

## BAB IV HASIL AKHIR DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Data Penelitian Uji Organoleptik

Pada penelitian uji organoleptik, terdapat 5 responden atau panelis yang sudah ahli dan telah mengisi kuesioner melalui Google Form. Kuesioner ini dibuat untuk menguji tingkat perbedaan *chocolate mousse* sejumlah 10 perlakuan. Deskripsi responden tertera pada diagram dibawah ini:

**Tabel 4.1** Jenis Kelamin Panelis Uji Organoleptik

Jenis Kelamin	Jumlah Panelis	Frekuensi
Laki-laki	2	40 %
Perempuan	3	60 %
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Dataa Primer Hasil Observasi, 2020*

Pada uji organoleptik ini, berdasarkan hasil dari 5 responden yang telah mengisi kuesioner google Form. Terdapat 3 responden (60%) yang memiliki jenis kelamin perempuan, 2 responden (40%) yang memiliki jenis kelamin laki-laki.

**Tabel 4.2** Umur Panelis Uji Organoleptik

Umur	Jumlah Panelis	Frekuensi
17-21 tahun	0	0 %
22-26 tahun	0	0 %
27-31 tahun	2	40 %
32-37 tahun	1	20 %
>37 tahun	2	40 %
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020*

Berdasarkan hasil dari 5 responden yang telah mengisi kuesioner Google Form. Terdapat 2 responden (40%) yang berusia 27-31 tahun, 1 responden (20%) yang berusia 32-37 tahun, 2 responden (40%) yang berusia diatas 37 tahun, dan tidak terdapat panelis yang berusia 17 sampai dengan 26 tahun.

**Tabel 4.3** Pekerjaan Panelis Uji Organoleptik

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Panelis</b>	<b>Frekuensi</b>
TNI	0	0 %
PNS	0	0 %
Mahasiswa / Pelajar	2	40 %
Wirausahawan	0	0 %
Dosen	3	60 %
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020*

Berdasarkan hasil dari 5 responden yang telah mengisi kuesioner Google Form. Terdapat 3 responden (60%) yang bekerja sebagai dosen, 2 responden (40%) yang bekerja sebagai mahasiswa, dan tidak terdapat panelis yang bekerja sebagai TNI, PNS, dan wirausahawan.

## **4.2 Hasil Pembahasan Uji Organoleptik**

### **4.2.1 Kode Uji *One Paired (T-test)* Berdasarkan Perlakuan**

Pada penelitian ini terdapat 1 kali pengulangan pada resep kontrol yang merupakan putih telur (Produk K) dan 3 kali pengulangan terhadap masing-masing produk A-B-C-D. Terdapat 13 total pengulangan yang sudah diberikan kode berupa huruf A- M.

- Produk K (Resep Kontrol): Diberikan kode K
- Produk A (Aquafaba merk Bonduelle): Diberikan kode A, B, dan C
- Produk B (Aquafaba merk Coppola): Diberikan kode D, E, dan F.
- Produk C (Aquafaba merk Cirio): Diberikan kode G, H, dan I.
- Produk D (Aquafaba merk Saporito): Diberikan kode J, L, dan M.

Produk K (Kontrol) akan dibandingkan dengan produk A, produk K (Kontrol) akan dibandingkan dengan produk B, produk K (Kontrol) akan dibandingkan dengan produk C, dan produk K (Kontrol) akan dibandingkan dengan produk D. Perbandingan ini akan dilakukan terhadap 4 variabel yaitu rasa, aroma, tekstur, dan warna.

#### 4.2.2 Hasil Uji *One Paired T-Test*

Menurut data yang sudah diolah menggunakan *software* SPSS versi 20.0, berikut hasil dari uji *one paired T-Test*. Metode pengujian ini dipakai untuk menguji apakah terdapat perbedaan hasil atau nilai rata-rata antara perlakuan yang berbeda. Terdapat hasil uji *test* pada tabel dibawah ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.4** Hasil Uji *One Paired T-Test*

