

ISSN 2722-9475 (Cetak)
ISSN 2722-9467 (Online)

Vol.3 No.10
Maret 2023

Jurnal **Inovasi** **Penelitian**



Sekolah Tinggi Pariwisata
Mataram

Call For Papers

2021-10-08

"JIP" for JURNAL INOVASI PENELITIAN, published by Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram. Published in two formats, print and online, first edition published in June 2020, print version of **ISSN: 2722-9475** and the online version of **ISSN 2722-9467**, both of which are published every month. in partnership with [Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos dan Logistik Indonesia / Indonesian Express Delivery Companies Association \(ASPERINDO\)](#). The editors welcome submissions of papers describing recent theoretical and experimental research to be published through this Journal. Before submission please make sure to read [author guideliness](#). Any papers not fulfilling the requirements based on the guideline will not be processed. The scope of the journal studies broadly includes:

1. **Culture (a unique study of performing arts and classical culture, traditional from various regions in Indonesia, and modern cultural arts such as dance, fine arts, and music art also includes the study of Indonesian literature on classical and contemporary literary issues)**
2. **Religion (Study of comparative religion, study of pluralism and religious diversity in Indonesia)**
3. **Media (Cultural studies and media, New Media and Contemporary Societies)**
4. **Gender (Urban Culture, Gender bias, and gender inequality)**
5. **Public policy (extractive public policies, distributive public policies, and regulative public policies)**
6. **Development (economic and social development, urban and regional development)**
7. **Environment (customs, social and environmental, land and natural resource utilization)**
8. **Disaster (local wisdom and social culture, disaster management, community empowerment, survival and humanity, disaster and social emergency response organizations)**
9. **Social Science**
10. **Tourism (ecotourism, tourism management, religious tourism, urban tourism, and cultural tourism)**
11. **Agriculture**
12. **Education**

Call For Papers

Kami mengundang para peneliti, mahasiswa, akademisi, dan praktisi untuk mempublikasikan artikel nya di **Jurnal Invoasi Penelitian (JIP)**. JIP adalah sebuah jurnal *Blind Peer-Review* yang disediakan untuk publikasi hasil penelitian yang berkualitas dalam bidang ilmu yang sesuai dengan [focus dan scope](#) yang tidak terbatas secara implisit dan publish setiap awal bulan,12 kali dalam setahun. Semua publikasi di JIP bersifat open acces tanpa harus

berlangganan dan semua artikel bisa di download. Silahkan klik [di sini](#) untuk submit online. **setelah submit diharapkan langsung contact kami via whatsapp di [087864008292](https://wa.me/087864008292) untuk konfirmasi status artikel yang telah di submit.**

setiap artikel yang telah di kirimkan LOA akan diterbitkan awal bulan. Kami tunggu manuskrip terbaik Bapak/Ibu untuk publikasi berkualitas.

Editor in Chief

Lalu Masyhudi

DOI: <https://doi.org/10.47492/jip.v2i7>

Published: 2021-12-01

Articles

- [Implementasi Program Penanganan Prasarana Dan Sarana Umum \(PPSU\) Di Kelurahan Melawai Kecamatan Kebayoran Baru Kota Administrasi Jakarta Selatan](#)

Muhammad Helmi Zein

1863-1874

o [PDF](#)

- [PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PEMBUATAN E-KTP TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PADA DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KABUPATEN SUKABUMI](#)

Moch Ihza Garin

1875-1882

o [PDF](#)

- [Sistem Informasi Manajemen Sekolah Berbasis Web Pada Yayasan Ibnu Sina Bogor](#)

Budi Sihabudin, Foni Agustin Setiawan, Hersanto Fajri

1883-1892

o [PDF](#)

- [PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP WAJIB RETRIBUSI DI PASAR BUMI HARAPAN TOLITOLI](#)

Nurfaidah Nurfaidah

1893-1904

o [PDF](#)

- [SUMBER INFORMASI, PENGETAHUAN DAN SIKAP PENCEGAHAN REMAJA TERHADAP PENCEGAHAN KEHAMILAN BAGI REMAJA DI KOTA JAMBI TAHUN 2021](#)

