

**PENGARUH PERUBAHAN PREFRENSI MAKANAN DAN DAMPAK TREN
KULINER TERHADAP MINAT BELI MAKANAN TRADISIONAL
GENERASI Z DI JAKARTA**

Ellen Erlanda¹, Antonius Rizki Krisnadi²

^{1,2} Universitas Bunda Mulia

Alamat e-mail : ellenerlanda5@gmail.com¹ , akrisnadi@bundamulia.ac.id²

ABSTRACT

The rapid development of the culinary industry in the era of globalization has impacted changes in consumer patterns, particularly among Generation Z, who are heavily influenced by modern culinary trends and social media. This phenomenon poses challenges for the sustainability of traditional foods, which are increasingly less favored due to shifting consumption preferences. This study aims to analyze the influence of changes in food preferences and the impact of culinary trends on Generation Z's purchasing interest in traditional foods in Jakarta. This study employs a quantitative method with a population of Generation Z aged 18–28 years who have purchased traditional Jakarta-style food. The sample was selected using purposive sampling with the Slovin formula, resulting in 100 respondents. Data collection was conducted through the distribution of a Likert-scale questionnaire, while data analysis utilized multiple linear regression analysis assisted by SPSS software. The validity and reliability tests showed that the research instruments were valid and reliable. The T-test indicated that changes in food preferences and culinary trends significantly influenced purchasing interest in traditional food, with calculated t-values of 5.742 and 4.940, respectively, which were greater than the critical t-value of 1.984, and a significance level of $0.000 < 0.05$. The F test also showed the simultaneous influence of both independent variables with an F value of 46.501, which is greater than the F table value of 3.09. These findings prove that Generation Z tends to be interested in culinary innovations that combine elements of traditional food authenticity with modern culinary trends that are visually appealing and viral on social media. This study is expected to serve as a reference for strategies to preserve traditional food through adaptive innovation.

Keywords: Food Preferences, Culinary Trends, Purchase Interest, Traditional Food, Generation Z

ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner yang pesat di era globalisasi berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat, terutama di kalangan Generasi Z yang sangat terpengaruh oleh tren kuliner modern dan media sosial. Fenomena ini menimbulkan tantangan bagi keberlangsungan makanan tradisional yang semakin jarang diminati karena pergeseran preferensi konsumsi. Penelitian ini bertujuan

untuk menganalisis pengaruh perubahan preferensi makanan dan dampak tren kuliner terhadap minat beli makanan tradisional Generasi Z di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi Generasi Z berusia 18–28 tahun yang pernah membeli makanan tradisional khas Jakarta. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan perhitungan rumus Slovin, menghasilkan 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dibantu software SPSS. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan instrumen penelitian valid dan reliabel. Uji T menunjukkan bahwa perubahan preferensi makanan dan tren kuliner berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli makanan tradisional dengan nilai t hitung masing-masing 5.742 dan 4.940 yang lebih besar dari t tabel 1.984, serta nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Uji F juga menunjukkan pengaruh simultan kedua variabel independen dengan nilai F hitung 46.501 lebih besar dari F tabel 3.09. Temuan ini membuktikan bahwa Generasi Z cenderung tertarik pada inovasi kuliner yang memadukan elemen keaslian makanan tradisional dengan tren kuliner modern yang menarik secara visual dan viral di media sosial. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan strategi pelestarian makanan tradisional melalui inovasi yang adaptif.

Kata Kunci: Preferensi Makanan, Tren Kuliner, Minat Beli, Makanan Tradisional, Generasi Z

A. Pendahuluan

Industri kuliner terus menempuh pertumbuhan yang signifikan, baik letaknya di kota besar maupun daerah kecil. Hal ini tidak mengherankan, mengingat makanan adalah kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari. Namun, di tengah maraknya usaha kuliner, bisnis jajanan dan makanan tradisional masih jarang diminati. Padahal, jajanan tradisional memiliki keunikan dan cita rasa yang khas, yang sering dipilih oleh mereka yang ingin merasakan makanan dengan sentuhan budaya lokal. Jajanan tradisional merupakan makanan ringan yang dibuat dari bahan-bahan lokal dan dimasak dengan berbagai metode seperti direbus, dikukus,

digoreng, atau dipanggang. Resep itu diwariskan dari satu angkatan kepada angkatan selanjutnya (Rekasih et al., 2021).