<i>Paired Samples Test</i>						
		<i>Paired Differences</i>				
		<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>
Rasa	Produk Kontrol - Produk A (A,B,C)	-0.80000	1.09545	-1.633	4	0.178
	Produk Kontrol - Produk B (D,E,F)	-0.60000	0.54772	-2.449	4	0.070
	Produk Kontrol - Produk C (G,H,I)	-1.06600	0.59731	-3.991	4	0.016
	Produk Kontrol - Produk D (J,L,M)	-0.40000	0.54772	-1.633	4	0.178
Tekstur	Produk Kontrol - Produk A (A,B,C)	-0.60000	2.19089	-0.612	4	0.573
	Produk Kontrol - Produk B (D,E,F)	0.20000	1.64317	0.272	4	0.799
	Produk Kontrol	-0.40000	1.67332	-0.535	4	0.621

	- Produk C (G,H,I)					
	Produk Kontrol - Produk D (J,L,M)	-0.40000	2.07364	-0.431	4	0.688
Aroma	Produk Kontrol - Produk A (A,B,C)	0.20000	1.09545	0.408	4	0.704
	Produk Kontrol - Produk B (D,E,F)	0.40000	0.89443	1.000	4	0.374
	Produk Kontrol - Produk C (G,H,I)	0.00000	0.70711	0.000	4	1.000
	Produk Kontrol - Produk D (J,L,M)	0.26600	1.01182	0.588	4	0.588
Warna	Produk Kontrol - Produk A (A,B,C)	-0.40000	0.54772	-1.633	4	0.178
	Produk Kontrol - Produk B (D,E,F)	0.40000	0.54772	1.633	4	0.178
	Produk Kontrol - Produk C (G,H,I)	0.20000	1.48324	-0.302	4	0.778
	Produk Kontrol - Produk D (J,L,M)	0.00000	0.70711	0.000	4	1.000

*Sumber: data primer yang diolah, 2020*

Untuk mendapatkan hasil uji *One Paired T-Test*, hasil responden yang berasal dari 5 panelis ahli untuk Produk A-D (A-J) akan direkapitulasi dan dicari hasil nilai rata-rata atau *mean* terlebih dahulu berdasarkan Tabel 4.5 diatas. Kemudian, nilai rata-rata produk kontrol akan dibandingkan dengan produk A, produk B, produk C, dan produk D berdasarkan variabel warna, aroma, tekstur, dan rasa. Hasil perbandingan produk kontrol dengan produk lainnya akan diuji menggunakan program uji *One Paired T-Test* yang berasal dari *software* SPSS versi 20.0.

Berikut hasil pengambilan kesimpulan pada uji *One Paired T-Test*:

- Jika nilai sig. (2-tailed) < 0.05 maka terdapat perbedaan yang signifikan pada hasil produk kontrol dengan produk B, C, dan D.
- Jika nilai sig. (2-tailed) > 0.05 maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada hasil produk kontrol dengan produk B, C, dan D.

**Tabel 4.5** Pembahasan Hasil Uji T-Test Terhadap Variabel Rasa

Variabel	Produk	Nilai Sig. (2 tailed)
Rasa	Produk Kontrol - Produk A (A,B,C)	0.178
	Produk Kontrol - Produk B (D,E,F)	0.070
	Produk Kontrol - Produk C (G,H,I)	0.016
	Produk Kontrol - Produk D (J,L,M)	0.178

*Sumber: data primer yang diolah, 2020*

Pada Tabel 4.5 diatas, terdapat 5 produk (K-D) yang dibandingkan berdasarkan variabel rasa. Produk kontrol akan dibandingkan dengan 4 produk lainnya yaitu: produk A, produk B, produk C dan Produk D. Dari hasil nilai sig. (2 tailed) yang telah dikelola menggunakan pertolongan *software* SPSS versi 20.0, hasil dari 4 perbandingan produk diatas menyatakan bahwa nilai sig.(2 tailed) > 0.05, maka disimpulkan terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara produk kontrol dan produk C

yang merupakan *aquafaba* dari merk Cirio . Sedangkan, pada produk A,B, dan D tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

**Tabel 4.6** Pembahasan Hasil Uji T-Test Terhadap Variabel Tekstur

Variabel	Produk	Nilai Sig. (2 tailed)
Tekstur	Produk Kontrol - Produk A (A,B,C)	0.573
	Produk Kontrol - Produk B (D,E,F)	0.799
	Produk Kontrol - Produk C (G,H,I)	0.621
	Produk Kontrol - Produk D (J,L,M)	0.688

*Sumber: data primer yang diolah, 2020*

Pada hasil uji *One Paired T-Test* berdasarkan variabel tekstur, produk kontrol akan dibandingkan dengan 4 produk lainnya yaitu: produk A, produk B, produk C, dan produk D. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara produk kontrol dengan produk lainnya.

