

Penerimaan Konsumen terhadap *Edible Coating* sebagai Teknologi Pengawetan Buah

Julia Agustina^{1*}, Amelia Dwi Nugrahaini¹, Taufiq Rahman Humaidi¹

¹Politeknik Negeri Jember, Jawa Timur, Indonesia

julia.agustina@polije.ac.id *

| Received: 31/05/2025 | Revised: 24/06/2025 | Accepted: 28/06/2025 |

Copyright©2025 by authors, all rights reserved. Authors agree that this article remains permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License

Abstrak

Edible coating merupakan salah satu inovasi teknologi penanganan pascapanen yang berfungsi untuk memperpanjang umur simpan buah dan menjaga kualitas buah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat penerimaan konsumen terhadap penggunaan *edible coating* berbahan lidah buaya pada buah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh dari 140 responden melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan skala Likert serta pengolahan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 82,86% responden mengetahui informasi *edible coating* yaitu lapisan tipis yang diaplikasikan pada permukaan buah untuk memperpanjang umur simpan, menjaga kualitas, serta meningkatkan keamanan dan penampilan produk buah selama penyimpanan dan distribusi. Media sosial menjadi sumber informasi utama konsumen tentang *edible coating*. Pengetahuan yang memadai dan informasi mengenai keamanan penggunaan bahan *edible coating* berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk buah dengan *edible coating*. Oleh karena itu, edukasi yang lebih intensif sangat diperlukan untuk meningkatkan penerimaan konsumen terhadap inovasi ini.

Kata kunci: *edible coating*, lidah buaya, penanganan pascapanen buah, penerimaan konsumen.

Abstract

Edible coating is one of the postharvest handling technology innovations that functions to extend the shelf life of fruit and maintain its quality. This study aims to analyze the level of consumer acceptance of the use of aloe vera-based *edible coating* on fruit. The research method used is quantitative with a descriptive approach. Data were obtained from 140 respondents through an online questionnaire and analyzed using the Likert scale and descriptive statistical analysis. The results showed that 82.86% of respondents were aware of *edible coating*, defined as a thin layer applied to the surface of fruit to extend shelf life, maintain quality, and enhance the safety and appearance of fruit products during storage and distribution. Social media serves as the primary source of consumer information about *edible coating*. Adequate knowledge and information regarding the safety of *edible coating*

materials influence consumer decisions to purchase fruit products with edible coating. Therefore, more intensive education is needed to increase consumer acceptance of this innovation.

Keywords: edible coating, aloe vera, postharvest fruit handling, consumer acceptance.

1. Pendahuluan

Buah mengandung banyak vitamin seperti vitamin A, B, C, serta mineral dan serat yang berperan sebagai antioksidan, penting untuk menjaga kesehatan tubuh (Kusmiyati et al., 2022). Buah-buahan merupakan makanan yang sering mengalami kerusakan setelah masa panennya (Warisin et al., 2024). Umur simpan yang pendek dan kualitas yang mudah rusak dari komoditas ini adalah dua penyebab utama dari kerugian pasca panen yang signifikan pada buah-buahan (Dhiman et al., 2023). Hal tersebut menjadi tantangan khusus yang harus dijawab agar penyimpanan, distribusi, serta dalam kondisi segar dan berkualitas saat dikonsumsi oleh masyarakat.

Kemajuan terbaru dalam bahan dan metode penanganan pasca panen berkelanjutan menekankan pentingnya inovasi untuk mendukung tujuan keberlanjutan serta memenuhi preferensi konsumen terhadap produk yang lebih ramah lingkungan (Hussain et al., 2024). Inovasi penanganan pasca panen ramah lingkungan tersebut salah satunya adalah penggunaan *edible coating*. *Edible coating* merupakan lapisan tipis yang terbuat dari bahan yang dapat dikonsumsi seperti lipid, polisakarida, dan protein (Yousuf et al., 2017). Penggunaan *edible coating* dengan karakteristik fisik, mikrobiologis, dan sensorik yang baik pada buah-buahan yang diproses secara minimal mampu mengurangi kerusakan dan memperpanjang daya simpan (Rasool et al., 2023). Saat ini, berbagai *edible coating* telah berhasil digunakan untuk mengawetkan buah dan sayuran seperti jeruk, apel, jeruk bali, ceri, mentimun, stroberi, tomat, dan paprika (Hassan et al., 2018).

