolah peneliti, 2016

Konsumen menyarankan bahwa apabila produk Gotcha Escargot Chips memiliki varian rasa yang berbeda akan lebih menarik bagi konsumen misalnya rasa manis, pedas, ataupun pedas manis.

Untuk menjaga kualitas produk makanan tersebut, owner perusahaan sejenis menyarankan agar perusahaan menjalankan *random checking*, yakni dengan sengaja membeli produk sendiri secara acak di toko-toko *reseller* agar mengetahui kualitas rasa tetap terjaga. Dan menurut ekspertis makanan, rasa memiliki kaitannya dengan tekstur. Gotcha Escargot Chips masih dirasa kurang renyah sehingga perlu upaya perusahaan untuk membuah keripik lebih renyah.

6. Persepsi “Jijik” masyarakat terhadap produk gotcha escargot chips

Melihat komponen-komponen kualitas yang dimiliki produk Gotcha Escargot Chips cenderung kurang menarik minat konsumen baik dari segi warna, penampilan, maupun bentuknya. Hal tersebut dapat disiasi dengan bagaimana cara perusahaan memasarkan produk Gotcha Escargot Chips. Triangulasi persepsi “jijik” informan akan produk Gotcha Escargot Chips ditunjukkan dalam tabel 7.

Tabel 7 Triangulasi Sumber persepsi “jijik” konsumen

Konsumen Loyal	Owner Perusahaan Sejenis	Food Expert
<ul style="list-style-type: none">• Sudah terbiasa• Tidak ada persepsi “jijik” karena pasti prosesnya bersih• Awalnya ada perasaan “jijik” namun lama-lama terbiasa	<ul style="list-style-type: none">• Masih “jijik” dan tidak mau mencoba	<ul style="list-style-type: none">• Awalnya ada persepsi “jijik”. Namun setelah terbiasa sudah tidak “jijik”

Sumber: Diolah peneliti, 2016

Mayoritas informan mengatakan bahwa persepsi “jijik” pertama kali pasti ada karena belum pernah mencoba, namun setelah mencoba persepsi tersebut akan hilang karena sudah terbiasa.

7. Kualitas terpenting dalam suatu produk makanan

Berdasarkan kelima indikator kualitas produk Gotcha Escargot Chips, informan juga dimintai pendapat mengenai kualitas manakah yang terpenting dalam suatu produk makanan.

Tabel 8 Triangulasi Sumber Kualitas Terpenting Produk Makanan

Konsumen Loyal	Owner Perusahaan Sejenis	Food Expert
Rasa	Rasa	Penampilan

Sumber: Diolah peneliti, 2016

Hasil triangulasi sumber menunjukkan bahwa mayoritas mengatakan rasa merupakan kualitas yang terpenting dalam suatu produk makanan seperti yang ditunjukkan dalam tabel 8.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas, maka kesimpulan yang dapat diambil yakni, secara umum produk Gotcha Escargot Chips sudah cukup berkualitas. Hasil penelitian mengenai persepsi konsumen akan warna yakni, produk Gotcha Escargot Chips memiliki warna yang kurang menarik karena warnanya yang hitam. Namun warna hitam tersebut merupakan warna natural *escargot* dan perusahaan tidak menggunakan zat pewarna tambahan. Hasil penelitian mengenai persepsi konsumen akan penampilan yakni, Gotcha Escargot Chips memiliki kemasan yang menarik dan konsumen menyukai kemasan yang ramah lingkungan. Namun, produk Gotcha Escargot Chips memiliki penampilan yang cukup menarik dengan penampilan naturalnya. Hasil penelitian mengenai persepsi konsumen akan porsi yakni, Gotcha Escargot Chips telah memiliki porsi yang cukup untuk produk makanan ringan satu kali makan sebanyak 40 gram. Hasil penelitian mengenai persepsi konsumen akan bentuk yakni, Gotcha Escargot Chips telah memiliki standar bentuk keripik bekicot

pada umumnya. Adapun hasil penelitian mengenai persepsi konsumen akan rasa yakni, Gotcha Escargot Chips telah memiliki rasa asin yang pas sesuai dengan selera konsumen Surabaya.

Untuk meningkatkan kualitas produk Gotcha Escargot Chips, beberapa hal yang dapat dilakukan yakni, perusahaan perlu tetap menjaga kualitas warna produk dengan tidak menambahkan zat pewarna tambahan serta memadukan warna hitam produk dengan kemasan yang lebih *colorful*. Selain itu perusahaan perlu tetap menggunakan kemasan yang ramah lingkungan, memilah ukuran *escargot* yang sama, serta memperbaiki kemasan agar lebih berwarna. Agar mampu bersaing di pasar modern (*supermarket*) perusahaan perlu membuat porsi yang lebih besar. Serta melaksanakan *random checking* pada pengecer-pengecer Gotcha Escargot Chips untuk menjaga kualitas rasa.