Novi Berliana, T Samsul Hilal, Rosa Minuria

1905-1910

o [PDF](#)

- [PENGARUH SUHU PERENDAMAN TERHADAP PERTUMBUHAN VIGORBIJI KOPI LAMPUNG \(*Coffeacanephora*\)](#)

Junaid Junaidi, Fandi Ahmad

1911-1916

o [PDF](#)

- [PERSEPSI SISWA TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA PADA MASA PENDEMI COVID-19 DI SMA NEGERI I TOLITOLI](#)

Sitti Nuralan

1917-1924

o [PDF](#)

- [ANALYSIS ON THE IMPACT WORK FROM HOME \(WFH\) ON THE TEACHING ENGLISH DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN MADRASAH ALIYAH NEGERI TOLITOLI](#)

Inda Indrawati, Siti Rahma Khaisya

1925-1928

○ [PDF](#)

- [Problematika sosial terhadap pembelajaran di era new normal \(Studi kasus melek huruf\) pada SMA Negeri 1 Biak Barat](#)

Yani Talakua, Muhammad Aqil

1929-1940

○ [PDF](#)

- [Analisis Usaha Rumah Tangga Kerupuk di Desa Pasar Pedati Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah \(studi kasus : Kerupuk Lia Jaya di Desa Pasar Pedati Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah\)](#)

Al Fajri Saputra, Andi Irawan, Reswita Reswita

1941-1950

○ [PDF](#)

- [EFEKTIVITAS KERJA DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN ADMINISTRASI DI DINAS PERPUSTAKAAN DAN ARSIP KABUPATEN TOLITOLI](#)

Masrin Gafar

1951-1958

○ [PDF](#)

- [Decision Tree dan Adaboost pada Klasifikasi Penerima Program Bantuan Sosial](#)

Laila Qadrini, Andi Seppewali, Asra Aina

1959-1966

○ [PDF](#)

- [PENYELESAIAN GANTI RUGI AKIBAT WANPRESTASI PERJANJIAN JUAL BELI ONLINE DIKAITKAN DENGAN PASAL 19 UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN](#)

Endi Suhadi, Ahmad Arif Fadilah

1967-1978

○ [PDF](#)

- [EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN DARING ONLINE MENGGUNAKAN GOOGLE CLASSROOM PADA MATA PELAJARAN IPS DI SD YPPK DIASPORA SORENDIWERI KABUPATEN SUPIORI PROPINSI PAPUA](#)

Beatus Mendelson Laka, Saiful Anas, Marlin Katulung

1979-1986

○ [PDF](#)

- [PENGARUH PELATIHAN TERINTEGRASI BERBASIS KOMPETENSI TERHADAP PENINGKATAN KEMAMPUAN PROFESIONALISME PEGAWAI DI BALAI PEMASYARAKATN \(BAPAS\) KELAS I CIREBON](#)

Uus Sunandar

1987-1994

○ [PDF](#)

- [PERANAN TOKOH MASYARAKAT DAN KESADARAN ORANG TUA DALAM MENCEGAH KENAKALAN REMAJA DI KECAMATAN TALUN KABUPATEN CIREBON](#)

Uus Sunandar

1995-2000

○ [PDF](#)

- [Peningkatan Kemampuan Guru menggunakan Globe Melalui In House Training di SDN Banteng Keselet Tahun Pelajaran 2020/2021](#)

Suandi Suandi

2001-2010

○ [PDF](#)

- [DISKURSUS TEKNOLOGI PENDIDIKAN SEBAGAI KORELASI DENGAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM](#)

Faradina Nur Setyaningsih, Unik Hanifah Salsabila, Fifi Al Fionita, Aat Heffi Muslikhah, Tera Salsa Bila

2011-2018

○ [PDF](#)

- [THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING MIX AND JBOUND VISITORS' DECISION MAKING](#)

Dina Hariani, Fadhil Hammadi

2019-2028

○ [PDF](#)

- [Supervisor Safety Support as Predictor of Safety Climate](#)

Zainiyah Alfirdaus, Nuri Herachwati, Jovi Sulistiawan, Bagus Anggara Yudha, Muhammad Atsiruddin Ruslananda