Meskipun *edible coating* menawarkan teknologi pengawetan modern namun sangat penting untuk mempertimbangkan opini konsumen sehingga manfaat dalam memperpanjang umur simpan, menjaga kualitas buah dan sayur, serta keberhasilan implementasinya dapat diterima konsumen dengan baik. Banyak faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen terhadap produk makanan. Salah satu alasan utama konsumen tidak menyukai buah yang dilapisi lilin adalah karena kurangnya informasi atau pemahaman dimana ketidaksukaan awal bukan karena kualitas lilin atau efeknya secara langsung, tetapi lebih karena ketidaktahuan atau persepsi negatif yang belum diluruskan (Cliff et al., 2014). *Edible coating* merupakan pelapis makan yang berfungsi menahan kehilangan kelembapan produk. Mempertahankan warna pigmen alami gizi, sebagai pengawet dan mempertahankan warna sehingga menjaga mutu produk. Lidah buaya adalah salah satu jenis yang dapat dijadikan *edible coating*. Beberapa penelitian telah dilakukan pada buah untuk memperoleh pasca panen yang baik. Salah satunya adalah dengan *coating* berbahan lidah buaya yang dilakukan oleh Marpudi et al. (2011).

Pemahaman konsumen mengenai konsep dan pengertian *edible coating*, pemanfaatannya dan dampaknya terhadap lingkungan cenderung masih tergolong rendah. Penelitian Bucher et al., (2023), menunjukkan penerimaan konsumen terhadap *edible coatings* dipengaruhi oleh neophobia teknologi pangan, yaitu ketakutan atau ketidaknyamanan terhadap teknologi pangan baru. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman dapat menghambat penerimaan

konsumen terhadap *edible coatings*. Banyak konsumen belum mengetahui bahwa lapisan tersebut aman dikonsumsi dan justru dapat meningkatkan kualitas produk. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan analisis terhadap persepsi dan penerimaan konsumen *edible coating* tersebut, agar produsen dan pelaku industri dapat mengembangkan strategi edukasi dan pemasaran yang tepat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat penerimaan konsumen terhadap penggunaan *edible coating* pada buah dan sayur. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan berharga bagi pengembangan teknologi pengemasan pangan dan peningkatan penerimaan konsumen terhadap inovasi pangan berkelanjutan.

2. Metodologi Penelitian

2.1. Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang mengonsumsi buah di daerah Jawa Timur. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis pendekatan *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang didasari pada ciri-ciri tertentu dan memiliki keterkaitan yang erat terhadap populasi yang dibutuhkan (Margono, 2021). Alasan penulis menggunakan *Purposive Sampling*, karena adanya kriteria khusus atau tidak sembarang orang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini. Adapun kriteria responden yang digunakan untuk sampel, yaitu : 1. Responden pernah membeli dan mengonsumsi dan 2. Responden berusia lebih dari 18 tahun. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu mengumpulkan data, mengolah, menjelaskan hasil data, dan membuktikan hasil dengan hipotesis sebelumnya (Sugiyono, 2022). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder baik bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Teknik pengumpulan data primer diperoleh melalui kuesioner sebagai alat bantu. Pengumpulan data menggunakan kuesioner berbasis online melalui aplikasi google form. Sedangkan data sekunder diperoleh dari pustaka-pustaka dan informasi - informasi lain yang bersifat umum. Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah menggunakan SPSS 23. Waktu pengambilan data dilakukan pada bulan Mei 2025 dengan sampel responden sebanyak 140 orang.

2.2. Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode skala likert yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan sudah ditanggapi oleh responden. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terkait suatu objek atau fenomena tertentu (Siregar, 2016). Fenomena tersebut dijelaskan secara jelas oleh penulis dan disebut sebagai variabel penelitian. Berikut tabel skala likert yang ditetapkan penulis untuk tanggapan kuesioner. Skala Likert Tanggapan Responden Pernyataan Skor 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Netral (N), 4. Setuju (S), dan 5. Sangat Setuju (SS). Pernyataan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. *Edible coating* aman untuk dikonsumsi.
2. *Edible coating* dapat memperpanjang umur simpan buah.
3. *Edible coating* tidak mengandung bahan berbahaya.
4. *Edible coating* dapat menjadi solusi pengganti plastik kemasan/lebih ramah lingkungan.

