

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana visualisasi Gambar terhadap hidangan berpengaruh terhadap minat dan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarikan kepada 30 responden, diperoleh sejumlah temuan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Pertanyaan Pertama

Apakah Foto menu yang bagus dapat menarik minat anda?

Jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
Jumlah	30	0	0

1. Apakah Foto menu yang bagus dapat menarik minat anda?
30 jawaban



Gambar 4.1 Diagram Pertanyaan Pertama

Seluruh responden sebesar 100% menyatakan bahwa tampilan foto menu yang menarik mampu meningkatkan minat mereka terhadap produk makanan yang ditawarkan.

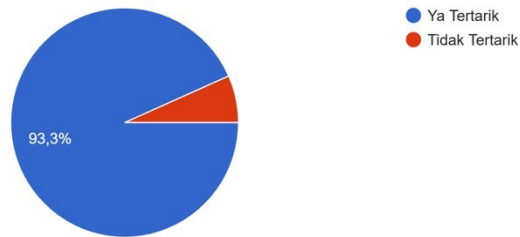
Tabel 4.2 Pertanyaan Kedua

Apakah Foto yang ada di buku menu selain makanan utama atau yang menampilkan makanan lain dapat membuat anda tertarik?

jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
jumlah	28	2	0

2. Apakah Foto yang ada di buku menu selain makanan utama atau yang menampilkan makanan lain dapat membuat anda tertarik?

30 jawaban



Gambar 4.2 Diagram Pertanyaan Kedua

Dari Diagram kedua, sebanyak 93% responden menunjukkan ketertarikan terhadap foto-foto makanan lain dalam buku menu, tidak hanya terbatas pada makanan utama. Seluruh responden juga mengaku puas apabila visual makanan yang disajikan sesuai dengan tampilan pada menu.

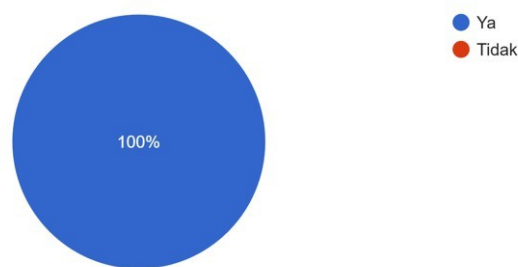
Tabel 4.3 Pertanyaan Ketiga

Pertanyaan 3. apakah anda Merasa puas jika visual makanan tersebut sesuai dengan apa yang anda lihat di buku menu?

Jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
jumlah	30	0	0

3. Apakah anda Merasa puas jika visual makanan tersebut sesuai dengan apa yang anda lihat di buku menu?

30 jawaban



Gambar 4.3 Diagram Pertanyaan Ketiga

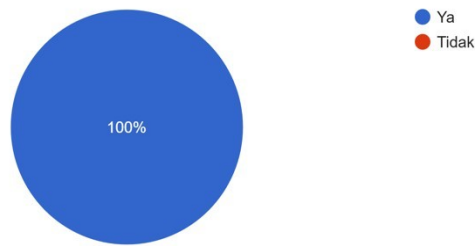
Dari diagram ketiga ini, dapat dilihat bahwa 100% hasil dari pilihan responden memilih bahwa mereka merasa puas jika visual makanan yang mereka terima dari penjual sesuai dengan foto di buku menu.

Tabel 4.4 Pertanyaan Keempat

Pertanyaan 4.apakah anda membutuhkan informasi seperti foto dari menu untuk membantu anda mengetahui makanan yang akan dipesan?			
jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
jumlah	30	0	0

4. apakah anda membutuhkan informasi seperti foto dari menu untuk membantu anda mengetahui makanan yang akan dipesan?

30 jawaban



Gambar 4.4 Diagram Pertanyaan Keempat

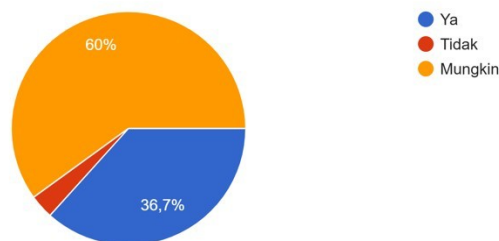
Dari hasil diagram keempat, diketahui bahwa 100% dari hasil jawaban responden memilih ya bahwa mereka membutuhkan informasi seperti foto dari menu untuk membantu mereka mengetahui makanan yang akan mereka pesan.

Tabel 4.5 Pertanyaan Kelima

Pertanyaan 5. apakah anda memesan makanan dikarenakan foto/visualisasi makananya yang menggiurkan?			
jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
jumlah	11	1	18

5. apakah anda memesan makanan dikarenakan foto/visualisasi makananya yang menggiurkan?