2029-2040

○ [PDF](#)

- [MODEL PENANGANAN PENYAKIT MASYARAKAT](#)

Siti Murti, Heryanto Heryanto

2041-2050

o [PDF](#)

- [PEMBERIAN ASI EKSKLUSIF TERHADAP PERKEMBANGAN ANAK BERDASARKAN KPSP DI PUSKESMAS MANGASA MAKASSAR](#)

Fitriati Sabur, Afriani Afriani

2051-2056

o [PDF](#)

- [EFEKTIVITAS PENYULUHAN TENTANG PERUBAHAN FISIK PADA MASA PUBERTAS TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN SISWA DI SDN NO.29 CINI AYO JENEPONTO](#)

Dian Ekawati, Fitriati Sabur, Syaniah Umar, Asmawati Gasma

2057-2064

o [PDF](#)

- [GAMBARAN PENGETAHUAN REMAJA PUTRI TENTANG RISIKO PERKAWINAN DINI DALAM KEHAMILAN DI SMAN 1 GOWA](#)

Zulaeha Amdadi, Nurfadila Nurdin, Eviyanti Eviyanti, Nurbaeti Nurbaeti

2067-2074

o [PDF](#)

- [ORGANISASI KARANG TARUNA DAN PEMBERDAYAAN KESEJAHTERAAN KELUARGA MENGHADAPI OBJEK BENDUNGAN SINDANGSHEULA](#)

Ali Imron

2075-2084

o [PDF](#)

- [TRANSITION OF MERGERS AND EMPLOYEE BEHAVIOR: A LATEST OVERVIEW OF SHARIA BANKING ORGANIZATIONS](#)

Fitri Purnamasari, Hanjar Ikrima Nanda, Gusti B tari Artichah, Gracia Angelina Nawang Wulan, Mohd Rizal Palil

2085-2094

o [PDF](#)

- [ANALISIS DINAMIKA DAERAH PENANGKAPAN IKAN BERDASARKAN MUSIM DI LAUT SERAM](#)

Yulian Yudha Dwi Pamungkas, Delly Dominggas Paulina Matruty, Simon Tubalawony

2095-2100

o [PDF](#)

- [STRATEGI PEMASARAN TWA MANGROVE ANGKE KAPUK JAKARTA TERKAIT KUNJUNGAN WISATAWAN DI MASA PANDEMI](#)

Dewi Ayu Kusumaningrum

2101-2116

o [PDF](#)

- [PENINGKATAN PELAYANAN PUBLIK BAGI PEKERJA MIGRAN MELALUI LEMBAGA TERPADU SATU ATAP \(L TSA\) KABUPATEN LOMBOK TENGAH](#)

Siti Yulianah M Yusuf, Dhea Candra Dewi, Vidya Yanti Utami

2117-2126

o [PDF](#)

- [COMMUNITY EMPOWERMENT DIGITALIZATION PROGRAM : TOURISM IN PANGAUBAN VILLAGE, WEST BANDUNG REGENCY, NEW NORMAL ERA](#)

Sutangsa Sutangsa, Lysda Reviyanti

2127-2136

o [PDF](#)

- [PENGELOLAAN DANA DESA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEMBANGUNAN DI DESA DOMAG](#)

Yuliana Yuliana

2137-2150

o [PDF](#)

- [ANALISIS EFEK UNMEET NEED KB PEREMPUAN TERHADAP ASPEK SOSIAL DAN EKONOMI DI KABUPATEN SERANG TAHUN 2019](#)

Vera Maria

2157-2168

o [PDF](#)

- [PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, KOMPOSISI DEWAN KOMISARIS, KOMITE AUDIT, DAN LEVERAGE TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA](#)

Suci Ramadhani, Husni Thamrin, Basmalah Basmalah

2169-2182

o [PDF](#)

- [PENATAAN KAWASAN PERMUKIMAN KUMUH KELURAHAN BARU RW 007 RT 006 KABUPATEN TOLITOLI](#)

Dwi Purnomo, Mansur S Pahude

2183-2192

o [PDF](#)