Keterbatasan dan Saran

Jumlah informan wawancara yang hanya enam orang kurang mampu mewakili gambaran persepsi konsumen produk Gotcha Escargot Chips secara keseluruhan di wilayah Surabaya.

1. Perusahaan bisa menambah varian rasa lain selain rasa asin agar konsumen memiliki banyak pilihan rasa, selain itu membuat bentuk standar yang sama, misalnya *flat*, serta menekankan pemasaran pada *value* produk dan khasiat-khasiatnya apabila penampilan produk kurang menarik bagi konsumen.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti strategi pemasaran yang tepat bagi produk Gotcha Escargot Chips dengan berfokus pada khasiat-khasiat (*values*) yang dikandung dalam Gotcha Escargot Chips seperti *high protein*, *low fat*, dan *no cholesterol*.

DAFTAR PUSTAKA

- Cornil, Y., & Chandon, P. (2015). Pleasure as a substitute for size: How multisensory imagery can make people happier with smaller food portions. *Journal of Marketing Research*.
- Creswell, J. W. (2016). *RESEARCH DESIGN: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Edisi ke empat. Diterjemahkan oleh: Fawaid dan Pancasari. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- CNN Indonesia. (2015). Makanan Sehat akan Jadi Tren Baru di Dunia Kuliner. <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151125104714-262-93904/makanan-sehat-akan-jadi-tren-baru-di-dunia-kuliner/>. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2016.
- Ferrari-Amorotti, G., et al. (2013). Inhibiting interactions of lysine demethylase LSD1 with snail/slug blocks cancer cell invasion. *Cancer research*, 73(1), 235-245.
- Garber Jr, L. L., Hyatt, E. M., & Nafees, L. (2016). The Effects of Analogous Food Color on Perceived Flavor: A Factorial Investigation. *Journal of Food Products Marketing*, 1-15.
- Ikauniece, D., et al. (2014). Evaluation of nutrition value of Roman snail's (*Helix pomatia*) meat obtained in Latvia. In *9th Baltic Conference on Food Science and Technology "Food for Consumer Well-Being"* (p. 28).
- Ningrum, A. O. C. (2015). *Analisis Pengamen Jalanan Di Kota Surakarta (Studi kasus Pengamen Jalanan di Kota Surakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Robertson, L.G. (2016). *Food Packaging: Principles and Practice, Third Edition*. United States: CRC Press
- Sanjaya, T. W. (2016). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan pembelian Produk Bang Kribo.
- Schröder, M. J. A. (2013). *Food Quality and Consumer Value: Delivering Food that Satisfies*. Berlin: Springer Science & Business Media.

- Setiawan, M. F. (2013). Analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti Ganep's di kota solo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Porsi	<p>“Kalau untuk personal untuk satu orang saja sih menurut saya sudah pas. Jadi nggak membuat orang jadi enek juga..”</p> <p>“..Gotcha ini sudah cukup dengan berat 40 gram dan asalkan produk itu tidak ribet dibawa..”</p> <p>“Kalau menurut aku sih porsinya Gotcha ini terlalu banyak... kita makan itu mungkin nggak nyampe setengah itu udah kenyang duluan, karena ininya terlalu besar dan porsi juga udah banyak.”</p>	<p>“Kalau terhadap porsi sih saya sudah cukup sih. Karena harganya untuk 40 gram termasuk cukup mahal untuk di Indonesia untuk camilan.”</p>	<p>“Makanan ringan ya. Kalau untuk escargot, segini, satu orang, ini kebanyakan”</p>
Bentuk	<p>“..kalau menarik sih menurut saya belum ya. Tapi kalau keripik escargot dari Gotcha ini menurut saya sudah sama seperti standar-standar yang ada di pasaran..”</p> <p>“..menurut aku sih bentuknya juga sudah memang begitu jadi memang nggak papa kalo bentuknya natural.. ya kalau bisa sih ya bentuknya tuh dibuat kaya model keripik-keripik q-tela gitu keripik yang lain jadi kaya kelihat gituloh kalo misalnya berkualitas.”</p> <p>“..Gotcha ini sudah.. original nya seperti itu.. bekicot jika diapa-apakan bentuknya akan seperti itu.. Sesuai dengan standar bentuk bekicot.”</p>	<p>“Kalau yang berkualitas itu ya yang harusnya sesuai dengan produknya. Jadi bekicot ya..”</p>	<p>“Bisa nggak ya kamu membuat flat?”</p> <p>“Karena.. namanya chips.”</p>