

HUBUNGAN PENYAJIAN MAKANAN DAN CITA RASA MAKANAN DENGAN DAYA TARIK PEMBELIAN PUFF PASTRY DI T1311

Naila Rahmadania Tanjung¹, Alya Gita Diah Mazyunah², Fatma
Tresno Ingtyas³, Laurena Ginting⁴

Universitas Negeri Medan

Email: rahmadanianaila@gmail.com¹, mazyunahalya@gmail.com², ingtyas@yahoo.com³,
laurenaginting2011@gmail.com⁴

Abstract

Puff pastry is well known to many people with its flavor variants which are always innovating in terms of unique shape, taste and presentation. In fact, not many cafes pay attention to serving food by adjusting the taste of the product. This research aims to determine the presentation of food, the taste of food, the attractiveness of pastry purchases made at T1311. This research uses descriptive and quantitative research by distributing a questionnaire to find out how respondents experience consumer attraction towards purchasing. The results of this research obtained from SPSS calculations show the sig value. 2 tailed from the relationship between X1 and Y of $0.02 < 0.05$, it can be concluded that there is a significant relationship between food presentation and purchasing attractiveness. From the product moment correlation test table, the sig value is also obtained. 2 tailed from the relationship between X2 and Y of $0.04 < 0.05$, it can be concluded that there is a significant relationship between food taste and purchasing attraction. From the product moment correlation test table, the sig value is also obtained. 2 tailed from the relationship between X1 and X2 of $0.02 < 0.05$, it can be concluded that there is a significant relationship between food presentation and food taste. From the results of the analysis and discussion of the research carried out above, it shows that the presentation of food with attractiveness to purchase is related to each other in terms of statistics and theory with a determined value.

Keywords: Food Presentation, Taste And Purchase Attraction.

Abstrak

Puff pastry sudah dikenal banyak kalangan masyarakat dengan varian rasa yang selalu berinovasi dari segi bentuk, rasa, dan penyajian yang unik. Faktanya tidak banyak café yang memperhatikan penyajian makanan dengan menyesuaikan cita rasa dari produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyajian makanan, cita rasa makanan, daya tarik pembelian pastry yang dilakukan di T1311. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan membagikan sebuah angket kuesioner untuk mengetahui seberapa responden mengalami suatu daya tarik konsumen kepada pembelian. Hasil dari penelitian ini diperoleh dari perhitungan SPSS diketahui nilai sig. 2 tailed dari hubungan X1 dengan Y sebesar $0,02 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penyajian makanan dengan daya tarik pembelian. Dari tabel uji korelasi product moment juga diperoleh nilai sig. 2 tailed dari hubungan X2 dengan Y sebesar $0,04 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara cita rasa makanan dengan daya tarik pembelian. Dari tabel uji korelasi product moment juga diperoleh nilai sig. 2 tailed dari hubungan X1 dengan X2 sebesar $0,02 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penyajian makanan dengan cita rasa makanan. Dari hasil analisis dan pembahasan penelitian yang dilakukan di atas menunjukkan bahwa penyajian makanan dengan daya tarik pembelian memiliki keterkaitan satu sama lain dari segi statistik dan teori dengan nilai yang ditentukan.

Kata Kunci: Penyajian Makanan, Cita Rasa Dan Daya Tarik Pembelian.

PENDAHULUAN

Saat ini, puff pastry sudah dikenal banyak kalangan masyarakat dengan varian rasa yang selalu berinovasi dari segi bentuk, rasa, dan penyajian yang unik. Faktanya tidak banyak café yang memperhatikan penyajian makanan dengan menyesuaikan cita rasa dari produk tersebut. Terkadang penyajian makanan kelihatan baik namun tidak dengan rasa begitu juga sebaliknya. Hal ini menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi mereka dikarenakan penyajian makanan dan cita rasa makanan tidak memenuhi daya tarik pembelian pada puff pastry.

Penyajian makanan merupakan rangkaian akhir dari perjalanan makanan. Makanan yang disajikan adalah makanan yang siap dan layak santap (PGRS, 2013). Permasalahan penyajian pada makanan sering sekali membuat kita berekspektasi tinggi terhadap penyajian yang ditampilkan. Penyajian makanan yang baik adalah proses penataan, menghias makanan untuk meningkatkan estetikanya yang dapat menarik perhatian pembeli. Namun, banyak restaurant ataupun café kurang memperhatikan penyajian makanan sehingga membuat konsumen tidak tertarik untuk membeli produk tersebut.