Pola konsumsi makanan tradisional mulai banyak berubah, dikarenakan semakin maraknya makanan modern hal ini menyebabkan penurunan minat konsumen untuk mengkonsumsi makanan tradisional. Konsumen lebih tertarik terhadap makanan modern karena disajikan dengan cepat, memiliki tampilan yang enak dipandang, dan dihasilkan menggunakan komponen-komponen yang lebih praktis serta mudah didapatkan,

Makanan tradisional mencakup hidangan dan minuman, termasuk

jajanan atau camilan, yang bahan-bahannya mencerminkan budaya lokal. Makanan ini dibuat dengan teknik dan resep yang telah ada sejak lama, menggunakan peralatan tradisional yang berkembang khusus di daerah tersebut, serta dimasak sesuai dengan resep yang telah dikuasai oleh masyarakat setempat (Asparin & Sudiyarto, 2021).

Sebuah hidangan dapat dianggap sebagai makanan tradisional jika memenuhi beberapa syarat, yaitu menggunakan bahan-bahan lokal dari daerah tertentu, diproses menggunakan metode yang sudah diakui penduduk lokal, memiliki rasa khas yang disukai oleh penduduk lokal, serta menjadi bagian dari identitas budaya dan kuliner daerah tersebut (Salsabila & Hana, 2023).

Beberapa hidangan makanan khas kota Jakarta yang paling populer di antaranya adalah nasi uduk, soto Betawi, ketoprak, kerak telur, dan gado-gado. Selain itu, juga terdapat berbagai macam kue tradisional seperti kue cucur, kue pancong, dan roti buaya.

Di Jakarta sebagai pusat ekonomi Indonesia, Generasi Z memiliki potensi besar sebagai konsumen dengan daya beli yang signifikan dan perilaku konsumsi yang berbeda dari generasi sebelumnya (Ulita, 2025). Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012, merupakan generasi yang mudah terpengaruh oleh kemajuan teknologi digital, media sosial, dan globalisasi. Bagi mereka, mengunjungi kedai kopi bukan

sekadar guna mencukupi keperluan pangan dan minuman, sekaligus sebagai sarana berinteraksi, mencari hiburan, dan menunjukkan eksistensi dalam tren masa kini. Generasi Z lebih dikenal sebagai generasi yang dinamis, kreatif, dan sangat selektif dalam hal konsumsi, termasuk dalam memilih makanan (Purnamasari & Noviadi, 2025).

Perubahan tren konsumsi makanan yang dipicu oleh globalisasi dan kemajuan teknologi juga dirasakan di berbagai kota besar, termasuk Jakarta. Sebagai ibu kota Indonesia yang merupakan pusat ekonomi dan budaya, Jakarta tidak hanya menjadi lokasi bagi berbagai inovasi kuliner, tetapi juga mencerminkan gaya hidup dinamis generasi Z, yang sangat dipengaruhi oleh media sosial dan teknologi dalam menentukan pilihan makanan. Kota Jakarta merupakan pusat pemerintahan dan perekonomian Indonesia. Hampir seluruh kegiatan sektor ekonomi beroperasi di Kota Jakarta. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto DKI Jakarta meraih Rp. 1.736.195.620.000.000 atau setara dengan 17,34% dari Produk Domestik Bruto Nasional pada tahun 2018. Hal ini menjadikan kota Jakarta sebagai kota dengan potensi ekonomi tertinggi dibandingkan daerah-daerah lainnya di Indonesia (Nur & Rakhman, 2019).