**Tabel 4.7** Pembahasan Hasil Uji T-Test Terhadap Variabel Aroma

Variabel	Produk	Nilai Sig. (2 tailed)
Aroma	Produk Kontrol - Produk A (A,B,C)	0.704
	Produk Kontrol - Produk B (D,E,F)	0.374
	Produk Kontrol - Produk C (G,H,I)	1.000
	Produk Kontrol - Produk D (J,L,M)	0.588

*Sumber: data primer yang diolah, 2020*

Pada hasil uji *One Paired T-Test* berdasarkan variabel aroma, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara produk kontrol dengan produk lainnya.

**Tabel 4.8** Pembahasan Hasil Uji T-Test Terhadap Variabel Warna

Variabel	Produk	Nilai Sig. (2 tailed)
Warna	Produk Kontrol - Produk A (A,B,C)	0.178
	Produk Kontrol - Produk B (D,E,F)	0.178
	Produk Kontrol - Produk C (G,H,I)	0.778
	Produk Kontrol - Produk D (J,L,M)	1.000

*Sumber: data primer yang diolah, 2020*

Pada hasil uji *One Paired T-Test* berdasarkan variabel warna, produk kontrol akan dibandingkan dengan 4 produk lainnya yaitu: produk A, produk B, produk C, dan Produk D. Maka dapat diketahui bahwa tidak adanya perbedaan yang signifikan antara produk kontrol dengan produk lainnya.

#### 4.3 Deskripsi Data Penelitian Uji Hedonik

Pada penelitian ini, terdapat 30 responden yang mengisi kuesioner melalui Google Form. Kuesioner ini dibuat untuk mengetahui tingkat kesukaan produk *chocolate mousse* berdasarkan warna, aroma, tekstur, dan rasa. Berikut telah dilampirkan deskripsi responden yang ada pada diagram dibawah ini:

**Tabel 4.9** Umur Panelis Uji Hedonik

Umur	Jumlah Panelis	Frekuensi
11-17 tahun	10	33.3 %
18-25 tahun	7	23.2 %
26-33 tahun	1	3.3 %
34-41 tahun	2	6.7 %
>41 tahun	10	33.3 %
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020*

Pada uji hedonik ini, terdapat 30 responden yang tertera di Tabel 4.9 diatas. Terdapat 10 responden (33.3%) yang berusia 11-17 tahun, 7 responden (23.3%) yang berusia 18-25 tahun, 1 responden (3.3%) yang berusia 26-33 tahun,

2 responden (6.7%) yang berusia 34-41 tahun, dan sepuluh responden yang berusia lebih dari 41 tahun.

**Tabel 4.10** Jenis Kelamin Panelis Uji Hedonik

Jenis Kelamin	Jumlah Panelis	Frekuensi
Laki-laki	11	36.7 %
Perempuan	19	63.3 %
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer Observasi, 2020*

Berdasarkan jawaban dari 30 responden yang tertera di Tabel 4.10 diatas. Terdapat sembilan belas responden (63.3%) yang merupakan perempuan, sebelas responden (36.7%) yang merupakan laki-laki.

**Tabel 4.11** Pekerjaan Penelis Uji Hedonik

Pekerjaan	Jumlah Panelis	Frekuensi
TNI	1	3.3 %
Mahasiswa / pelajar	15	50 %
Wirausahawan	8	26.7 %
Ibu Rumah Tangga	2	6.7 %
Karyawan	2	6.7 %
Pegawai Swasta	1	3.3 %
Asuransi	1	3.3 %
PNS	0	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