Selain itu, cita rasa makanan juga menjadi tolak ukur dan faktor mendukung untuk daya tarik pembeli. Rasa pada pastry umumnya memiliki rasa gurih dan manis. Hal ini sering terjadi saat kita berkunjung ke café dengan hidangan puff pastry yang biasanya memiliki warna brown, penyajian makanan yang estetika dan memiliki aroma yang dapat memanjakan indra penciuman kita. Pastry merupakan jenis dari produk bakery yang bertekstur kering dan berlapis-lapis yang terbuat dari tepung terigu, lemak, gula, garam, air, dan bahan lainnya. Adonan pastry dilapisi dengan lemak padat sehingga didapatkan banyak lapisan adonan dan lemak (Stevens, 1995 dalam Wicaksono 2017)

Berdasarkan uraian di atas maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan Penyajian Makanan dan Cita Rasa Makanan dengan Daya Tarik Pembelian di T1311”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan kuantitatif dengan tujuan dapat menganalisis dan mendeskripsikan data dalam bentuk kuesioner dari variabel penyajian makanan, cita rasa makanan, dan daya tarik pembelian, dapat dibuktikan hubungan dari masing – masing variable sebagai berikut, terdapat hubungan yang linear antara penyajian makanan dengan daya tarik pembelian. terdapat hubungan yang linear antara daya tarik pembelian dengan cita rasa makanan. terdapat hubungan berarti antara cita rasa makanan dengan daya tarik pembelian. bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penyajian makanan dengan cita rasa makanan. terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penyajian makanan dan cita rasa makanan dengan daya tarik pembelian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistika Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, maksimum, minimum, standar deviasi. Dari hasil perhitungan dengan bantuan program IBM SPP versi 22 diperoleh diperoleh data deskriptif sebagai berikut ini

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penyajian Makanan	30	30	40	35.70	3.525
Cita Rasa	30	26	40	32.47	3.421

Daya Tarik	30	23	40	32.40	4.039
Valid N (listwise)	30				

Berdasarkan tabel statistika deskriptif diperoleh bahwa nilai minimum untuk variabel penyajian makanan sebesar 30, untuk variabel cita rasa makanan sebesar 26, dan untuk variabel daya tarik pembelian sebesar 23. Nilai maksimum untuk variabel penyajian makanan sebesar 40, untuk variabel cita rasa makanan sebesar 40, dan untuk variabel daya tarik pembelian sebesar 40. Nilai rata-rata untuk variabel penyajian makanan sebesar 35,70, untuk variabel cita rasa makanan sebesar 32,47, dan untuk variabel daya tarik pembelian sebesar 32,40. Dan nilai standar deviasi untuk variabel penyajian makanan sebesar 3,525, untuk variabel cita rasa makanan sebesar 3,421, dan untuk variabel daya tarik pembelian sebesar 4,039.

Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan IBM SPSS 22 untuk uji linearitas dengan menggunakan rumus deviation from linearity diperoleh data sebagai berikut:

1) Uji Linear Y atas X1

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Daya Tarik * Penyajian Makanan	Between Groups	(Combined)	212.000	9	23.556	1.804	.130
		Linearity	2.084	1	2.084	.160	.694
		Deviation from Linearity	209.916	8	26.240	2.009	.098
	Within Groups		261.200	20	13.060		
	Total		473.200	29			

Berdasarkan dari tabel uji linear Y atas X₁ hasil yang diperoleh dari perhitungan SPSS diketahui nilai sig. deviation from linearity sebesar 0,098 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara penyajian makanan dengan daya tarik pembelian.

2) Uji Linear Y atas X2

Berdasarkan dari tabel uji linear Y atas X₂ hasil yang diperoleh dari perhitungan SPSS diketahui nilai sig. deviation from linearity sebesar 0,888 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara daya tarik pembelian dengan cita rasa makanan.