Pesatnya perkembangan di era globalisasi membuat persaingan antar perusahaan kuliner semakin kompetitif. Kemajuan teknologi dan

informasi telah melahirkan banyak perusahaan yang mampu bersaing di Indonesia. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah perdagangan, khususnya di bidang kuliner. Peningkatan ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pelaku usaha di sektor kuliner, mulai dari pedagang menengah ke atas, UMKM, hingga pedagang kaki lima (Adzra Bela Yumna et al., 2023). Kemudian Penelitian yang ada saat ini telah banyak membahas perubahan tren makanan, khususnya mengenai preferensi konsumen terhadap makanan modern dan tradisional. Salah satu contoh penelitian adalah (Salsabila & Hana, 2023) yang meneliti pengaruh hidangan halal modern terhadap minat beli jajanan tradisional pada generasi muda di Kudus. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun sebagian besar generasi muda cenderung memilih makanan halal modern, ada juga kelompok yang lebih memilih jajanan tradisional karena keaslian rasa dan nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Temuan ini menyebutkan pentingnya pengaruh media sosial, kemudahan akses, serta harga dalam mempengaruhi pilihan generasi muda terhadap makanan.

Namun, meskipun penelitian terdahulu telah menggali preferensi terhadap makanan modern dan jajanan tradisional, masih ada gap dalam penelitian mengenai pengaruh spesifik perubahan preferensi makanan dan dampak tren kuliner terhadap minat beli makanan tradisional, khususnya di kota besar

seperti Jakarta, terutama di kalangan Generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan tren global. Penelitian yang lebih mendalam diperlukan untuk memahami bagaimana faktor-faktor seperti tren kuliner, media sosial, Teknologi dan inovasi makanan dapat mempengaruhi generasi muda dalam memilih antara makanan tradisional dan modern di daerah perkotaan.

Selain itu, meskipun penelitian sebelumnya sudah mencatatkan preferensi terhadap makanan tradisional dan modern, masih sedikit yang membahas keterkaitan antara budaya lokal dan tren kuliner global dalam konteks pelestarian makanan tradisional di tengah generasi muda yang cenderung lebih menyukai kemudahan dan inovasi dalam makanan. Maka dari itu, penelitian ini bermaksud untuk mengisi kekurangan itu dengan fokus pada minat beli makanan tradisional di Jakarta, dengan memperhatikan perubahan preferensi makanan yang dipengaruhi oleh tren kuliner global dan peran media sosial.

Dengan demikian, perubahan preferensi ini menunjukkan perlunya strategi yang adaptif untuk mempertahankan relevansi makanan tradisional di tengah era modernisasi. Inovasi dalam aspek pemasaran, pengemasan, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi sesuatu yang amat krusial guna memastikan makanan tradisional tetap menjadi pilihan bagi Generasi Z. Referensi dan berbagai penelitian memberikan landasan teoritis yang kuat untuk

memahami perubahan ini dan mengusulkan solusi yang efektif.

B. Metode Penelitian

Objek penelitian adalah atribut, karakteristik, atau nilai yang melekat pada seseorang, objek, atau aktivitas khusus yang dipilih peneliti agar dapat diteliti secara rinci dan dianalisis guna memperoleh kesimpulan (Sugiyono dalam Nugroho & Dewantara, 2023). Objek penelitian yang ditetapkan didalam penelitian ini ialah makanan tradisional atau makanan khas kota Jakarta.

Objek penelitian berkaitan dengan unit analisis riset, yakni pihak yang menjadi fokus atau target studi. Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah generasi Z yang memiliki pengalaman membeli makanan tradisional khas Jakarta.

Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yakni data yang dikumpulkan dan diambil secara langsung dari sumber utama tanpa perantara dari pihak lain. Pengumpulan data primer pada penelitian ini dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner.

Untuk mengukur data, digunakan skala pengukuran, di mana skala yang diterapkan adalah skala ordinal dengan bantuan skala Likert.

Penelitian ini menjadikan seluruh masyarakat Generasi Z yang berumur 18-19 tahun, 20-24 tahun, dan 25-28 tahun, yang tergolong generasi Z yang pernah membeli makanan tradisional kota Jakarta sebagai populasi. Metode pengumpulan data atau Teknik

Sampling yang diterapkan pada penelitian ini ialah non-probability sampling yang merujuk pada teknik pemilihan sampel yang tak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk ditentukan dan dijadikan sebagai bagian dari sampel penelitian, sehingga sampel tidak dipilih secara acak.(Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022). Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan ialah purposive sampling yakni penarikan sampel terbatas untuk orang-orang khusus yang mampu memberi informasi yang dibutuhkan dikarenakan memenuhi kriteria yang ditetapkan penelitian (Amelia et al., 2023).