5. Saya bersedia membeli produk yang menggunakan *edible coating* alami.

Analisis data menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan persentase (%) dan nilai rata-rata (*mean*) dengan rumus:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

dengan Persentase (%)

f = Frekuensi alternatif jawaban

n = Jumlah keseluruhan responden

Setelah didapat nilai persentase (%) selanjutnya mencari nilai rata-rata (*mean*) dengan menjumlahkan semua nilai persepsi konsumen dan kemudian membaginya dengan jumlah responden, dengan rumus:

$$Mean = \sum \frac{fx}{n}$$

dengan:

f = Frekuensi jawaban responden

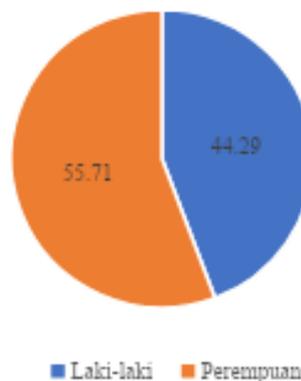
x = Skor tanggapan responden

n = Jumlah responden keseluruhan

3. Hasil dan Pembahasan

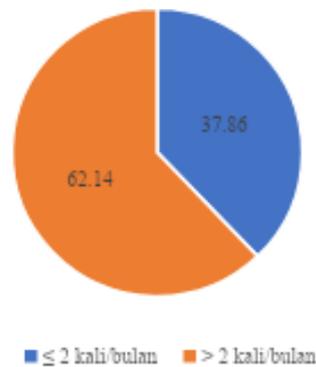
3.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 1. berikut:



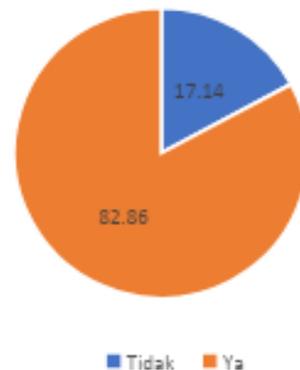
Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada Gambar 1. terlihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebesar 55,71%, sedangkan laki-laki berjumlah 44,29%. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden yang mengkonsumsi buah banyak berasal dari kalangan perempuan. Perbedaan ini mungkin dipengaruhi oleh tingkat keterlibatan perempuan dalam kegiatan rumah tangga, seperti belanja dan pengolahan makanan, sehingga mereka lebih antusias untuk memberikan pendapat terkait topik yang dibahas.



Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian per Bulan

Gambar 2. menunjukkan bahwa 62,14% responden melakukan pembelian lebih dari 2 kali per bulan, sedangkan 37,86% melakukan pembelian sebanyak atau kurang dari 2 kali per bulan. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cukup aktif dalam melakukan pembelian, yang menunjukkan responden memiliki pengalaman dan pengetahuan yang cukup dalam menilai kualitas produk yang mereka beli secara berkala.



Gambar 3. Karakteristik Responden Pernah Mendengar Informasi Seputar *Edible coating*

Dari hasil penelitian, 140 *responden* sudah mengetahui informasi *edible coating* yaitu lapisan tipis yang diaplikasikan pada permukaan buah untuk memperpanjang umur simpan, menjaga kualitas, serta meningkatkan keamanan dan penampilan produk buah selama penyimpanan dan distribusi. Pelapis ini terbuat dari bahan-bahan yang aman dan dapat dikonsumsi, seperti polisakarida, protein, dan lipid. Gambar 3. menunjukkan bahwa sebagian besar responden 82,86% pernah mendengar informasi tentang *edible coating*, sedangkan hanya 17,14% yang belum pernah mendengarnya. Ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat terhadap teknologi *edible coating* tinggi. Hal ini membuka peluang besar pengembangan *edible coating* sebagai salah satu inovasi untuk memperpanjang umur simpan makanan secara aman.

