

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

1. Tuti, dkk (2020) yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan dekorasi terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian di *Sugarbell Bakery and Cake Tanjung Priok*” bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan dekorasi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis data dari konsumen yang berbelanja di *bakery* tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan dekorasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan dekorasi yang menarik serta kualitas yang lebih baik akan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk dari *bakery* ini. Hal ini disebabkan oleh faktor kualitas yang mempengaruhi kemudahan pembelian, kenyamanan, dan kepuasan pelanggan.
2. Zahri, dkk (2023) yang berjudul “Pengaruh tampilan produk dan variasi produk terhadap keputusan pemakai produk pada Ud. Az-Zahra *bakery and cake shop* Medan” menjelaskan tentang analisis pengaruh tampilan produk dan variasi produk terhadap keputusan pembeli di *bakery* dan *cake shop* tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan alat analisis SPSS dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tampilan dan variasi produk mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa tampilan produk dan variasi produk mempengaruhi keputusan pembeli di *bakery* dan *cake shop*, yang mungkin dapat digunakan sebagai referensi untuk perusahaan yang ingin memperbaiki tampilan dan variasi produknya untuk mempertinggi keputusan pembeli.
3. Permata Sari, dkk (2015) yang berjudul “Pengaruh peningkatan mutu produk *pastry* terhadap kepuasan tamu di *The Royal Restaurant* hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta” bertujuan untuk mengetahui sejauh mana cita rasa, keanekaragaman bentuk, pemberian *garnish*, dan teknik penyajian

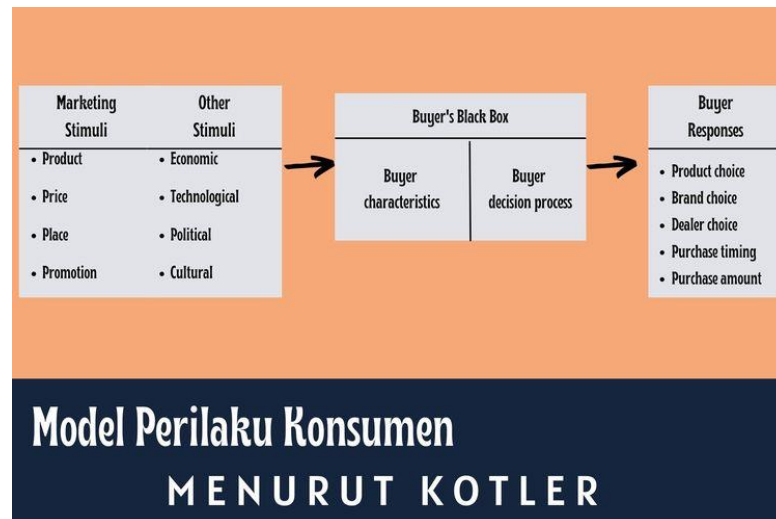
berpengaruh terhadap kepuasan tamu di *The Royal Restaurant*. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual, dan akurat. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan kuisioner. Hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh antara mutu produk *pastry* melalui cita rasa, keanekaragaman bentuk, pemberian *garnish*, dan teknik penyajian terhadap kepuasan tamu di *The Royal Restaurant*. Kesimpulan yang dapat diambil, untuk menjaga kepuasan tamu maka seorang *cook pastry* dapat meningkatkan mutu produk *pastry* melalui cita rasa, keanekaragaman bentuk, pemberian *garnish*, dan teknik penyajian.

4. Sitompul & Desi Yuni Sari (2018) yang berjudul “Hubungan pengetahuan seni desain dengan penerapan warna pada dekorasi kue di Smk Pariwisata Imelda Medan” bertujuan untuk mengkaji hubungan antara pengetahuan seni desain dengan penerapan warna pada dekorasi kue di SMK Pariwisata Imelda Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif korelasional dimana bisa menganalisis hubungan antara pengetahuan seni desain dengan penerapan warna pada dekorasi kue. Hasil Penelitian menunjukkan pengetahuan dan seni desain dan penerapan warna pada dekorasi kue siswa kelas xii jasa boga SMK Pariwisata Imelda Medan adalah tergolong pada kategori cukup dengan persentase 60,00% .

