

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penampilan Makanan

Menurut Moehyi dalam Emy Yuliantini, Emawati & Kamsiah (2015), penampilan makanan merupakan penentu cita rasa makanan yang meliputi komponen warna makanan, konsistensi makanan, bentuk makanan, besar porsi dan cara penyajian makanan. Sedangkan menurut Yuli Hartati, Imelda Telisa dan Afriyana Siregar (2022), penampilan makanan yang disajikan sangat mempengaruhi indera penglihat. Indera penglihat sangat peka terhadap warna makanan, bentuk makanan, besarnya porsi makanan serta penyajian makanannya. Kombinasi warna yang menarik, bentuk yang baik, perpaduan yang baik antar tekstur makanan, serta konsistensi yang baik dari makanan dan besar porsi makanan yang disajikan, sangat mempengaruhi selera makan konsumen dan juga mampu membuat konsumen menikmati makanan yang disajikan. Penampilan makanan yang terlihat artistik, akan menarik minat *customer* dan menambah selera makan pengunjung yang akan bersantap, (Brewsuniq, 2024). Dari pengertian yang saya dapatkan diatas, dapat disimpulkan bahwa penampilan makanan atau produk adalah suatu hal yang pertama kali dilihat oleh mata yang berhubungan dengan bentuk, warna, ukuran dan cara penyajian produk yang baik dan dapat meningkatkan selera makan dan minat pelanggan.

2.2 Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yang merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian juga merupakan proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi, dan akhirnya memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk, Gunawan (2022). Sedangkan Menurut Suharno (2010) keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Pranoto (2008), juga menjelaskan perilaku pengambilan keputusan oleh konsumen

untuk melakukan pembelian produk atau jasa diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan atau keinginan dan menyadari adanya masalah selanjutnya, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap yang pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian. Menurut Octarani (2024) daya tarik visual dari dekorasi kue menjadi faktor utama yang menarik perhatian konsumen. Penampilan kue yang estetik tidak hanya memikat konsumen secara visual tetapi juga menciptakan kesan positif yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Dari beberapa pengertian diatas, keputusan pembelian adalah tahap dimana individu atau kelompok telah mengenal produk yang akan mereka beli dan tertarik untuk melakukan pembelian serta mengonsumsinya dengan akhir memberikan pengalaman yang memuaskan konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.