Tabel 2. Sumber Informasi Responden tentang *Edible Coating*

Sumber Informasi	Jumlah
Media Sosial (<i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i>)	64
Media Sosial dan Pendidikan	2
Media Sosial, Pendidikan, Produk yang dibeli	5
Media Sosial dan Produk yang dibeli	11
Media Sosial dan Televisi	8
Media Sosial, Televisi, Pendidikan, dan Produk yang dibeli	3
Media Sosial, Televisi, dan Produk yang dibeli	2
Pendidikan	2
Produk yang dibeli	7

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2, media sosial merupakan sumber informasi utama yang paling banyak disebut oleh responden. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat, menjadikannya alat yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat (Karina et al., 2023). Beberapa responden memperoleh informasi dari kombinasi sumber, seperti media sosial dan produk yang dibeli, media sosial, pendidikan, dan produk, serta media sosial, Televisi, pendidikan, dan produk. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian konsumen tidak hanya bergantung pada satu saluran informasi. Kombinasi informasi dari dua media dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap keputusan pembelian karena konsumen mengandalkan berbagai sumber informasi (Rionaldy & Trenggana, 2019). Secara keseluruhan, dari total 140 responden, terlihat bahwa informasi tentang *edible coating* paling banyak diperoleh melalui media sosial, disusul oleh produk yang dibeli, dan dalam jumlah yang lebih kecil melalui pendidikan dan Televisi. Data ini menunjukkan optimalisasi penyebaran informasi melalui kanal digital dan pelabelan produk yang informatif merupakan strategi penting dalam meningkatkan pemahaman konsumen

3.2. Tingkat Penerimaan Responden Terhadap *Edible coating*

Tabel 3. Tujuan *Edible coating* Menurut Responden

Tujuan <i>Edible Coating</i>	Jumlah
Mengawetkan Buah	83
Memperindah Tampilan	38
Menambah Rasa	12
Lainnya	7

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Data pada tabel 3 menunjukkan bahwa fungsi pengawetan buah merupakan persepsi paling dominan di kalangan responden terhadap tujuan penggunaan *edible coating*. Fungsi memperindah tampilan disebutkan oleh sejumlah responden, menunjukkan bahwa penampilan juga dianggap sebagai salah satu tujuan penting meskipun tidak seutama fungsi pengawetan. Selain itu, terdapat responden yang menjawab fungsi penambah rasa dan "lainnya", yang mungkin mengacu pada fungsi-fungsi lain seperti keamanan pangan, nilai gizi, atau alasan non-spesifik lainnya. *Edible coating* memiliki berbagai fungsi tambahan yang dapat meningkatkan kualitas dan keamanan produk pangan. Fungsi-fungsi ini mencakup penambahan rasa, peningkatan nilai gizi, dan peningkatan keamanan pangan melalui sifat antimikroba (Alexandra & Nurlina, 2014; Winarti et al., 2012). Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa konsumen pada umumnya memahami *edible coating* sebagai teknologi yang berfungsi utama untuk memperpanjang daya simpan buah, dengan sebagian juga mengaitkannya dengan tampilan produk, sementara penambahan rasa dan fungsi lainnya masih belum banyak dikenal atau dipahami secara luas. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Suhag et al., (2020) menyoroti bahwa *edible coating* berfungsi sebagai penghalang terhadap kontaminan mikroba, memperpanjang umur simpan, mengurangi oksidasi lipid, dan mencegah kehilangan kelembaban. Namun, fungsi-fungsi tambahan seperti penambah rasa atau peningkatan nilai gizi belum banyak dikenal atau dipahami oleh konsumen.

Tabel 4. Persepsi Konsumen Terhadap *Edible coating*

Persepsi Konsumen	Mean	SD
Edible coating aman untuk dikonsumsi	3.5214	1.22602
Edible coating dapat memperpanjang umur simpan buah	3.8571	1.07671
Edible coating tidak mengandung bahan berbahaya	3.4357	1.23621
Edible coating dapat menjadi solusi pengganti plastik kemasan/lebih ramah lingkungan	3.6429	1.31986
Saya bersedia membeli produk yang menggunakan edible coating alami.	3.8286	1.15018