Penelitian menerapkan rumus Slovin guna menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Rumus Slovin dipilih sebab penelitian ini jumlah populasinya sudah diketahui. Rumus Slovin umumnya digunakan guna menghitung jumlah sampel yang representatif supaya hasil penelitian bisa digeneralisasikan. (Husen, 2023). Apabila Populasi (N) terbatas dan diketahui, maka Rumus Slovin bisa digunakan untuk menghitung besarnya (n) yang dibutuhkan sebagai sampel dari populasi (Amelia et al., 2023). Menggunakan metode analisis regresi berganda dengan bantuan software SPSS.

**C. Hasil Penelitian dan
Pembahasan**

Hasil

Analisis Deskriptif Variable

Penyebaran kuesioner kepada 100 responden kepada Generasi Z di Jakarta yang diketahui berdasarkan Preferensi makanan, Tren kuliner, Minat Beli. Kuesioner ini terdiri dari 16 pernyataan dengan menggunakan skala likert untuk membantu dalam menjawab pernyataan – pernyataan yang di sediakan

Uji Validitas

Metode yang digunakan uji validitas ialah analisis pernyataan, di mana setiap nilai yang ada pada setiap butir pernyataan untuk satu variable dengan menggunakan r_{hitung} , dimana r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} . total responden (N) adalah 100, dengan nilai error yang digunakan

adalah 10% atau 0.1 dan signifikan 5%, maka r_{tabel} yang digunakan adalah 0,195. uji validitas merujuk pada tingkat kepercayaan bahwa hasil penelitian ini mencerminkan hubungan sebab-akibat yang sebenarnya antara variabel-variabel yang diteliti.

Jika r hitung lebih besar dari r_{tabel} (0,195), maka data itu dinyatakan valid. Menurut hasil uji validitas menggunakan korelasi Pearson, seluruh pernyataan untuk variabel Perubahan Preferensi Makanan (X1), Dampak Tren Kuliner (X2), dan Minat Beli Makanan Tradisional (Y) memiliki r hitung yang lebih besar dari 0,195, yang artinya seluruh pernyataan dalam kuesioner valid dan bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	No. Item	R hitung	R tabel	keterangan
Perubahan Preferensi Makanan	X ₁ P ₁	0.784	0,195	Valid
	X ₁ P ₂	0.857	0,195	Valid
	X ₁ P ₃	0.872	0,195	Valid
	X ₁ P ₄	0.887	0,195	Valid
	X ₁ P ₅	0.856	0,195	Valid
Dampak Tren Kuliner	X ₂ P ₁	0.835	0,195	Valid
	X ₂ P ₂	0.832	0,195	Valid
	X ₂ P ₃	0.885	0,195	Valid

	X ₂ P ₄	0.852	0,195	Valid
	X ₂ P ₅	0.835	0,195	Valid
	X ₂ P ₆	0.840	0,195	Valid
	X ₂ P ₇	0.843	0,195	Valid
Minat Beli	Y ₁ P ₁	0.892	0,195	Valid
	Y ₁ P ₂	0.921	0,195	Valid
	Y ₁ P ₃	0.885	0,195	Valid
	Y ₁ P ₄	0.848	0,195	Valid

Pada tabel 1 menjelaskan hasil uji validitas dari ke semua variabel. Pada Tabel diatas, terdapat indikator dari Variable Perubahan Preferensi Makanan (X₁P₁, X₁P₂, X₁P₃, X₁P₄, X₁P₅), indikator dari variabel Dampak Tren Kuliner (X₂P₁, X₂P₂, X₂P₃, X₂P₄, X₂P₅, X₂P₆, X₁P₇) dan indikator dari variabel Minat Beli (Y₁P₁, Y₁P₂, Y₁P₃, Y₁P₄), seluruh r hitung memiliki nilai lebih besar > r tabel yaitu 0,195 maka seluruh pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi dan keandalan instrumen pengukuran yang digunakan, apakah hasilnya tetap stabil jika dilakukan pengukuran ulang. Tahapan pengujian reliabilitas dilakukan setelah seluruh data atau variabel dinyatakan valid. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60 (Kambali & Syarifah, 2020).

