

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Fauziyah, & Arizky Kusuma Slanikovita, (2018), *Muffin* berbahan dasar Tape Ketan Hitam dan Beras Hitam Sumber Antioksidan dan Serat dengan jenis penelitian uji coba perbandingan bahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang bermakna pada hasil uji warna, aroma, rasa dan tekstur. Pada hasil uji organoleptik metode uji hedonik,imbangan Formula 1 75%:25%, unggul dalam karakteristik warna, aroma, rasa, dan tekstur. Hasil uji antosianin pada Formula 1 75%:25% yaitu 21.918 mg/100 gr bahan dan sudah memenuhi kebutuhan antosianin dalam satu kali selingan. Hasil uji serat pangan pada Formula 1 75%:25% yaitu 5.8 gr / 100 gr bahan dan sudah memenuhi kebutuhan serat dalam satu kali selingan. Pemberian produk 2 porsi *muffin* tape ketan hitam beras hitam dapat memenuhi kebutuhan Energi, Protein, Lemak, Karbohidrat, Antosianin, dan Serat untuk selingan bagi dewasa dengan obesitas sentral.

Misriyani (2015), Eksperimen Pembuatan *Muffin* Substitusi Tepung Kulit Pisang Raja dengan jenis penelitian varian klafikasi tunggal dan analisis deskriptif prosentase. Hasil penelitian terdapat perbedaan pada aspek aroma, warna dan rasa sedangkan pada aspek tekstur dan permukaan tidak ada perbedaan. Sampel yang paling disukai masyarakat yaitu pada A (10% tepung kulit pisang raja) dengan kriteria sangat suka dan memiliki kriteria yang sama dengan sampel K (100% tepung terigu). Kandungan serat kasar dan kalsium tertinggi pada sampel C (30% tepung kulit pisang raja) dengan kandungan serat kasar sebesar 8,9092% dan kalsium sebesar 2,0271%.

Firas Dinan Fasya (2018), Pengaruh Inovasi Produk *Muffin* Berbasis Tepung Mocaf terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Bandung dengan jenis penelitian eksperimental. Hasil dari penelitian diperoleh, *Muffin* berbasis Tepung Mocaf dengan konsentrasi tertinggi 70% tepung mocaf : 30% tepung

terigu dan penggunaan gula pasir sebagai bahan pemanis merupakan *muffin* berbasis tepung mocaf konsentrasi terbaik.

Nur Sholihatul (2015), Hanani Eksperimen Pembuatan *Muffin* Bahan Dasar Tepung Substitusi Tepung Ganyong dengan jenis penelitian *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan mutu inderawi pada *muffin* substitusi tepung ganyong dengan persentase 10%, 20% dan 30% ditinjau dari aspek warna, aroma, tekstur permukaan atas, tekstur permukaan dalam. Sedangkan ditinjau dari aspek rasa tidak ada perbedaan. *Muffin* substitusi tepung ganyong hasil terbaik adalah *muffin* substitusi 10% tepung ganyong. *muffin* yang disukai masyarakat juga sama yaitu *muffin* substitusi 10% tepung ganyong dengan persentase 81,4%. Sedangkan *muffin* substitusi 20% dan 30% tepung ganyong termasuk kriteria cukup disukai oleh masyarakat. Hasil uji kimiawi pada *muffin* substitusi tepung ganyong yaitu kandungan gizi *muffin* yang tertinggi adalah *muffin* substitusi 30% tepung ganyong yaitu karbohidrat sebesar 28,40% dan serat sebesar 5,58%. Sedangkan kandungan gizi yang terendah adalah *muffin* kontrol yaitu karbohidrat sebesar 26,66% dan serat sebesar 2,25%.

Thianditya Bagus Pratama (2021), Uji Kesukaan *Muffin* Amerika Menggunakan Bahan Dasar Tepung Bekatul Sebagai Substitusi Tepung Terigu dengan jenis penelitian uji friedman dan uji hedonic. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *muffin* berbahan dasar tepung bekatul dari aspek aroma memiliki nilai asymp sig. sebesar  $.315 > 0,05$ , nilai aspek rasa memiliki asymp sig. sebesar  $.603 > 0,05$ , aspek ekstur memiliki nilai asymp sig.  $.345 > 0,05$ , aspek warna memiliki asymp sig. sebesar  $.117 > 0,05$ . (2) Hasil dari penelitian *muffin* tepung bekatul memiliki rasa yang manis, tekstur beremah, memiliki warna yang menarik dan memiliki aroma harum, hal ini dapat dilihat dari nilai responden. Kesimpulan dari hasil penelitian ini *Muffin* tepung bekatul memiliki nilai asymp sig  $> 0,05$  yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, yang berarti *muffin* berbahan tepung bekatul disukai oleh responden dari segihal

rasa, warna, aroma, dan tekstur dan *muffin* tepung bekatul dapat diterima oleh konsumen secara aroma, rasa, tekstur dan warna

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu bentuk tindakan yang perlu dilaksanakan oleh produsen barang atau jasa sebagai upaya menjalankan tindakan usahanya. Pemasaran menurut Daryanto (2021) adalah “suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Pemasaran menurut Kotler, dalam Mardia dkk(2021), pengertian pemasaran: "Pemasaran adalah aktivitas sosial dan pengaturan yang dilakukan untuk meraih tujuan tertentu, utamanya dengan membuat produk serta menawarkannya."

