

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen merupakan proses bagaimana individu menangkap, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi untuk membentuk pandangan terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Tjiptono (2015), persepsi konsumen tidak hanya ditentukan oleh kualitas nyata produk, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan pengalaman sebelumnya. Penelitian oleh Suryani (2013) menegaskan bahwa persepsi positif konsumen terhadap kualitas, harga, maupun citra merek dapat meningkatkan minat beli serta loyalitas. Oleh karena itu, memahami persepsi konsumen sangat penting sebagai dasar dalam penyusunan strategi pemasaran.

2.2 Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen merupakan pilihan atau kecenderungan individu dalam menentukan produk yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta nilai yang mereka anut. Menurut Suryani (2013), preferensi dipengaruhi oleh pengalaman, persepsi, dan informasi yang diterima konsumen mengenai suatu produk. Faktor-faktor seperti harga, kualitas, rasa, kemasan, hingga citra merek dapat memengaruhi tingkat kesukaan konsumen terhadap produk tertentu (Tjiptono, 2015). Preferensi ini berperan penting karena dapat menjadi indikator keberhasilan suatu produk dalam bersaing di pasar. Semakin tinggi preferensi konsumen terhadap suatu produk, semakin besar pula peluang produk tersebut diterima secara luas.

2.3 Vegetarian

Vegetarian adalah pola makan yang membatasi atau tidak sama sekali mengonsumsi produk hewani, terutama daging, ikan, dan unggas, dengan tujuan kesehatan, etika, maupun lingkungan. Menurut Suryani (2013), gaya hidup vegetarian semakin berkembang seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan sehat dan ramah lingkungan. Terdapat beberapa jenis vegetarian, mulai dari lacto-vegetarian yang masih mengonsumsi produk olahan susu, ovo-vegetarian yang

masih mengonsumsi telur, hingga vegan yang sama sekali tidak mengonsumsi produk hewani (Tjiptono, 2015). Pola konsumsi vegetarian tidak hanya berpengaruh pada kesehatan individu, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan hewan. Oleh karena itu, tren vegetarian menjadi salah satu peluang besar dalam pengembangan produk pangan alternatif, termasuk vegan mayones.

2.4 Vegan Mayones

Vegan mayones adalah salah satu produk pangan alternatif yang dibuat tanpa bahan hewani, khususnya tanpa telur yang umumnya digunakan sebagai pengemulsi dalam mayones konvensional. Sebagai penggantinya, digunakan bahan nabati seperti susu kedelai, susu almond, atau aquafaba yang tetap mampu menghasilkan tekstur kental dan rasa yang mirip dengan mayones biasa. Menurut Baroh, Windiana, & Ariyanti (2021), kedelai memiliki kandungan protein, asam lemak sehat, serta isoflavon yang bermanfaat bagi kesehatan, sehingga sangat potensial digunakan sebagai bahan dasar produk vegan. Grant Tinsley (2023) juga menambahkan bahwa kedelai mengandung vitamin dan mineral penting seperti kalsium, zat besi, fosfor, serta vitamin B, sehingga mendukung klaim kesehatan pada produk turunan kedelai. Dengan karakteristik tersebut, vegan mayones tidak hanya menjadi solusi bagi konsumen vegetarian dan vegan, tetapi juga dapat menjangkau konsumen umum yang menginginkan produk sehat, ramah lingkungan, dan bebas kolesterol.