Menurut uji reliabilitas yang dilaksanakan, didapatkan hasil berdasarkan tabel 2 yakni :

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Croanbach's Alpha	Nilai Reliabel	Keterangan
Perubahan Preferensi Makanan	0,817	0,60	Reliabel
Dampak Tren Kuliner	0,800	0,60	Reliabel
Minat Beli	0,838	0,60	Reliabel

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwasanya item pertanyaan pada variabel preferensi

makanan variabel tren kuliner dan variable miant beli reliabel karena nilai Cronbach's Alpha > 0.60.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian guna mengetahui distribusi normal dari variabel independen dan dependen. (Stansyah et al., 2023) Pengujian normalitas data dengan menggunakan *One-Sample*

Kolmogorov-Smirnov Test, melihat pada kolom *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* bila nilai signifikan lebih dari 0,05 maka variabel sudah terdistribusi normal. Hasil uji normalitas akan disajikan dalam di bawah ini:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61054214
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.032
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sebuah model regresi dikatakan berdistribusi normal jika hasil plot menunjukkan pola yang mengikuti garis diagonal. Selain itu, uji normalitas juga bisa dilaksanakan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, di mana menurut Ghozali (2021), Berdasarkan table 3, Uji Normalitas pada table di atas bisa diketahui bahwasanya nilai Sig Kolmorov-Smirnow sebesar 0,200. Maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal karena sudah memenuhi persyaratan yakni nilai

signifikan lebih besar dari 0,05 (Sig > 0,05).

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk membuktikan apakah antar variable independent memiliki hubungan linear yang sempurna dan hampir sempurna. Penelitian ini menggunakan cara dengan melihat nilai tolerance can inflation factor (VIF). sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi yang sempurna atau hampir sempurna antar variabel bebas.

Apabila terdapat multikolinearitas dalam model, maka koefisien regresi variabel-variabel tersebut menjadi tidak stabil, dan kesalahan

pengukuran dapat menjadi sangat besar atau tak terhingga. Hasil uji multikolinearitas yang dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4 Hasil uji Multikolinearitas

Coefficientsa							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1.(Constant)	2.403	1.163		2.067	.041		
TOTAL_X1	.361	.063	.451	5.742	.000	.852	1.174
TOTAL_X2	.220	.045	.388	4.940	.000	.852	1.174

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwasanya tak terjadi multikolinearitas Hal ini bisa dilihat dari nilai Tolerance dan VIF pada masing-masing variable. Variable perubahan Preferensi Makanan, mempunyai nilai tolerance $0,852 > 0,10$ (lebih besar), untuk nilai VIF Variable preferensi makanan memiliki nilai VIF sebesar $1.174 < 10$, (lebih kecil), menandakan bahwasanya tak terjadi masalah multikolinearitas. Kemudian untuk variable Dampak Tren Kuliner mempunyai nilai tolerance $0.852 > 0,10$ (lebih besar), nilai VIF variable tren kuliner memiliki nilai sebesar $1.174 < 10$ yang berarti lebih kecil. Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tak mengalami gangguan multikolinearitas, karena tidak ada gangguan multikolinearitas atau korelasi yang tinggi antar variabel bebas.

Uji Hipotesis

Pengaruh Perubahan Preferensi Makanan dan Dampak Tren Kuliner Terhadap Minat Beli Makanan Tradisional Generasi Z di Jakarta secara parsial.

Uji T bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel *independent* (preferensi makanan, tren kuliner) terhadap variabel *dependent* yaitu minat beli. Uji T dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, pada tingkat signifikansi 5% dan t tabel 1,984. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel sebagai berikut:

Apabila nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. (H_0 ditolak dan H_a diterima).

Apabila nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (H_0 diterima H_a ditolak).

