

**PENGARUH SUBSTITUSI TEPUNG JAGUNG MANIS
(*Zea mays saccharata*) PADA PEMBUATAN STIK KEJU
TERHADAP DAYA TERIMA KONSUMEN**



**RATRI PUTRI UTAMI
5515134049**

**Skripsi Ini Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

**PENGARUH SUBSTITUSI TEPUNG JAGUNG MANIS
(*Zea mays saccharata*) PADA PEMBUATAN STIK KEJU TERHADAP
DAYA TERIMA KONSUMEN**

RATRI PUTRI UTAMI
Pembimbing : Mariani dan Ridawati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh substitusi tepung jagung manis dalam pembuatan stik keju terhadap daya terima konsumen, yang meliputi penilaian pada aspek warna, rasa, aroma, dan kerenyahan. Penelitian ini dilakukan di laboratorium Roti dan Kue Program Studi Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai bulan Desember 2016 sampai Juli 2017. Penelitian ini dinilai menggunakan uji organoleptik yang diujikan kepada 30 panelis agak terlatih, yaitu mahasiswa Program Studi Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta. Hasil uji hedonik menunjukkan bahwa stik keju substitusi tepung jagung manis yang paling disukai untuk aspek warna adalah substitusi tepung jagung manis 25% dengan nilai 4,53. Pada aspek rasa dan aroma yang paling disukai adalah substitusi tepung jagung manis 40% dengan nilai 4,47 dan 4,23. Pada aspek kerenyahan yang paling disukai adalah substitusi tepung jagung manis 55% dengan nilai 4,60. Hasil analisis dengan menggunakan uji Friedman dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ membuktikan terdapat pengaruh substitusi tepung jagung manis pada pembuatan stik keju terhadap daya terima konsumen pada aspek warna dan kerenyahan. Hasil uji Tuckey menunjukkan bahwa stik keju substitusi tepung jagung sebanyak 25% dan 55% adalah yang disukai.

Kata kunci : Tepung jagung manis, stik keju, daya terima konsumen

**THE EFFECT OF SUBSTITUTION SWEET CORN FLOUR
(*Zea mays saccharat*) IN THE MAKING OF CHEESE STICK FOR
ACCEPTANCE OF CONSUMERS**

RATRI PUTRI UTAMI

Pembimbing : Mariani dan Ridawati

ABSTRACT

This objective of this study was to analyzed the effect of substitution of sweet corn flour in the making of cheese sticks on the consumer acceptance, including on the aspect of color, taste, aroma, and crispness. This research was conducted in Laboratory of Bakery and Pastry, Food and Nutrition Education Programme Study, Faculty of Engineering, State University of Jakarta. The time was conducted from December 2016 to July 2017. This research using organoleptic test was tasted on 30 semi trained panelists from the student of food and nutrition program study, Faculty of Engineering, State University of Jakarta. The results of the hedonic test show that the most favorable sweetened corn flour substitution sticks for the color aspect is a 25% sweet corn flour substitution with a value of 4.53. On the most favored aspect of flavor and aroma were a 40% sweet corn flour substitution with values of 4.47 and 4.23. In the most preferred aspect of crispness were a 55% sweet corn flour substitution with a value of 4.60. Result of analysis Friedman test with significance level $\alpha = 0,05$ proves that there was significant substitution the sweet corn flour in the making of cheese sticks on the consumer acceptance in the aspect color and crispness. Tuckey's test result showed that cheese sticks and substitution of sweet corn flour 25% and 55% were preferred.

Keywords : Sweet corn flour, cheese sticks, consumer acceptance

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Kegunaan Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1 Kajian Teoritik	6
2.1.1 Jagung	6
2.1.2 Tepung Jagung Manis	12
2.1.3 Stik Keju	15
2.1.4 Daya Terima Konsumen	28
2.2 Kerangka Pemikiran	31
2.3 Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Variabel Penelitian	34
3.4 Definisi Operasional Penelitian	35
3.5 Desain Penelitian	36
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.7 Prosedur Penelitian	38
3.7.1 Kajian Pustaka	38
3.7.2 Penelitian Pendahuluan	40
3.7.3 Penelitian Lanjutan	50
3.8 Instrumen Penelitian	51
3.9 Teknik Pengambilan Data	53
3.10 Hipotesis Statistik	54
3.11 Teknik Analisis Data	54

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian	57
4.1.1	Hasil Uji Validitas	57
4.1.2	Deskripsi Data dan Pengujian Hipotesis	58
4.2	Pembahasan	74
4.3	Kelemahan Penelitian	77
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA	80
	LAMPIRAN	83
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	107