- [THE RELATIONSHIP BETWEEN TAX AVOIDANCE AND FIRM VALUE, MODERATED BY EXECUTIVE COMPENSATION](#)

Muhamad Safiq, Stevani Phan, Widayahyu Warmmeswara Kusumastati

2193-2202

o [PDF](#)

- [URGENSI EKONOMI SYARIAH DALAM MENGHADAPI EKONOMI GLOBAL](#)

Anggela Septiani, Husni Thamrin

2203-2212

o [PDF](#)

- [Kesempatan Kerja dan Kelayakan Ekonomi Usaha Perkebunan Kelapa Sawit Rakyat Di Kabupaten Indragiri Hulu](#)

Riati Bakce, Riyadi Mustofa

2213-2220

o [PDF](#)

- [EFEKTIFITAS APLIKASI SMARTPHONE DALAM UPAYA PENINGKATAN RESUSITASI JANTUNG PARU](#)

Wilson Simangunsong, Tuti Herawati

2221-2230

o [PDF](#)

- [FORMULASI SEDIAAN OBAT KUMUR YANG MENGANDUNG EKSTRAK HERBA TESPONG \(OENANTHE JAVANICA DC\) SEBAGAI PENCEGAH BAU MULUT](#)

In Rahmi Fatria Fajar, Hanifah Mustikawati, Widyati Uswatun Khasanah

2231-2238

o [PDF](#)

- [ANALISIS PEMBELAJARAN BERBASIS KURIKULUM 2013 DI SDN 2 TABONGO KABUPATEN GORONTALO](#)

Meiskyarti Luma, Sarson W. Dj. Pomalato

2239-2252

o [PDF](#)

- [ANEMIA PADA REMAJA PUTRI DI KECAMATAN CEMPAKA KOTA BANJARBARU](#)

Yuniarti Yuniarti, Zakiah Zakiah

2253-2262

o [PDF](#)

- [PENGARUH KONSUMSI BUAH NAGA TERHADAP TEKANAN DARAH PADA IBU HAMIL](#)

Noorhayati Maslani, Rubiati Hipni, Isnaniah Isnaniah

2263-2272

o [PDF](#)

- [HUBUNGAN ANTARA AKTIVITAS FISIK DAN INDEKS MASSA TUBUH \(IMT\) DENGAN KEJADIAN PRE-MENSTRUAL SYNDROME PADA REMAJA PUTRI](#)

Isrowiyatun Daiyah, Ahmad Rizani, Eryna Rezki Adella

2273-2286

o [PDF](#)

- [PENGARUH MEDIA PROMOSI KESEHATAN TERHADAP COVERT BEHAVIOR IBU TENTANG PEMERIKSAAN IVA DI WILAYAH KERJA PUSKESMAS PEKAUMAN BANJARMASIN](#)

Rita Kirana

2287-2296

o [PDF](#)

- [POLITIK HUKUM DALAM PENERAPAN SISTEM PERADILAN PIDANA ANAK DI INDONESIA](#)

Vivi Arfiani Siregar, Indra Mukhlis Adnan, Muannif Ridwan

2297-2306

o [PDF](#)

- [ANALISIS KARAKTERISTIK PERANG SEMESTA PADA PERTEMPURAN SURABAYA 1945](#)

La Ode M Hasyim, Ruslan Arief

2307-2314

o [PDF](#)

- [PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK PASTRY BAKERY SELAMA PANDEMI COVID 19 DI KOTA BANDUNG](#)

Dendi Gusnadi, Suryana H Achmad, Ratu Ratna Mulyati Karsiwi

2315-2320

o [PDF](#)

- [PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL KIREI BANTAENG](#)

Sudirman Sudirman, A. Baddrusaman

2321-2330

o [PDF](#)

- [PERAN MANAJEMEN LABA DALAM MEMODERASI PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAMPAK PANDEMI COVID 19](#)

Theresia Siwi Kartikawati, Tashadi Tarmizi, Merry Triani

2331-2346

o [PDF](#)