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen merupakan mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia seperti waktu, uang, usaha, dan energi (Schiffman & Kanuk, 2008). Adapun model perilaku konsumen (Kotler, 2008) sebagai berikut:



Gambar 2.2.1 Teori Perilaku Konsumen

Sumber: Kotler dan Keller (2016)

Model perilaku konsumen menjelaskan bahwa rangsangan atau stimuli datang dari informasi mengenai produk, harga, lokasi, dan promosi. Dalam pemasaran jasa, hal ini ditambah lagi dengan physical evidence, people, dan process. Para pembeli dipengaruhi oleh rangsangan tersebut dan kemudian mempertimbangkan faktor lain seperti ekonomi, budaya, dan teknologi. Setelah itu, segala informasi tersebut diolah oleh konsumen berdasarkan aspek psikologi dan karakteristik pribadi mereka, yang kemudian mempengaruhi proses keputusan pembelian. Kesimpulan dari proses ini berupa respon yang muncul dalam bentuk keputusan mengenai produk apa yang dibeli, merek, toko, dan waktu atau kapan membeli (Galang & Tanjung, 2021).

2.2.2 Daya Tarik Konsumen

1. Daya tarik konsumen

Daya tarik konsumen merujuk pada kemampuan produk atau layanan untuk menarik minat dan keinginan konsumen untuk membelinya. Ini adalah faktor kunci dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk, karena daya tarik yang kuat dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar suatu perusahaan. Konsep ini melibatkan berbagai elemen yang mencakup kebutuhan, keinginan, preferensi, dan persepsi konsumen terhadap produk atau layanan tertentu (Damayanti & Sumiyati, 2018).

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Konsumen

Daya tarik konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks dan beragam. Memahami faktor-faktor ini adalah kunci untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan penjualan produk atau layanan. Beberapa faktor yang paling berpengaruh termasuk kualitas produk, harga, merek, promosi, serta faktor psikologis dan social.

Kualitas produk adalah faktor utama yang memengaruhi daya tarik konsumen, merujuk pada kemampuan produk untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Produk berkualitas tinggi cenderung lebih menarik dan dapat membangun reputasi baik bagi merek tersebut. Selain itu, harga juga merupakan faktor penting; harga yang terjangkau dan sesuai dengan nilai produk menarik bagi konsumen, meskipun harga rendah bukan selalu penentu utama karena konsumen memperhatikan nilai yang diterima. Merek yang memiliki reputasi baik atau identitas kuat juga lebih menarik karena sering diasosiasikan dengan kualitas, keandalan, dan pengalaman positif, sehingga membangun dan memelihara citra merek positif menjadi bagian penting dari strategi pemasaran. Promosi, termasuk iklan, diskon, program loyalitas, dan konten digital, juga memengaruhi daya tarik konsumen. Selain itu, faktor psikologis dan sosial, seperti persepsi nilai produk, preferensi personal, pengaruh kelompok, status sosial, tren mode, dan norma budaya, memainkan peran dalam keputusan konsumen (Permata sari, 2019).

Dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan harus memperhatikan semua faktor ini dan berupaya memahami kebutuhan serta keinginan konsumen, sehingga mereka dapat membangun merek kuat, menawarkan produk berkualitas, dan menjangkau konsumen dengan cara paling efektif.

2.2.3 Dekorasi Kue

1. Dekorasi Kue

Dekorasi kue merupakan seni dan keterampilan untuk memperindah kue dengan berbagai komponen tampilan, seperti warna, bentuk, tekstur, dan motif. Praktik dekorasi kue telah menjadi bagian penting dari budaya kuliner di seluruh dunia, tidak hanya untuk meningkatkan estetika kue tetapi juga sebagai wadah untuk mengekspresikan kreativitas dan keunikan. Secara tradisional, dekorasi kue dapat melibatkan penggunaan berbagai bahan seperti *fondant*, *buttercream*, glasir

royal icing, tinta makanan, permen, cokelat, buah-buahan, bunga-bunga makanan, dan berbagai hiasan lainnya. Dengan dekorasi kue, para koki dan pembuat kue memiliki kesempatan untuk menciptakan karya seni yang unik dan memikat yang tidak hanya memuaskan selera, tetapi juga mata konsumen (Tuti dkk, 2021).

2. Jenis-Jenis Dekorasi Kue

Ada beragam jenis dekorasi kue yang dapat digunakan untuk meningkatkan estetika dan menarik minat konsumen (Yulianti & Singamurni, 2022). Berikut adalah beberapa jenis dekorasi kue yang umum digunakan :

a. *Buttercream*

Buttercream adalah jenis hiasan kue yang terbuat dari campuran mentega, gula halus, susu, dan rasa lainnya seperti vanilla. *Buttercream* dapat diaplikasikan dengan pipa kue untuk membuat berbagai pola dan desain yang halus atau dapat digunakan sebagai lapisan yang merata di sekitar kue. *Buttercream* juga dapat dicampur dengan pewarna makanan untuk menciptakan warna-warna yang menarik dan mencolok.