Hasil uji parsial atau uji T dapat dilihat pada tabel coefficient sebagai berikut
Tabel 5 Hasil Uji T

Coefficientsa					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.403	1.163		2.067	.041
TOTAL_X1	.361	.063	.451	5.742	.000
TOTAL_X2	.220	.045	.388	4.940	.000
a. Dependent Variable: TOTAL_Y					

Berdasarkan hasil uji T, dapat disimpulkan bahwa perubahan preferensi makanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli makanan tradisional di kalangan Generasi Z di Jakarta. Hal ini terlihat dari nilai t hitung sebesar 5.742 yang lebih besar dari t tabel 1.984 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, yang berarti semakin tinggi preferensi Generasi Z terhadap rasa, aroma, tekstur, bentuk, dan penyajian unik makanan tradisional, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk membeli makanan tersebut. Selain itu, dampak tren kuliner juga terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli, dengan nilai t hitung 4.940 lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Temuan ini menunjukkan bahwa tren kuliner yang berkembang, terutama melalui promosi di media sosial dan berbagai

platform digital, mampu meningkatkan daya tarik dan minat beli Generasi Z terhadap makanan tradisional jika dikemas secara kreatif dan relevan dengan tren yang diminati. Dengan demikian, perilaku konsumen Generasi Z dalam memilih makanan tradisional dipengaruhi secara nyata baik oleh preferensi makanan yang mereka miliki maupun oleh tren kuliner yang sedang berkembang.

Pengaruh Perubahan Preferensi Makanan dan Dampak Tren Kuliner Terhadap Minat Beli Makanan Tradisional Generasi Z di Jakarta secara simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel independent, yaitu apakah masing-masing variabel Preferensi Makanan, Tren Kuliner benar-benar berpengaruh secara simultan atau bersama-sama

terhadap variabel dependent, yaitu pada tabel 7 sebagai berikut :
 minat beli. Hasil uji F dapat dilihat

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246.209	2	123.105	46.501	.000b
	Residual	256.791	97	2.647		
	Total	503.000	99			
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						
b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1						

Berdasarkan hasil uji F, dapat disimpulkan bahwa variabel Dampak Tren Kuliner dan Perubahan Preferensi Makanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli makanan tradisional Generasi Z di Jakarta, ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 46.501 yang jauh lebih besar daripada F tabel 3,09 pada tingkat signifikansi 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa Generasi Z cenderung tertarik pada inovasi kuliner yang memadukan keaslian makanan tradisional dengan elemen tren kuliner modern yang banyak dipromosikan melalui media sosial. Dengan kata lain, generasi muda lebih memilih makanan tradisional yang dikemas secara kreatif, menarik, dan sesuai dengan selera masa kini. Fenomena ini menegaskan bahwa perpaduan antara keunikan cita rasa lokal dengan cara penyajian yang mengikuti tren populer dapat menjadi

strategi efektif untuk meningkatkan minat beli makanan tradisional di kalangan Generasi Z yang sangat terpengaruh oleh perkembangan tren kuliner digital.

Pembahasan

Hasil uji T menunjukkan bahwa perubahan preferensi makanan memengaruhi minat beli makanan tradisional secara signifikan. Keputusan Generasi Z untuk membeli makanan tradisional sangat dipengaruhi oleh cita rasa, aroma, tekstur, dan penampilan penyajian yang berbeda. Hasilnya, nilai t hitung untuk variabel preferensi makanan adalah 5.742, yang lebih besar dari nilai t tabel (1.984), dengan nilai signifikansi 0.000. Hasil ini sejalan dengan penelitian Salsabila & Hana (2023) yang menyatakan bahwa tren kuliner memiliki dampak signifikan terhadap keinginan generasi muda untuk membeli makanan tradisional. Mereka menemukan bahwa,

meskipun ada banyak makanan modern, keaslian rasa dan cita rasa makanan tradisional tetap memiliki daya tarik, terutama bagi mereka yang peduli dengan kesehatan dan kualitas makanan. Kemudian didukung juga oleh hasil penelitian (Wahdah et al., 2022) yang menyatakan dengan faktor utama yang mempengaruhi preferensi makanan adalah pengetahuan tentang makanan tradisional, informasi gizi, citarasa, dan penampilan, masih dipilih oleh konsumen muda, meskipun ada pengaruh kuat dari makanan modern yang dipromosikan melalui media sosial.