30 jawaban



Gambar 4.5 Diagram Pertanyaan Kelima

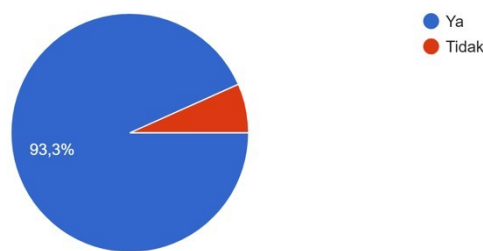
Dari diagram kelima, sebanyak 36,7% responden mengaku memesan makanan karena tergoda oleh tampilan visual dari foto makanan, dan 60% mengatakan

kalua mereka mungkin saja memesan makanan karena visual foto yang menggiurkan.

Tabel 4.6 Pertanyaan Keenam

Pertanyaan 6.mungkinkah anda bisa mengetahui produk makanan dari berbagai foto/visualisasi yang anda lihat?			
Jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
Jumlah	28	2	0

6.mungkinkah anda bisa mengetahui produk makanan dari berbagai foto/visualisasi yang anda lihat?
30 jawaban



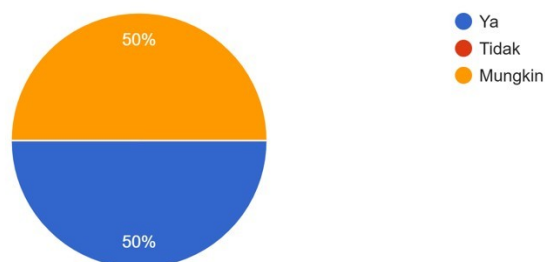
Gambar 4.6 Diagram Pertanyaan Keenam

Dari diagram keenam, diketahui kalua 93% dari hasil jawaban memilih ya, bahwa mereka bisa mengetahui atau membayangkan makanan hanya dengan melihat foto atau visualisasi dari menu.

Tabel 4.7 Pertanyaan Ketujuh

Pertanyaan 7. Apakah anda adalah orang yang memahami bahwa makanan itu berkualitas dapat dilihat dari foto/visualisasi makanan dari yang anda lihat?			
jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
jumlah	15	0	15

7. Apakah anda adalah orang yang memahami bahwa makanan itu berkualitas dapat dilihat dari foto/visualisasi makanan dari yang anda lihat?
30 jawaban



Gambar 4.7 Diagram Pertanyaan Ketujuh

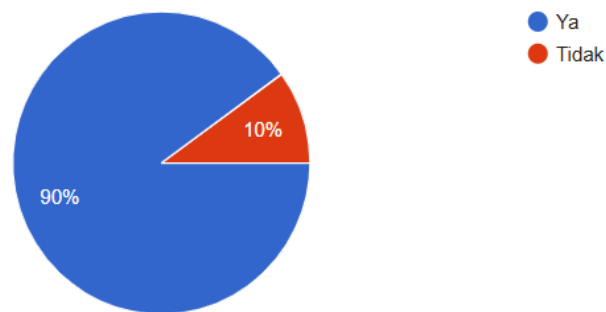
Dari hasil diagram ketujuh, sebanyak 50% responden memilih jawaban ya dan sebagiannya lagi sebesar 50% responden menjawab mungkin bahwa mereka dapat memahami bahwa makanan yang berkualitas dapat dilihat dari foto atau visualisasi makanan yang mereka lihat.

Tabel 4.8 Pertanyaan Kedelapan

Pertanyaan 8. Apakah Makanan dan peralatan dalam foto/visualisasi yang tertata dengan teratur dapat menambah keinginan anda dalam membelinya?			
jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
jumlah	9	1	10

8. Apakah Foto/visualisasi makanan yang menarik dan sesuai dengan yang dihidangkan membuat anda ingin membeli ulang?

30 jawaban



Gambar 4.8 Diagram Pertanyaan Kedelapan

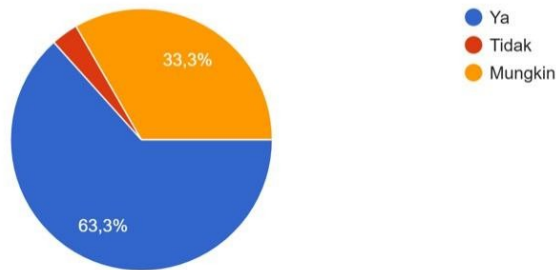
Dalam hal loyalitas konsumen, sebanyak 90% responden menyatakan akan membeli ulang apabila makanan yang disajikan sesuai dengan visualisasi pada menu. Sedangkan sebanyak 10% responden memilih tidak ingin membeli ulang makanan yang menarik dan sesuai dengan yang dihidangkan.

Tabel 4.9 Pertanyaan Kesembilan

Pertanyaan 9. Apakah Makanan dan peralatan dalam foto/visualisasi yang tertata dengan teratur dapat menambah keinginan anda dalam membelinya?			
jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
jumlah	9	1	10

9. Apakah Makanan dan peralatan dalam foto/visualisasi yang tertata dengan teratur dapat menambah keinginan anda dalam membelinya?