b. *Fondant*

Fondant adalah bahan dekoratif yang elastis dan mudah dibentuk yang terbuat dari campuran gula, glukosa, dan gelatin. *Fondant* sering digunakan untuk membungkus seluruh kue dan menciptakan permukaan yang halus dan rata. Selain itu, *fondant* dapat dijadikan untuk membuat berbagai hiasan seperti bunga, karakter, dan motif yang rumit.

c. *Royal Icing*

Royal Icing adalah campuran gula halus dan putih telur yang mengering menjadi lapisan keras setelah diaplikasikan pada kue. *Royal icing* sering digunakan untuk membuat hiasan yang detail dan tahan lama seperti bunga, daun, dan tulisan yang rumit. *Icing* ini juga sering digunakan untuk membuat desain yang elegan dan bertekstur di atas permukaan kue.

d. *Gumpaste*

Gumpaste adalah bahan dekoratif yang mirip dengan *fondant* tetapi lebih keras dan kering. *Gumpaste* terbuat dari campuran tepung jagung, gelatin, gula, dan air. *Gumpaste* sering digunakan untuk membuat hiasan kue yang

rumit seperti bunga, daun, dan figurin yang realistis karena mudah dibentuk dan kering dengan cepat.

e. *Piping Gel*

Piping Gel adalah bahan transparan dan mengkilap yang digunakan untuk membuat efek yang mengkilap atau membuat desain yang halus pada kue. *Piping gel* sering digunakan untuk membuat efek air, kaca, atau menggantung hiasan di atas kue.

f. *Candy Melts Deco Melts*

Candy Melts Deco Melts adalah cokelat berwarna yang dapat dilelehkan dan dicetak untuk membuat berbagai hiasan seperti drizzle, garis-garis, atau membentuk hiasan yang berbeda. *Candy Melts* sering digunakan untuk memberikan sentuhan manis dan warna pada kue, terutama dalam dekorasi tema tertentu seperti perayaan anak-anak.

Dengan berbagai pilihan jenis dekorasi kue ini, pembuat kue memiliki fleksibilitas untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan menciptakan karya seni yang unik dan menarik. Kombinasi dari berbagai teknik dekorasi ini juga memungkinkan untuk menciptakan kue yang sesuai dengan tema atau preferensi klien.

3. Fungsi Dekorasi Kue

Dekorasi kue memiliki beragam fungsi yang penting dalam konteks industri kue dan pengalaman konsumen (Rahmi dkk, 2014). Berikut ini beberapa fungsi utama dari dekorasi kue:

a. Estetika Visual

Salah satu fungsi utama dari dekorasi kue adalah untuk meningkatkan tampilan estetika kue. Dengan menggunakan berbagai elemen dekoratif seperti warna-warna cerah, bentuk-bentuk menarik, dan detail-detail yang halus, dekorasi kue dapat membuat kue menjadi lebih menarik secara visual.

b. Diferensiasi Merek

Dekorasi kue juga berfungsi sebagai alat untuk membedakan merek atau produk kue dari pesaing. Dalam industri kue yang kompetitif, dekorasi kue yang unik dan kreatif dapat membantu merek kue untuk menonjol di antara banyaknya pilihan yang tersedia di pasaran.

c. Pengalaman Konsumen

Dekorasi kue juga berperan dalam menciptakan pengalaman konsumen yang memuaskan. Kue yang dihiasi dengan indah dapat menciptakan perasaan kebahagiaan dan kegembiraan bagi konsumen saat mereka melihatnya atau memakannya. Pengalaman visual yang menarik ini juga dapat meningkatkan nilai sentimental kue, membuatnya lebih cocok untuk perayaan dan acara khusus.

d. Pengaruh Psikologis

Dekorasi kue juga dapat memiliki pengaruh psikologis pada konsumen. Penggunaan warna-warna cerah dan motif-motif yang menyenangkan dapat merangsang selera makan dan memicu perasaan positif pada konsumen.

e. Kesesuaian Tema atau Acara

Dekorasi kue juga berfungsi untuk menciptakan kue yang sesuai dengan tema atau acara tertentu. Misalnya, kue ulang tahun sering dihiasi dengan gambar-gambar dan dekorasi yang sesuai dengan minat atau hobi penerima hadiah. Hal ini tidak hanya membuat kue menjadi lebih personal dan berarti bagi penerima, tetapi juga meningkatkan kesan keseluruhan acara.

Dengan memahami berbagai fungsi dari dekorasi kue ini, pembuat kue dapat menggunakan teknik dekorasi yang tepat untuk mengoptimalkan desain produk mereka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mencapai kesuksesan dalam bisnis kue mereka.