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

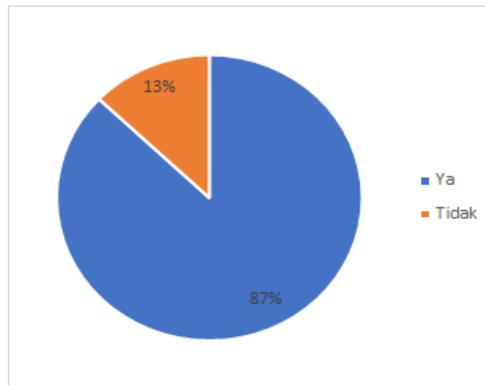
Berdasarkan hasil penelitian terhadap 140 responden, diperoleh gambaran bahwa persepsi konsumen terhadap penggunaan *edible coating* secara umum berada pada kategori positif. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata (*mean*) setiap pernyataan yang berada di atas angka 3.4 pada skala Likert 1–5, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung setuju terhadap manfaat dan keamanan *edible coating*. Responden meyakini bahwa buah yang dilapisi *edible coating* aman untuk dikonsumsi, mengindikasikan bahwa tingkat pengetahuan konsumen mengenai *edible coating* tergolong baik. Sejalan dengan penelitian Picauly & Tetelepta, (2019), *edible coating* merupakan jenis lapisan yang terbuat dari bahan yang dapat dikonsumsi, memiliki lapisan tipis dan permukaan yang rata, dan bersifat *biodegradable*.

Berdasarkan hasil analisis, rata-rata persepsi konsumen terhadap penggunaan *edible coating* dalam memperpanjang umur simpan buah berada pada kategori baik, dengan nilai mean sebesar 3,8571. Nilai standar deviasi (SD) sebesar 1.08, menandakan bahwa persepsi responden cukup konsisten. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Picauly & Tetelepta, (2019), bahwa *edible coating* memiliki kegunaan antara lain sebagai barrier yang dapat mempertahankan kelembaban

yang hilang, dapat mengurangi kehabisan air dan laju respirasi, mempertahankan kualitas dan dapat memperpanjang lama penyimpanan buah. Pada aspek keamanan, nilai mean sebesar 3,4357 juga masuk dalam kategori baik, yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa *edible coating* tidak mengandung bahan berbahaya. Nilai standar deviasi (SD) sebesar 1.24, mengindikasikan bahwa meskipun responden cenderung setuju, masih terdapat keraguan dari sebagian kecil responden terhadap keamanan bahan yang digunakan. Hal ini sejalan dengan penelitian Delgado et al., (2024), dimana responden menganggap *edible coating* baik untuk kesehatan dan mengurangi paparan bahan kimia berbahaya yang bisa pindah ke makanan, terutama kalau dipanaskan atau disimpan lama.

Tingginya perhatian konsumen terhadap pelestarian lingkungan telah mendorong pengembangan teknologi pangan yang ramah lingkungan, salah satunya melalui penggunaan biopolimer yang dapat dimakan sebagai pelapis produk segar. Biopolimer ini umumnya berasal dari sumber daya terbarukan atau limbah hasil samping industri, sehingga dinilai lebih berkelanjutan dan aman bagi lingkungan dibandingkan bahan sintetik (Hassan et al., 2018). Hasil menunjukkan persepsi responden yang tergolong baik terhadap aspek keramahan lingkungan ($mean = 3,6429$), dan nilai standar deviasi (SD) 1.32 menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap *edible coating* sebagai solusi ramah lingkungan cukup positif, namun dengan tingkat variasi yang paling tinggi diantara semua pernyataan. Sejalan dengan tren global dalam mencari solusi pengawetan makanan yang alami, dapat dikonsumsi, dan ramah lingkungan. Terakhir, pada aspek kesediaan untuk mengonsumsi atau membeli buah dengan *edible coating*, persepsi responden kembali masuk kategori baik, dengan mean 3,8286, dan standar deviasi (SD) sebesar 1.15 menunjukkan masih terdapat perbedaan pendapat terhadap tingkat kesediaan konsumen untuk membeli produk tersebut. Hasil ini didukung dengan penelitian dari (Mauricio et al., 2022) terhadap 297 orang yang mencoba daging sapi dan domba yang dilapisi chitosan (bahan *edible coating*), dimana sekitar 71% peserta tidak menunjukkan ketakutan terhadap makanan baru. Artinya, konsumen bersedia mengonsumsi produk dengan *edible coating*.^[U1]