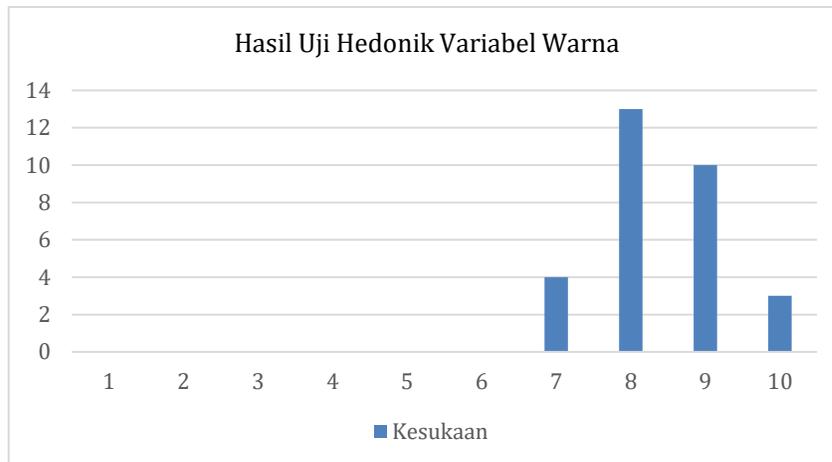
*Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020*

Berdasarkan jawaban dari 30 responden yang tertera di Tabel 4.11 diatas. Terdapat 1 responden (3.3%) yang merupakan TNI, 15 responden (50%) yang merupakan mahasiswa / pelajar, 8 responden (26.7%) yang merupakan wirausahawan, 2 responden (6.7%) yang merupakan ibu rumah tangga, 2 responden (6.7%) yang merupakan karyawan, 1 responden (3.3%) yang merupakan pegawai swasta, 1 responden (3.3%) yang merupakan pekerja asuransi, dan tidak terdapat responden yang merupakan PNS.

#### 4.4 Hasil Pembahasan Uji Hedonik Berdasarkan Variabel

##### 4.4.1 Warna

Diagram 4.1 Hasil Uji Hedonik Variabel Warna

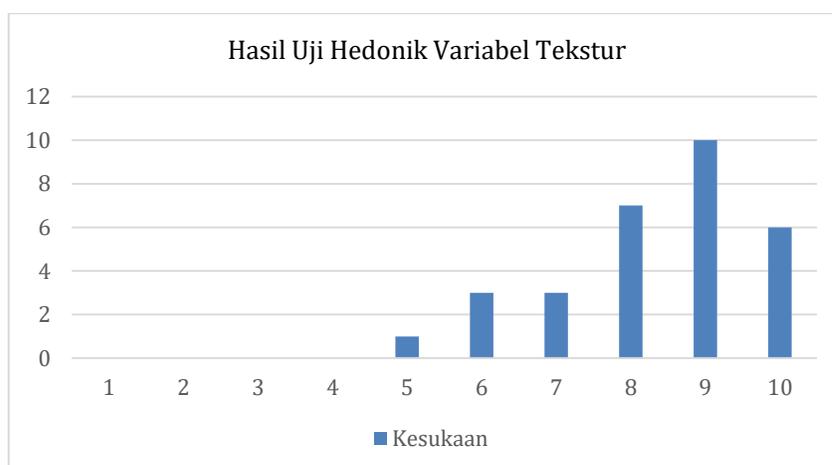


Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020

Berdasarkan jawaban dari 30 responden yang telah mengisi kuesioner melalui Google Form, terdapat 4 responden (13.3%) yang memberikan skor 7, 13 responden (43.3%) yang memberi skor 8, 10 responden (33.3%) yang memberi skor 9, 3 responden (10%) yang memberi skor 10, dan tidak terdapat responden yang menjawab skor 1 sampai 6 pada variabel warna produk *chocolate mousse*.