30 jawaban



Gambar 4.9 Diagram Pertanyaan Kesembilan

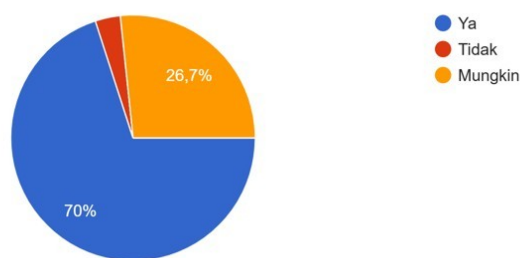
Dari diagram ini sebanyak 63,3% responden memilih ya bahwa makanan dan peralatan dalam foto yang teratur menambah keinginan mereka dalam membeli makanan tersebut. Sedangkan sisanya ada yang memilih mungkin dan tidak.

Tabel 4.10 Pertanyaan Kesepuluh

Pertanyaan 10. Apakah anda lebih tertarik pada makanan dengan warna dan bentuk yang menarik			
jawaban	Ya	Tidak	Mungkin
jumlah	21	1	8

10. Apakah anda lebih tertarik pada makanan dengan warna dan bentuk yang menarik

30 jawaban



Gambar 4.10 Diagram Pertanyaan Kesepuluh

Dari **Gambar 4.10**, diketahui bahwa sebesar 70% dari responden memilih ya bahwa mereka lebih tertarik pada makanan dengan warna dan bentuk yang menarik, sedangkan sisanya memilih mungkin atau tidak.

4.2 Pembahasan

Temuan-temuan diatas menunjukkan bahwa visualisasi makanan memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi konsumen secara warna,penataan, dan juga aroma sudah di analisa melalui data yang di ambil pada **Tabel 4.10**. Visual yang menarik bukan hanya menjadi alat bantu informasi, melainkan juga menjadi instrumen penting dalam menciptakan impresi positif sejak awal. Hasil ini mendukung Teori Estetika Visual, yang menyatakan bahwa elemen visual seperti warna, bentuk, komposisi, dan tata letak mampu menciptakan pengalaman sensorik dan emosional yang kuat dalam proses pengambilan keputusan (Lindgaard et al., 2006).

Kesesuaian antara gambar pada menu dan realita sajian yang diterima pelanggan terbukti menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan, sebagaimana dijelaskan oleh Oliver (1999) dalam kerangka Teori Kepuasan Pelanggan. Ketika harapan yang terbentuk dari foto visual terpenuhi dalam kenyataan, maka kepuasan pun tercapai, yang pada gilirannya mendorong loyalitas konsumen.

Studi ini juga selaras dengan penelitian oleh Spence (2019) dan Li et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kesesuaian antara ekspektasi visual dan pengalaman aktual meningkatkan potensi pembelian ulang dan memperkuat persepsi positif terhadap merek atau produk. Dalam konteks kuliner, keselarasan ini menjadi indikator penting dalam membangun hubungan emosional antara konsumen dan pengalaman bersantap mereka.

Sebagian besar responden mengindikasikan bahwa warna makanan dan penataan plating berkontribusi besar dalam menciptakan persepsi kualitas dan menggugah selera. Hal ini menegaskan bahwa visualisasi yang efektif dapat berperan ganda: sebagai pemicu minat awal dan sebagai elemen yang memengaruhi keseluruhan pengalaman konsumsi terhadap konsumen.

Namun demikian, adanya sebagian responden yang menjawab “mungkin” terhadap pertanyaan terkait pengaruh visual terhadap kualitas menunjukkan bahwa preferensi konsumen tetap memiliki aspek subjektif. Oleh karena itu, visualisasi sebaiknya digunakan secara strategis sebagai bagian dari komunikasi produk yang terintegrasi.

Selanjutnya berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga faktor visual utama yang paling dominan dalam memengaruhi persepsi, minat, dan kepuasan konsumen, yaitu:

1) Faktor Warna makanan

Warna makanan yang cerah atau menarik dan menggugah selera mampu memberikan kesan segar. Warna memainkan peran penting dalam membentuk persepsi awal terhadap rasa dan kualitas makanan, sebagaimana ditunjukkan pada **4.10** yang di peroleh sebanyak 70% responden.

2) Faktor Penataan dan *plating*

Tampilan makanan yang disajikan secara rapi dan estetis dapat meningkatkan persepsi kualitas. Responden menilai bahwa penataan makanan yang baik mencerminkan profesionalisme dan meningkatkan keinginan untuk mencoba produk tersebut.

3) Faktor Kesesuaian antara foto dan realita

Faktor ini merupakan indikator utama dalam menciptakan kepuasan dan niat beli ulang, sebagaimana ditunjukkan pada **Tabel 4.8** yang di isi oleh 90% responden. Visualisasi yang jujur dan akurat menciptakan kepercayaan dan mengurangi risiko kekecewaan dari konsumen.

Temuan ini konsisten dengan penelitian oleh Olivia et al. (2017), yang menyimpulkan bahwa kompleksitas dan keindahan visual makanan mampu menciptakan respons emosional positif yang berujung pada peningkatan minat beli. Maka dari itu, penggunaan visualisasi makanan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi pemasaran dan manajemen kepuasan pelanggan dalam industri kuliner mod