### **2.2.2 Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen merupakan bentuk mengamati seseorang untuk memilih, menggunakan dan membuang barang dan jasa, yang berhubungan dengan reaksi emosional, kognitif, dan tindakan mereka. Memahami perilaku konsumen adalah kunci bagi bisnis yang mencoba mengatur taktik pemasaran berdampak yang membentuk jalur pengambilan keputusan konsumen. (Radu, 2024). Hal ini merupakan hal yang penting karena dapat mengungkapkan kesenjangan dalam rangkaian produk yang diinginkan konsumen. Perilaku konsumen ini juga di dorong oleh beberapa faktor mulai dari faktor pribadi (usia, jenis kelamin), faktor psikologi, dan faktor sosial (pengaruh orang sekitar).

### **2.2.3 Minat**

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, diartikan pula 19 sebagai gairah atau keinginan. Dalam bahasa Inggris minat sering disebutkan dengan kata-kata “*interest*”. *Interest* memiliki arti suatu perasaan ingin tau atau perhatian terhadap suatu hal. Minat memiliki arti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Menurut Elizabeth B. Hurlock, bahwa minat merupakan sumber motivasi yang bisa mendorong seseorang untuk melakukan hal yang mereka

inginkan ketika merasa bebas untuk memilih (Hurlock, 1999). Minat adalah kecenderungan dan gairah atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu kegiatan yang didasari oleh rasa suka dan ketertarikan terhadap sesuatu tanpa ada yang menyuruh (Syah, 2017). Minat di sini berupa item pertanyaan pada penelitian ini, sedangkan indikator minat berupa sebagai berikut

1. Pengetahuan terhadap produk yang ditawarkan. Suatu bentuk pemahaman terhadap produk yang ditawarkan. Dari pemahaman tersebut akan muncul minat untuk membeli produk.
2. Ketertarikan terhadap produk yang ditawarkan. Konsumen yang terpicu karena sebuah rasa tertarik akan menimbulkan minat membeli produk yang ditawarkan.
3. Keinginan terhadap produk yang ditawarkan. Rasa ingin ini dapat berpacu pada banyak hal dan dari rasa ingin pula minat membeli suatu produk dapat muncul.

#### **2.2.4 Produk**

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:4) definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan Kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Kotler 2002:448).

#### **2.2.5 Muffin**

*Muffin* merupakan kudapan berupa kue panggang yang berasal dari Inggris. *muffin* adalah roti kecil yang berbentuk bundar dengan cita rasa manis yang biasanya disajikan hangat sebagai teman minum teh. "*Muffin*" Disebut berasal dari kosa kata Perancis yaitu "moufflet" yang berarti lembut. Selain moufflet, *muffin* juga disebut berasal dari kata moofin yang sudah ada sejak abad ke 16-an. Kata moofin sendiri diambil dari Bahasa Jerman yaitu Muffen atau Muffe yang berarti kue kecil. *muffin* awalnya menggunakan cetakan kecil yang berbentuk mangkuk

dan untuk membuatnya menggunakan bahan yang sama seperti roti hanya saja penggunaan raginya lebih banyak agar dapat menciptakan tekstur lebih ringan dan lembut dari pada roti pada umumnya. *muffin* juga sering disamakan dengan *cupcake* karena bentuknya yang sekilas mirip. Tetapi pada faktanya *cupcake* jauh lebih lama dikenalnya dari pada *muffin*. *Muffin* yang dikenal dalam dunia bakery berkembang dalam dua gaya, yaitu *muffin* Inggris dan *muffin* Amerika. *Muffin* Inggris memiliki bentuk datar dan bagian dalam yang berongga. *Muffin* ini ditemukan oleh penduduk Welsh pada abad ke-10. Diabad pertengahan, adonan *muffin* dimasak dalam cetakan khusus berbentuk cincin yang ditempatkan langsung di atas wajan. *Muffin* Amerika lebih mirip seperti roti yang dimasak di loyang khusus *muffin*. Loyang tersebut digunakan karena roti *muffin* terbuat dari adonan encer seperti adonan *pancake* bukan adonan padat seperti roti. Hingga abad ke 18 adonan *muffin* menggunakan ragi kimia, yaitu *pearlash* yang menghasilkan karbon dioksida dalam adonan. Setelah itu *baking powder* digunakan untuk mengembangkan adonan, hingga saat ini.