##### 4.4.2 Tekstur

Diagram 4.2 Hasil Uji Hedonik Variabel Tekstur

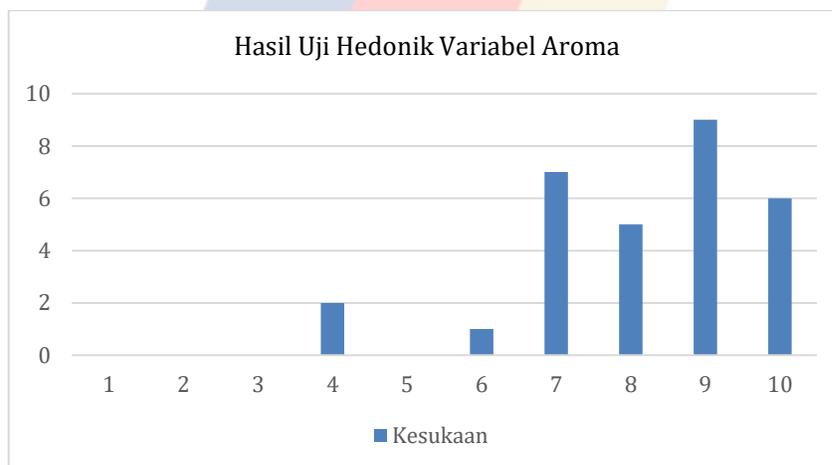


*Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020*

Hasil jawaban dari 30 responden yang telah mengisi kuesioner melalui Google Form, terdapat 1 responden (3.3%) yang memberikan skor 5, 3 responden (10%) yang memberi skor 6, tiga responden (10%) yang memberi skor 7, tujuh responden (23.3%) memberi skor 8, 10 responden (33.3%) yang memberi skor 9, 6 responden (20%) yang memberi skor 10, dan tidak terdapat responden yang menjawab skor 1 sampai 4 pada variabel tekstur produk *chocolate mousse*.

#### 4.4.3 Aroma

**Diagram 4.3** Hasil Uji Hedonik Variabel Aroma

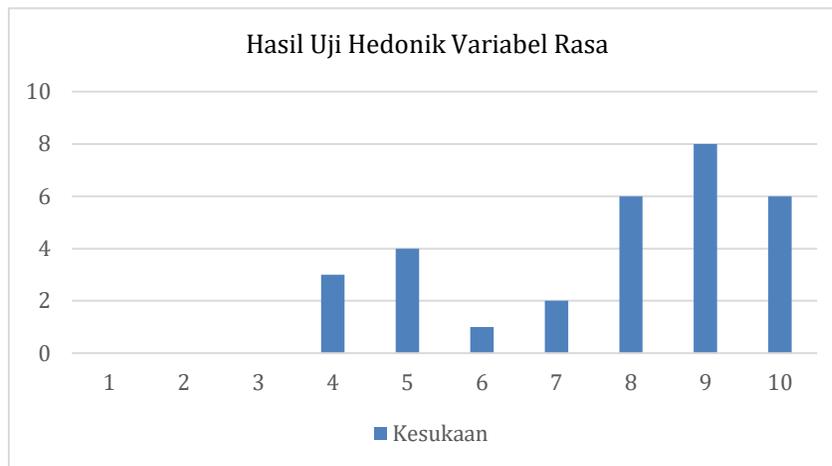


*Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020*

Hasil jawaban dari 30 responden yang telah mengisi kuesioner melalui Google Form, terdapat 2 responden (6.7%) yang memberikan skor 4, 1 responden (3.3%) yang memberi skor 6, 7 responden (23.3%) yang memberi skor 7, 5 responden (16.7%) yang memberi skor 8, 9 responden (30%) yang memberi skor 9, 6 responden (20%) yang memberi skor 10, dan tidak terdapat responden yang menjawab skor 1 sampai 3 dan 5 pada variabel aroma produk *chocolate mousse*.

#### 4.4.4 Rasa

Diagram 4.4 Hasil Uji Hedonik Variabel Rasa



Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020

Hasil jawaban dari 30 responden yang telah mengisi kuesioner melalui Google Form, terdapat 3 responden (10%) yang memberikan skor 4, 4 responden (13.3%) yang memberi skor 5, 1 responden (3.3%) yang memberi skor 6, 2 responden (6.7%) yang memberi skor 7, 6 responden (20%) yang memberi skor 8, 8 responden (26.7%) yang memberi skor 9, 6 responden (20%) yang memberi skor 10, dan tidak terdapat responden yang menjawab skor 1 sampai 3 pada variabel rasa produk *chocolate mousse*.

Dari data hasil yang telah kita olah, diketahui bahwa produk C yang merupakan *aquafaba* dari merk Cirio lebih disukai oleh pihak panelis dikarenakan produk C ini tidak mengandung bahan kimia dibandingkan dengan produk A dan D. Begitupula dengan produk C yang mengandung garam sedangkan tidak terdapat kandungan garam pada produk B.