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Daya Tarik * Cita Rasa	Between Groups	(Combined)	83.783	10	8.378	.409	.926
		Linearity	.092	1	.092	.005	.947
		Deviation from Linearity	83.691	9	9.299	.454	.888
	Within Groups		389.417	19	20.496		
	Total		473.200	29			

Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34.949	9.484		3.685	.001
Cita Rasa	.008	.237	.006	.032	.004
Penyajian Makanan	-.078	.231	-.068	-.339	.737

a. Dependent Variable: Daya Tarik

Berdasarkan dari tabel uji regresi hasil yang diperoleh dari perhitungan SPSS diketahui nilai sig dari X1 atas Y sebesar $0,004 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan berarti antara cita rasa makanan dengan penyajian makanan. Dari hasil tabel diatas juga diketahui nilai sig dari X2 atas Y sebesar $0,737 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan berarti antara cita rasa makanan dengan daya tarik pembelian.

Uji Korelasi Product Moment

Correlations				
		Penyajian Makanan	Cita Rasa	Daya Tarik
Penyajian Makanan	Pearson Correlation	1	.298	-.066
	Sig. (2-tailed)		.110	.002
	N	30	30	30
Cita Rasa	Pearson Correlation	.298	1	-.014
	Sig. (2-tailed)	.110		.004
	N	30	30	30
Daya Tarik	Pearson Correlation	-.066	-.014	1
	Sig. (2-tailed)	.728	.942	
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan dari tabel uji korelasi product moment hasil yang diperoleh dari perhitungan SPSS diketahui nilai sig. 2 tailed dari hubungan X1 dengan Y sebesar $0,02 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penyajian makanan dengan daya tarik pembelian. Dari tabel uji korelasi product moment juga diperoleh nilai sig. 2 tailed dari hubungan X2 dengan Y sebesar $0,04 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara cita rasa makanan dengan daya tarik pembelian.

Dari tabel uji korelasi product moment juga diperoleh nilai sig. 2 tailed dari hubungan X1 dengan X2 sebesar $0,02 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penyajian makanan dengan cita rasa makanan.

Uji Korelasi Ganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.067*	.004	-.069	4.177	.004	.060	2	27	.002

a. Predictors: (Constant), Penyajian Makanan, Cita Rasa

Berdasarkan dari tabel uji korelasi ganda hasil yang diperoleh dari perhitungan SPSS diketahui nilai sig. F Change dari hubungan X1 dan X2 dengan Y sebesar $0,02 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penyajian makanan dan cita rasa makanan dengan daya tarik pembelian.

Dari hasil pembahasan uji diatas dapat disimpulkan bahwa variabel penyajian makanan dan cita rasa makanan dengan daya tarik pembelian saling keterkaitan dan memiliki hubungan positif satu sama lain.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan penelitian yang dilakukan di atas menunjukkan bahwa penyajian makanan dengan daya tarik pembelian memiliki keterkaitan satu sama lain dari segi statistik dan teori dengan nilai yang ditentukan. Selain itu cita rasa makanan dengan daya tarik pembelian pada cafe T1311 menunjukkan bahwa pelanggan menilai produk puff pastry dari segi cita rasa untuk menarik daya tarik pembelian konsumen. Oleh karena itu Hubungan penyajian makanan dan cita rasa makanan dengan daya tarik pembelian memiliki hubungan yang positif dan signifikan dikarenakan konsumen yang membeli puff pastry di T1311 akan mempertimbangkan penyajian makanan dan cita rasa makanan dri puff pastry tersebut sesuai dengan faktanya. Hal inilah yang menentukan daya tarik pembelian pastry naik turunnya. Dapat dilihat dari pengujian statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum untuk variabel penyajian makanan sebesar 30, untuk variabel cita rasa makanan sebesar 26, dan untuk variabel daya tarik pembelian sebesar 23. Nilai maksimum untuk variabel penyajian makanan sebesar 40, untuk variabel cita rasa makanan sebesar 40, dan untuk variabel daya tarik pembelian sebesar 40.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa". Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. (2008). "Manajemen Produksi dan Operasi". Edisi 4. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesi (2003)
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia (2006)
- Faiha Maita Nayla (2022) "Pengaruh Konsistensi Cita Rasa dan Harga Produk HIMAJAS Bagi Konsumen untuk Melakukan Pembelian Ulang" vol.3 International Journal Administration, Business & Organization
- Juhadillah Raeza "Pengaruh Daya Tarik, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Produk Minuman Pada Vending Machine Dengan Minat Beli Sebagai Varibe Intervening Studi Pada PT PUTRI AQUARIUS di Sidoarjo" Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika
- Melda (2020) "Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian" vol 1. No 2 Journal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)
- Mulyadi.2008. "Sistem Akuntansi". Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2020). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta.