

**ANALISIS REPUTASI TOKO DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN PADA MAKANAN TRADISIONAL TELUR
MATA GAJAH AMROZI KHAS SAMPIT KALIMANTAN TENGAH**

SKRIPSI

**OLEH:
AYU RAHMAWATI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
TAHUN 2026 M/1447 H**

**ANALISIS REPUTASI TOKO DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PREFERENSI KONSUMEN PADA MAKANAN TRADISIONAL TELUR
MATA GAJAH AMROZI KHAS SAMPIT KALIMANTAN TENGAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Pada Ilmu Ekonomi Syariah

**OLEH:
AYU RAHMAWATI
220105010047**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH 2026 M/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Rahmawati
NIM : 220105010047
Tempat/Tanggal Lahir : Sampit, 8 Mei 2003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Reputasi Toko dan *Word of Mouth* terhadap Preferensi Konsumen pada Makanan Tradisional Telur Mata Gajah Amrozi Khas Sampit Kalimantan Tengah”** adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 12 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Ayu Rahmawati



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail:
febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 363/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/06/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama : Ayu Rahmawati
NIM : 220105010047
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Reputasi Toko dan Word of Mouth terhadap Preferensi Konsumen pada Makanan Tradisional Telur Mata Gajah Amrozi Khas Sampit Kalimantan Tengah

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 11%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 15 Juni 2026
Ketua Jurusan



Muhammad Qamaruddin

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Analisis Reputasi Toko dan *Word Of Mouth* Terhadap Preferensi Konsumen Pada Makanan Tradisional Telur Mata Gajah Amrozi Khas Sampit Kalimantan Tengah

Ditulis oleh : Ayu Rahmawati

NIM : 220105010047

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2025/2026

Tempat, Tanggal Lahir : Sampit, 8 Mei 2003

Alama : Jl. Iskandar No. 08B, Kel. Mentawa Baru Hilir, Kec. Mentawa Baru Ketapang, Kab. Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 8 Juni 2026

Menyetujui,

Pembimbing I



Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M.
NIP. 197804272009012010

Pembimbing II



Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.HI.
NIP. 196006091988031003

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Muhammad Omaruddin, S.E.I., M.E.
NIP. 198903132019031012

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Reputasi Toko dan *Word Of Mouth* terhadap Preferensi Konsumen pada Makanan Tradisional Telur Mata Gajah Amrozi Khas Sampit Kalimantan Tengah”, ditulis oleh Ayu Rahmawati, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin
Tanggal : 29 Juni 2026
Dinyatakan LULUS dengan Predikat : 84,25 (A)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M. Fin
NIP. 197710312002121002

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	
1.	Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.H.I	1.	
2.	Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M.	2.	
3.	Elida Mahriani, S.E.I., M.M.	3.	
4.	Annisa Mahfuzah, M.H.	4.	

ABSTRAK

Ayu Rahmawati. 220105010047. Analisis Reputasi Toko dan *Word of Mouth* terhadap Preferensi Konsumen pada Makanan Tradisional Telur Mata Gajah Amrozi Khas Sampit Kalimantan Tengah. Pembimbing : Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M., Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.HI. pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Antasari Banjarmasin. 2026.

Kata Kunci: Reputasi Toko, *Word of Mouth*, Preferensi Konsumen.

Preferensi konsumen terhadap makanan tradisional dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya reputasi toko dan *word of mouth*. Penelitian mengenai preferensi konsumen pada makanan tradisional masih relatif terbatas dibandingkan penelitian mengenai keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi toko dan *word of mouth* terhadap preferensi konsumen pada makanan tradisional Telur Mata Gajah Amrozi khas Sampit, Kalimantan Tengah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Telur Mata Gajah Amrozi. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 26 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi toko dan *word of mouth* secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen. Variabel *word of mouth* memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan reputasi toko. Selain itu, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,476 menunjukkan bahwa reputasi toko dan *word of mouth* mampu menjelaskan preferensi konsumen sebesar 47,6%, sedangkan 52,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

ABSTRACT

Ayu Rahmawati. 220105010047. *Analysis of Store Reputation and Word of Mouth on Consumer Preference for the Traditional Food Telur Mata Gajah Amrozi from Sampit, Central Kalimantan.* Supervisor: Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M., Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.HI. Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Antasari Banjarmasin. 2026.

Keywords: *Store Reputation, Word of Mouth, Consumer Preference.*

Consumer preferences for traditional food are influenced by various factors, including store reputation and word of mouth. Research on consumer preferences for traditional food remains relatively limited compared to studies focusing on purchase decisions. Therefore, this study aims to examine the influence of store reputation and word of mouth on consumer preferences for Telur Mata Gajah Amrozi, a traditional food specialty from Sampit, Central Kalimantan.

This study employed a quantitative associative approach using a purposive sampling technique. The sample consisted of 100 consumers of Telur Mata Gajah Amrozi. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS version 26. The analytical methods included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2).

The results indicate that store reputation and word of mouth have a significant effect on consumer preferences, both simultaneously and partially. Furthermore, word of mouth has a more dominant influence on consumer preferences than store reputation. The coefficient of determination (R^2) of 0.476 indicates that store reputation and word of mouth explain 47.6% of the variance in consumer preferences, while the remaining 52.4% is explained by other factors beyond the scope of this study.

MOTTO

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya. Dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan kepadanya."

(QS. An-Najm [53]: 39–40)

"Sebab Tuhan telah berjanji setelah sempit ada kemudahan."

(Raim Laode)

"Di antara doa yang lirih dan langkah yang letih, ternyata 'sampai' juga bagian dari takdir"

(Ayu Rahmawati)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas rahmat, kekuatan, serta kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan penuh rasa cinta dan syukur, karya ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta, ayah dan mama.

Terima kasih atas doa, kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan yang tidak pernah ternilai. Teruntuk ayah tercinta, *Allahu yarham*, yang lebih dahulu dipanggil oleh Allah sebelum sempat menyaksikan penulis sampai pada titik ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk kecil dari rasa rindu, cinta, dan terima kasih yang tidak akan pernah selesai. Meski ayah tidak lagi hadir secara nyata, doa, nasihat, dan kasih sayang ayah tetap menjadi kekuatan dalam setiap langkah penulis. Untuk mama, terima kasih telah menjadi tempat pulang yang selalu menenangkan, menjadi sumber doa yang tidak pernah putus, serta menjadi penguat di saat penulis merasa lelah.

Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M. dan Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.HI.

Terima kasih kepada dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini.

Sahabat dan Teman-Teman

Terima kasih atas semangat, bantuan, kebersamaan dan doa yang telah diberikan. Semua kebaikan dan kenangan selama proses penyusunan skripsi ini akan selalu penulis simpan sebagai bagian berharga dalam hidup.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Dengan segala kekurangan yang dimiliki, penulis merasa sangat bersyukur karena dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Reputasi Toko dan *Word of Mouth* terhadap Preferensi Konsumen pada Makanan Tradisional Telur Mata Gajah Amrozi Khas Sampit Kalimantan Tengah”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Banyak pihak yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran, dan motivasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M.Fin., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

2. Bapak Muhammad Qamaruddin, M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, dan Bapak Muhammad Syafi'i, M.Ag., selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M., dan Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.HI selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, serta koreksi selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
5. Seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang telah membantu dalam berbagai proses administrasi selama masa studi hingga penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan, bantuan, dan ketulusan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon ampunan dan ridha Allah SWT, serta berharap semoga karya tulis ini dapat

memberikan manfaat bagi pembaca, pihak-pihak terkait, dan pengembangan ilmu pengetahuan. Aamiin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banjarmasin, 25 Mei 2026

Penulis

Ayu Rahmawati

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	bā`	B	Be
ت	tā`	T	Te
ث	ṣā`	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	hā`	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	khā`	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	rā`	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā`	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zā`	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fā`	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lām	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Wāwu	W	We
ه	hā`	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	yā`	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

رَبَّنَا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
مُتَكَبِّرٍ	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

a) Bila dimatikan ditulis h

هِبْه	Ditulis	<i>Hibah</i>
-------	---------	--------------

b) Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmatul-aulyā‘</i>
--------------------------	---------	-------------------------

IV. Vokal Pendek

ـَ	Kasrah	ditulis	<i>I</i>
ـِ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ـُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

V. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>Ā Jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya'mati يَاسِي	Ditulis	<i>Ā yas'ā</i>
3	Kasrah + ya'mati كَرِيمٌ	Ditulis	<i>ī Karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فُرُوضٌ	Ditulis	<i>ū furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بَيْتُكُمْ	Ditulis	<i>au–Bainakum</i>
2	Fathah + wawumati قَوْلٌ	Ditulis	<i>au–Qaulun</i>

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

الْتَمُّ	Ditulis	<i>a' antum</i>
اَعْدَتْ	Ditulis	<i>u' iddat</i>
لَا تُشْكِرُنَّ	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

VIII. Kata sandang alif + lam

a) Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

الْقُرْآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذَوِي الْفُرُوض	Ditulis	<i>Żawi al-furūd</i> atau <i>Żawilfurūd</i>
أَهْلُ السُّنَّة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
KETERANGAN BEBAS PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Signifikasi Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II REPUTASI TOKO, <i>WORD OF MOUTH</i> , DAN PREFERENSI KONSUMSEN.....	9
A. Kajian Teori	9

1. Teori Perilaku Konsumen	9
2. Reputasi Toko	12
3. <i>Word of Mouth</i>	18
4. Preferensi Konsumen	27
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	41
C. Kerangka Pikir	44
D. Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian.....	47
C. Populasi dan Sampel Penelitian	48
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	49
E. Data dan Sumber Data	50
F. Variabel dan Indikator.....	50
G. Teknik Pengumpulan Data.....	52
H. Teknik Analisis Data.....	53
I. Tahapan Penelitian.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil	59
B. Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP.....	78
A. Simpulan	78
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA	81
----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator	50
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	52
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Toko	62
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	63
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Konsumen	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji T / Uji Parsial.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji F / Uji Simultan	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	44
Gambar 4. 1 Hasil Uji Histogram	66
Gambar 4. 1 Hasil Uji P-P Plot	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal dengan kekayaan sumber daya alamnya yang melimpah dan keanekaragaman agama, suku, serta budaya, termasuk dalam bidang kuliner (Hutabarat, 2023). Kuliner tradisional tidak hanya memiliki nilai budaya sebagai bagian dari identitas daerah, tetapi juga berpotensi menjadi sumber pendapatan masyarakat serta penggerak perekonomian daerah. Potensi tersebut didukung oleh data Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif Indonesia terus mengalami pertumbuhan positif. Pada tahun 2025, nilai Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif mencapai Rp1.757,87 triliun dengan tingkat pertumbuhan sebesar 6,86%, lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekonomi nasional yang mencapai 5,11%. Kondisi ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif menjadi salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Lebih lanjut, subsektor kuliner memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB ekonomi kreatif, yaitu sebesar 41,06%, mengungguli subsektor *fashion* serta televisi dan radio. Data tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner, termasuk kuliner tradisional memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus membuka peluang peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan usaha berbasis kuliner (Decembria, 2026).

Setiap daerah memiliki makanan khas yang mencerminkan budaya dan tradisi masyarakat setempat, sehingga kuliner tradisional tidak hanya memiliki