#### 4.5 Hasil Nilai Rata- Rata (*Mean*)

Berdasarkan jawaban dari responden yang telah didapat, maka dapat dilihat nilai rata-rata (*Mean*) yang berdasarkan variabel warna, aroma, tekstur, dan rasa. Nilai rata-rata (*Mean*) terdapat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.12** Pembahasan Hasil Nilai Mean atau Rata-Rata

Variabel	Produk	N	Mean
Warna	C	30	8.40
Tekstur		30	8.33
Aroma		30	8.13
Rasa		30	7.73

Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020

Berdasarkan hasil nilai rata-rata responden terhadap Uji Hedonik yang menggunakan *software* SPSS, produk C mendapatkan nilai rata-rata 8.40 pada variabel warna, 8.33 pada variabel tekstur, 8.13 pada variabel aroma, dan 7.73 pada variabel rasa. Nilai rata-rata pada variabel warna dan tekstur masuk pada kategori 9, pada variabel aroma masuk pada kategori 8, sedangkan variabel rasa masuk pada kategori 7.

#### 4.6 Hasil Analisis Tabulasi Silang

Dari 30 data yang di peroleh dari Google Form, data sudah diolah menggunakan *software* SPSS versi 20.0. Hasil analisis tabulasi silang ini menunjukkan bahwa terdapat 3 jenis responden yang menilai tingkat kesukaan pada produk *chocolate mousse*. Adanya 3 perbandingan jenis responden terhadap setiap variabel pada *chocolate mousse*. Berikut tabel hasil tabulasi silang di bawah ini :

**Tabel 4.13** Pembahasan Hasil Analisis Tabulasi Silang Antara Jenis Responden dengan Produk Pada Variabel Warna

Variabel Warna											
Jenis Responden	Skala Penilaian										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Anak-anak	0	0	0	0	0	0	1	4	5	0	10
Remaja	0	0	0	0	0	0	2	5	1	2	10
Orang-tua	0	0	0	0	0	0	1	4	4	1	10
Total	0	0	0	0	0	0	4	13	10	3	30

Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020

Berdasarkan dari tabel 4.13 diatas, dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan yang besar dari jenis responden terhadap variabel warna pada produk *chocolate mousse*. Pada jenis responden 1 (anak-anak) terdapat 1 orang yang memberi skor 7, 4 orang yang memberi skor 8, 5 orang yang memberi skor 9, dan tidak terdapat responden yang memberi skor 10. Pada jenis responden 2 (remaja) terdapat 2 orang yang memberi skor 7, 5 orang yang memberi skor 8, 1 orang yang memberi skor 9, dan 2 orang yang memberi skor 10. Pada jenis responden 3 (orang-tua) terdapat 1 orang yang memberi skor 7, 4 orang yang memberi skor 8, 4 orang yang memberi skor 9, dan 1 orang yang memberi skor 10. Sedangkan, pada skala penilaian 1 sampai 6, tidak terdapat penilaian yang diberikan oleh jenis responden 1,2 dan 3.

**Tabel 4. 14** Pembahasan Hasil Analisis Tabulasi Silang Antara Jenis Responden dengan Produk Pada Variabel Tekstur

Variabel Tekstur											
Jenis Responden	Skala Penilaian										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Anak-anak	0	0	0	0	0	2	0	3	4	1	10
Remaja	0	0	0	0	1	1	1	2	2	3	10
Orang-tua	0	0	0	0	0	0	2	2	4	2	10
Total	0	0	0	0	1	3	3	7	10	6	30

Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas, dapat diketahui tidak ada perbedaan yang besar dari jenis responden terhadap variabel tekstur pada produk *chocolate mousse*. Pada jenis responden 1 (anak-anak) tidak terdapat orang yang memberi skor 5, 2 orang yang memberi skor 6, tidak terdapat orang yang memberi skor 7, 3 orang yang memberi skor 8, 4 orang yang memberi skor 9, dan 1 orang yang memberi skor 10. Pada jenis responden 2 (remaja), terdapat 1 orang yang memberi skor 5, 1 orang yang memberi skor 6, 1 orang yang memberi skor 7, 2 orang yang memberi skor 8, 2 orang yang memberi skor 9, dan 3 orang yang memberi skor 10. Pada jenis responden 3 (orang-tua) tidak terdapat orang yang memberi skor 5, tidak terdapat orang yang memberi skor 6, 2 orang yang memberi

skor 7, 2 orang yang memberi skor 8, 4 orang yang memberi skor 9, dan 2 orang yang memberi skor 10. Sedangkan pada skala penilaian 1 sampai dengan 4 tidak terdapat penilaian yang diberikan dari masing-masing jenis responden.