Uji T menunjukkan bahwa tren kuliner memengaruhi minat beli makanan tradisional secara signifikan. Untuk tren kuliner, nilai t hitung adalah 4.940, lebih besar dari nilai t tabel (1.984), dengan nilai signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa tren makanan viral, terutama yang dipromosikan melalui media sosial seperti tiktok dan Instagram, mempunyai dampak yang signifikan terhadap minat konsumen dalam membeli makanan tradisional. Hasil ini didukung oleh Putri & Tirtadidjaja (2024), yang melakukan penelitian tentang pengaruh tren kuliner modern terhadap minat beli makanan, dan menemukan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam penyebaran tren makanan baru, menarik Gen Z untuk mencoba makanan tradisional yang disajikan dengan cara yang lebih modern. Hasil ini juga didukung oleh penelitian (Savia et al., 2025), yang

menandakan bahwasanya TikTok berperan penting dalam menyebarkan tren kuliner viral dan menyatakan Media sosial tidak hanya menyebarkan tren, tetapi juga kolaborasi antara pengguna dan pencipta konten, yang memperkuat pengaruh media terhadap perilaku konsumsi audiens secara instan dan luas. Hasil ini juga didukung oleh penelitian (Theofilus Azarya M, 2025) Dengan memberikan informasi yang lengkap dan menarik tentang produk, serta menyajikan konten dengan elemen hiburan, TikTok sebagai platform media sosial memainkan peran besar dalam memperkenalkan makanan tradisional kepada generasi muda, yang semakin aktif di platform ini

Hasil uji F menunjukkan bahwa minat beli makanan tradisional dipengaruhi secara bersamaan oleh perubahan preferensi makanan dan dampak tren kuliner. Nilai F hitung adalah 46,501 yang lebih besar dari F tabel (3.09), dan bernilai signifikansi 0.000. Ini menandakan bahwasanya kedua variabel ini berpengaruh secara bersamaan pada minat beli makanan tradisional. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dibuat oleh Yumna et al. (2023) yang menyatakan bahwanya paparan informasi melalui media sosial dan tren makanan dapat memengaruhi pilihan konsumen, terutama Generasi Z, yang lebih suka mengikuti tren yang sedang viral.

D. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya adanya perubahan

preferensi makanan dan tren kuliner yang sedang viral di media sosial berpengaruh besar terhadap minat beli makanan tradisional di kelompok Generasi Z di Jakarta. Faktor utama yang mempengaruhi adalah rasa, aroma, tekstur, dan penyajian makanan tradisional yang semakin inovatif dan sesuai tren zaman sekarang. Artinya, makanan tradisional yang dibuat dengan cara yang modern dan menarik bisa membuat generasi muda lebih tertarik untuk mencobanya dan membelinya.

Selain itu, tren kuliner yang sedang populer di media sosial, seperti Instagram dan TikTok, juga punya peran penting. Makanan yang tampil menarik dan memiliki tampilan yang kekinian biasanya lebih disukai dan mudah viral di kalangan anak muda ini. Mereka sangat tertarik dengan makanan yang viral, mudah didapat, dan memiliki tampilan yang Instagramable. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dan tren kekinian dapat membantu dalam meningkatkan minat dan keinginan mereka terhadap makanan tradisional.

Penelitian ini membuktikan bahwa media sosial, inovasi dalam pengolahan makanan, serta makanan yang sedang tren di internet berpengaruh besar dalam mempengaruhi keputusan generasi muda untuk membeli dan mencoba makanan tradisional. Media sosial menjadi alat penting agar makanan tradisional bisa lebih dikenal dan diminati oleh Generasi Z yang selalu mengikuti tren terbaru. Jadi, ada dua hal utama yang mempengaruhi minat

beli makanan tradisional: pertama, perubahan dalam bentuk dan rasa makanan agar sesuai dengan selera zaman sekarang; kedua, adanya tren makanan viral dan promosi yang kekinian di media sosial.

Hasil ini cocok dengan penelitian sebelumnya dari beberapa ahli. Misalnya, penelitian oleh Yumna, Fadiati, dan Cahya (2023) menunjukkan bahwa konten dari food vlogger di YouTube sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat terhadap kuliner Nusantara di kalangan Generasi Z. Kemudian, penelitian oleh Salsabila dan Hana (2023) menyatakan bahwa tren makanan halal modern juga berpengaruh besar terhadap pilihan dan minat mereka terhadap jajanan tradisional. Selain itu, studi oleh Putri dan Tirtadidjaja (2024) menegaskan bahwa media sosial adalah alat utama dalam memasarkan makanan yang sedang tren dan kekinian, sehingga berpengaruh pada minat beli masyarakat muda.

