

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini secara menyeluruh mengonfirmasi bahwa visualisasi makanan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi, menarik minat, dan meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga seluruh tujuan penelitian tercapai dengan baik. Temuan menunjukkan bahwa tampilan visual yang menarik, terutama melalui foto dalam menu, mampu secara kuat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih makanan. Seluruh responden menyatakan bahwa visual makanan memengaruhi minat mereka, dan mayoritas memilih hidangan berdasarkan tampilan visual tersebut. Hubungan positif juga ditemukan antara penyajian visual dan tingkat kepuasan pelanggan, dimana semua responden merasa puas apabila tampilan makanan sesuai dengan yang ada di menu, dan 90% pada pertanyaan di **Tabel 4.10** diantaranya menyatakan bersedia membeli ulang jika harapan visual mereka terpenuhi.

Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi tiga komponen visual utama yang paling berpengaruh terhadap persepsi dan pengalaman bersantap, yakni: warna makanan yang menimbulkan kesan segar dan lezat; penataan atau plating yang mencerminkan profesionalisme dan kualitas; serta konsistensi antara visual promosi dan sajian nyata, yang menjadi dasar terbentuknya kepercayaan konsumen. Temuan ini menjadi pijakan penting dalam menyusun rekomendasi praktis bagi pelaku industri kuliner untuk meningkatkan kualitas visual penyajian sebagai bagian dari strategi pemasaran dan pembangunan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya berhasil menjawab seluruh rumusan tujuan, tetapi juga menegaskan bahwa visualisasi makanan merupakan elemen yang sangat penting yang tidak dapat diabaikan dalam menciptakan pengalaman bersantap untuk konsumen atau pelanggan di era industri kuliner modern.

5.2 Saran

Sebagai tindak lanjut penelitian, disarankan agar pelaku industri kuliner mengoptimalkan visualisasi menu dengan foto makanan berkualitas tinggi yang

menggugah selera, baik di media cetak maupun digital. Konsistensi antara tampilan pada gambar dan sajian nyata harus dijaga untuk membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Perhatian pada elemen visual kunci seperti warna, *plating*, dan alat makan perlu ditingkatkan guna menciptakan presentasi yang menarik dan profesional. Tim dapur dan pemasaran sebaiknya mendapatkan pelatihan rutin dalam estetika kuliner dan *food styling* agar kualitas penyajian tetap konsisten. Selain foto, atau konten visual interaktif seperti video pendek atau animasi yang juga perlu dikembangkan untuk memperkuat promosi di media sosial. Evaluasi rutin terhadap persepsi visual konsumen penting dilakukan sebagai dasar inovasi penyajian dan strategi pemasaran yang relevan dengan tren dan preferensi terkini.