Secara keseluruhan, nilai SD berkisar antara 1.07 hingga 1.32, yang mencerminkan adanya variasi atau keberagaman pendapat antar responden. Namun, dengan jumlah responden sebanyak 140 orang, variasi ini merepresentasikan populasi konsumen secara umum. Hal ini diperkuat oleh penelitian Ismanto & Wibowo (2020) yang menyatakan bahwa sampel berjumlah lebih dari 100 responden dalam studi persepsi konsumen sudah mampu memberikan hasil yang valid dan representatif terhadap populasi yang diteliti. Variasi tersebut juga menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden memiliki persepsi yang positif, terdapat kelompok kecil yang mungkin belum sepenuhnya memahami manfaat dan keamanan *edible coating*. Pernyataan dengan persepsi tertinggi adalah "*edible coating* dapat memperpanjang umur simpan buah" dengan mean sebesar 3.86 dan standar deviasi terendah (1.08), yang menunjukkan tingkat pemahaman dan penerimaan paling kuat dari responden terhadap manfaat praktis *edible coating*.



Gambar 4. Pengaruh Informasi *Edible coating* terhadap Keputusan Membeli

Berdasarkan hasil kuesioner 140 responden terkait seberapa penting informasi penggunaan *edible coating* terhadap keputusan membeli buah sebesar 87%, sedangkan 13% merasa informasi tersebut tidak penting. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Rabiana & Akib, (2020), kepercayaan dan kualitas informasi secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas informasi yang berkaitan dengan relevancy berarti informasi yang disajikan bagi calon konsumen serta adanya kesesuaian antara informasi yang ditampilkan dan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Pada penelitian Djuko et al., (2024) Semakin berkualitas informasi yang diberikan kepada pembeli online, maka akan semakin tinggi minat pembeli online untuk membeli produk tersebut. Kualitas dari suatu informasi tergantung dari tiga hal yaitu informasi harus akurat, tepat waktu, dan relevan.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian tingkat penerimaan konsumen pada penggunaan *edible coating* dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen mengetahui informasi *edible coating* melalui media sosial. Hasil penelitian menunjukkan pada umumnya persepsi konsumen terhadap fungsi utama *edible coating* untuk mengawetkan buah. Secara keseluruhan, tingkat penerimaan konsumen terhadap penggunaan *edible coating* pada buah tergolong baik. Informasi mengenai *edible coating* penting untuk memengaruhi keputusan membeli buah yang dilapisi *edible coating*. Oleh karena itu, edukasi yang lebih intensif dan terarah mengenai manfaat, keamanan, dan dampak lingkungan dari *edible coating* sangat penting dilakukan untuk meningkatkan tingkat penerimaan dan kepercayaan konsumen.

Daftar Pustaka

- Alexandra, Y., & Nurlina. (2014). Application of edible coating from Pontianak citrus (*Citrus nobilis* var. *Microcarpa*) pectinjeruk Songhi on tomato fruit storage. *Khatulistiwa Chemistry Journal*, 3(4), 11–20.
- Bucher, T., Malcolm, J., Mukhopadhyay, S. P., Vuong, Q., & Beckett, E. (2023). Consumer acceptance of edible coatings on apples: The role of food technology neophobia and information about purpose. *Food Quality and Preference*, 112, 105024. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2023.105024>
- Cliff, M. A., Li, J. B., & Stanich, K. (2014). Survey reveals urban consumers' attitudes and beliefs regarding the use of wax on apples. *Journal of Food Quality*, 37(1), 29–41.