E. Daftar Pustaka

- Adzra Bela Yumna, Ari Fadiati, & Cucu Cahya. (2023). Minat Kuliner Nusantara Pada Generasi Z (Studi Tentang Hubungan Keterpaan Informasi pada Konten Food Vlogger Youtube dengan Minat Kuliner Nusantara pada Generasi Z). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 01–11. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v3i2.2198>
- Aisyah Syamsuddin. (2021). *Terkaman Konsumsi Gadget*

- sebagai Produk Globalisasi Melawan Degradasi Kebudayaan Nasional. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya*, 2(2), 16–33.
<https://doi.org/10.55623/ad.v2i2.80>
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F. Y. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Metpen*. <https://penerbitzaini.com/>
- Asparin, A., & Sudiyarto, S. (2021). Perspektif Preferensi Konsumen Remaja terhadap Jajanan Tradisional Khas Gresik. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 6(4), 114. <https://doi.org/10.37149/jia.v6i4.19742>
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2025). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (ribu jiwa) di Provinsi DKI Jakarta, 2025*. <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/population-by-age-groups-and-sex--thousand--in-dki-jakarta-province--2023.html?year=2025>
- Dr. Syamsul Rahman, S.T.P., M. S. (2020). **PENGEMBANGAN INDUSTRI KULINER BERBASIS MAKANAN TRADISIONAL KHAS SULAWESI** (Issue 1). Ghozali. (2018). *Ghozali-2018_Compress.Pdf* (p. 490).
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Kadir, S. (2022). *Kuliner Bergizi Berbasis Budaya*. <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/9535/Sunarto-Kadir-Kuliner-Bergizi-Berbasis-Budaya.pdf>
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). **PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung)**. *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/ijournal>
- Nugroho, C. A., & Dewantara, Y. F. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi terhadap Minat Beli di Javarover Coffee Company. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 9298–9303. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.3172>
- Nur, I., & Rakhman, M. T. (2019). Analisis Pdrb Sektor Ekonomi Unggulan Provinsi Dki Jakarta. *Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 4(4), 351–

370.
<https://doi.org/10.33105/itrev.v4i4.132>
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Purnamasari, M., & Noviadi, A. (2025). *PERILAKU KONSUMEN GEN Z DALAM MEMILIH*. 1(1), 78–87. <https://doi.org/10.56743/jstp.v10i1.496>
- Rekasih, M., Muhandri, T., Safithri, M., & Wijaya, C. H. (2021). Antihyperglycemic activity of java tea-based functional drink-loaded chitosan nanoparticle in streptozotocin-induced diabetic rats. *HAYATI Journal of Biosciences*, 28(3), 212–222. <https://doi.org/10.4308/hjb.28.3.212>
- Salsabila, A. 'Aina, & Hana, K. F. (2023). Preferensi Konsumen Muslim: Eksistensi Makanan Halal Modern Terhadap Minat Beli Jajanan Tradisional pada Generasi Muda. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 22(2), 238–246. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i2.748>
- Savia, E. H., Tandara, K. L., Sari, D. M., & Ds, M. (2025). *Dinamika Penyebaran Tren Kuliner Viral di TikTok dalam Perspektif Teori Jarum Hipodermik*. 1(April), 2–7.
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., & Putri, S. S. A. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43–49. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>
- Ulita, N. (2025). *Menemukan Potensi Untuk Strategi Desain Promosi: Empathy Map Gen Z Terhadap Makanan Sehat Sebagai*. 07. <https://doi.org/https://doi.org/10.52265/jdi.v7i1.540>
- Wahdah, Lucky Hartanti, & Maherawati. (2022). Preferensi Mahasiswa di Kota Pontianak terhadap Makanan Tradisional Kalimantan Barat dan Perbandingan Komposisi Nutrisinya dengan Pangan Siap Saji. *Jurnal Mutu Pangan: Indonesian Journal of Food Quality*, 9(2), 58–66. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2022.9.2.58>