**Tabel 4.15** Pembahasan Hasil Analisis Tabulasi Silang Antara Jenis Responden dengan Produk Pada Variabel Aroma

Variabel Aroma											
Jenis Responden	Skala Penilaian										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Anak-anak	0	0	0	0	0	3	1	1	5	1	10
Remaja	0	0	0	1	1	2	2	2	2	2	10
Orang-tua	0	0	0	1	0	2	2	2	2	3	10
Total	0	0	0	2	1	7	5	5	9	6	30

*Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020*

Berdasarkan dari Tabel 4.15 diatas, dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan yang besar dari jenis responden terhadap variabel aroma pada produk *chocolate mousse*. Pada jenis responden 1 (anak-anak) tidak terdapat orang yang memberi skor 4 dan 5, 3 orang yang memberi skor 6, 1 orang yang memberi skor 7, 1 orang yang memberi skor 8, 5 orang yang memberi skor 9, dan 1 orang yang memberi skor 10. Pada jenis responden 2 (remaja), terdapat 1 orang yang memberi skor 4 dan 5, 2 orang yang memberi skor 6, 2 orang yang memberi skor 7, 2 orang yang memberi skor 8, 2 orang yang memberi skor 9, dan 2 orang yang memberi skor 10. Pada jenis responden 3 (orang-tua) terdapat 1 orang yang memberi skor 4, tidak terdapat orang yang memberi skor 5, 2 orang yang memberi skor 6, 2 orang yang memberi skor 7, 2 orang yang memberi skor 8, 2 orang yang memberi skor 9, dan 3 orang yang memberi skor 10. Sedangkan pada penilaian 1 sampai dengan 3 tidak terdapat penilaian yang diberikan dari masing-masing jenis responden.

**Tabel 4.16** Pembahasan Hasil Analisis Tabulasi Silang Antara Jenis Responden dengan Produk Pada Variabel Rasa

Variabel Rasa											
Jenis Responden	Skala Penilaian										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Anak-anak	0	0	0	0	1	0	0	2	5	2	10
Remaja	0	0	0	2	0	1	1	1	3	2	10
Orang-tua	0	0	0	1	3	0	1	3	0	2	10
Total	0	0	0	3	4	1	2	6	8	6	30

*Sumber: Data Primer Hasil Observasi, 2020*

Berdasarkan hasil Tabel 4.16 diatas, pada jenis responden 1 (anak-anak) tidak terdapat orang yang memberi skor 4, 1 orang yang memberi skor 5, tidak terdapat orang yang memberi skor 6 dan 7, 2 orang yang memberi skor 8, 5 orang yang memberi skor 9, dan 2 orang yang memberi skor 10. Pada jenis responden 2 (remaja), terdapat 2 orang yang memberi skor 4, tidak terdapat orang yang memberi skor 5, 1 orang yang memberi skor 6, 1 orang yang memberi skor 7, 1 orang yang memberi skor 8, 3 orang yang memberi skor 9, dan 2 orang yang memberi skor 10. Pada jenis responden 3 (orang-tua) terdapat 1 orang yang memberi skor 4, 3 orang yang memberi nilai 5, tidak terdapat orang yang memberi skor 6, 1 orang yang memberi skor 7, 3 orang yang memberi skor 8, tidak terdapat orang yang memberi skor 9, dan 2 orang yang memberi skor 10. Sedangkan pada penilaian 1 sampai dengan 4 tidak terdapat penilaian yang diberikan dari masing-masing jenis responden.

Dari hasil yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa jenis responden yang paling menyukai produk C (*aquafaba* merk Cirio) pada variabel rasa adalah kalangan umur 10-17 tahun yang merupakan jenis responden 1 dengan total 7 orang yang menjawab skor 9 dan 10. Sedangkan hanya 2 responden yang berumur lebih dari 37 tahun (jenis responden 3) yang memberi skor 9-10.