<https://doi.org/10.1111/jfq.12065>

- Delgado, M. X., Velazquez, G., Chanes, J., & Torres, J. (2024). Assessing consumer perceptions of sustainable packaging solutions. *CyTA - Journal of Food*, 22(1). <https://doi.org/10.1080/19476337.2024.2425403>
- Dhiman, B., Ghanwat, P., & Shah, R. (2023). To address shelf life of perishable exotic fruits: A study of local fruit vendors in Gandhinagar. In A. Chakrabarti & V. Singh (Eds.), *Design in the era of Industry 4.0* (Vol. 2, pp. 107–117). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-99-0264-4_10
- Djuko, N. S., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2024). Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee. *Journal of Social Science Research*, 4(3), 7235–7248.
- Hassan, B., Chatha, S. A. S., Hussain, A. I., Zia, K. M., & Akhtar, N. (2018). Recent advances on polysaccharides, lipids, and protein-based edible films and coatings: A review. *International Journal of Biological Macromolecules*, 109, 1095–1107. <https://doi.org/10.1016/j.ijbiomac.2017.11.097>
- Hussain, S., Akhter, R., & Maktedar, S. S. (2024). Advancements in sustainable food packaging: From eco-friendly materials to innovative technologies. *Sustainable Food Technology*, 1297–1364. <https://doi.org/10.1039/d4fb00084f>
- Ismanto, Y., & Wibowo, A. (2020). Analisis persepsi konsumen terhadap produk ramah lingkungan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 19(2), 123–132.
- Karina, M., Paramita, P., Susanti, L. E., & Pambudi, B. (2023). Peranan media sosial sebagai media pemasaran. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 2(4), 962–977.
- Kusmiyati, Rasmi, D. A., Sedijani, P., & Khairuddin. (2022). Penyuluhan tentang pentingnya konsumsi buah untuk menjaga imunitas tubuh. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(2). <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i4.2222>
- Margono. (2017). *Metodologi penelitian pendidikan*. Rineka Cipta.
- Marpudi, S. L., Abirami, L. S. S., Pushkala, R., & Srividya, N. (2011). Enhancement of storage life and quality maintenance of papaya fruits using Aloe vera-based antimicrobial coating. *Indian Journal of Biotechnology*, 10, 83–89.
- Mauricio, R., Campos, J. A. D., & Nassu, R. (2022). Meat with edible coating: Acceptance, purchase intention and neophobia. *Food Research International*, 154, 111002. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2022.111002>
- Picauly, P., & Tetelepta, G. (2019). Pengaruh edible coating pati singkong terhadap kualitas dan umur simpan buah pisang Tongka Langit. *Jurnal Penelitian Pascapanen Pertanian*, 16(3), 110–115.
- Rabiana, R., & Akib, B. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah El-Iqtishod*, 4(1).
- Rasool, F., Zahoor, I., Ayoub, W. S., Ganaie, T. A., Dar, A. H., Farooq, S., & Mir, T. A. (2023). Formulation and characterization of natural almond gum as an edible coating source

- for enhancing the shelf life of fresh cut pineapple slices. *Food Chemistry Advances*, 3. <https://doi.org/10.1016/j.focha.2023.100366>
- Rionaldy, M., & Trenggana, A. F. (2019). Pengaruh iklan media televisi dan media sosial terhadap keputusan pembelian (Studi pada Bukalapak). *E-Proceeding of Management*, 6(1), 1140–1148.
- Siregar, S. (2016). *Statistika deskriptif untuk penelitian: Dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Suhag, R., Kumar, N., Petkoska, A. T., & Upadhyay, A. (2020). Film formation and deposition methods of edible coating on food products: A review. *Food Research International*, 136, 109582. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2020.109582>
- Wan, V. C.-H., Lee, C. M., & Lee, S.-Y. (2007). Understanding consumer attitudes on edible films and coatings: Focus group findings. *Journal of Sensory Studies*, 22, 353–366.
- Warisin, C., Wahyuni, S., & Faradilla, R. F. (2024). Pendugaan umur simpan buah menggunakan metode ASLT (Accelerated Shelf Life Testing): Kajian pustaka. *Jurnal Riset Pangan*, 2(2), 127–134.
- Winarti, C., Miskiyah, & Widaningrum. (2012). Teknologi produksi dan aplikasi pengemas edible antimikroba berbasis pati. *Jurnal Litbang Pertanian*, 31(3), 85–93.
- Yousuf, B., Qadri, O. S., & Srivastava, A. K. (2017). Recent developments in shelf-life extension of fresh-cut fruits and vegetables by application of different edible coatings: A review. *LWT - Food Science and Technology*. <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2017.10.051>