- [PELAPORAN TOTAL PENDAPATAN, PAD, DAN PENDAPATAN TRANSFER PEMERINTAH DI ERA PANDEMI COVID-19 \(STUDI PADA PEMERINTAH DAERAH DI PROVINSI KALIMANTAN BARAT\)](#)

Elsa Sari Yuliana, Murti Puspita Rukmi, V. Ananta

2347-2354

o [PDF](#)

PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK PASTRY BAKERY SELAMA PANDEMI COVID 19 DI KOTA BANDUNG

- **Dendi Gusnadi**Telkom University
- **Suryana H Achmad**Telkom University
- **Ratu Ratna Mulyati Karsiwi**Telkom University

DOI: <https://doi.org/10.47492/jip.v2i7.1167>

Keywords: Persepsi Konsumen, Kualitas Produk Pastry Bakery, Covid 19, Bandung

Abstract

Saat pandemi covid khususnya di kota Bandung, membuat para pengusaha khususnya bidang kuliner memutar otak agar dapat menaikkan volume penjualan. Kewajiban untuk bekerja dirumah dan terbatasnya waktu dan pergerakan masyarakat tidak menyurutkan para pengusaha kuliner di kota Bandung untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan meningkatkan volume penjualan. Dari latar belakang itulah penulis mengambil topik persepsi pelanggan pada produk pastry bakery selama pandemi covid 19. Yang menjadi landasan teori dari penelitian ini adalah Cochrane dan Titterington tahun 1995, Jalaludin Rakhmat tahun 2011:3, Lestari tahun 2013, dan Walgito tahun 2010. penulis mengambil 300 responden serta menggunakan teknik judgemental sampling sebagai metode penelitiannya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa produk pastry bakery di kota Bandung selama pandemi covid 19 mendapat respon positif dari konsumen baik dalam daya tahan, kualitas keamanan, kebersihan, sanitasi maupun dalam segi organoleptiknya baik dalam segi rasa, warna, aroma, tekstur, dan penampilan fisiknya

References

- [1] Achmad, S. H., & Gusnadi, D. (2018, September). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pastry Bakery (Study Kasus Pada Toko Havana Bandung). In National Conference of Creative Industry
- [2] Bimo, Walgito. (2010). Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: C.V Andi.
- [3] Cake, U. C. ANALISIS DAYA TERIMA KONSUMEN PADA PADA INOVASI PRODUK UNBAKED CHEESE CAKE BERBASIS TAHU SUTERA Oleh Dendi Gusnadi Universitas Telkom.
- [4] Davies, A., Titteington, A. and Cochrane, C.1995. Who buy organic food? A profile of the purchasers of organic food in Northern Ireland. British Food Journal, Vol. 97 (10), 17-23. Retrieved February 20, 2008, from British Food Science (Proquest) database.
- [5] Fadila, Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho. 2013. Perilaku Konsumen. Citra Books Indonesia: Palembang.
- [6] Rakhmat, Jalaluddin. 2011. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

PERSEPSI KONSUMEN PADA KUALITAS PRODUK PASTRY BAKERY SELAMA PANDEMI COVID 19 DI KOTA BANDUNG

Oleh

Dendi Gusnadi¹, Suryana H Achmad², Ratu Ratna Mulyati Karsiwi³^{1,2,3}Telkom UniversityEmail: ¹dendigusnadi@telkomuniversity.ac.id, ²suryana@tass.telkomuniversity.ac.id,
³siwoet2806@gmail.com**Abstrak**

Saat pandemi covid khususnya di kota Bandung, membuat para pengusaha khususnya bidang kuliner memutar otak agar dapat menaikkan volume penjualan. Kewajiban untuk bekerja dirumah dan terbatasnya waktu dan pergerakan masyarakat tidak menyurutkan para pengusaha kuliner di kota Bandung untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan meningkatkan volume penjualan. Dari latar belakang itulah penulis mengambil topik persepsi pelanggan pada produk pastry bakery selama pandemi covid 19. Yang menjadi landasan teori dari penelitian ini adalah Cochrane dan Titterington tahun 1995, Jalaludin Rakhmat tahun 2011:3, Lestari tahun 2013, dan Walgito tahun 2010. penulis mengambil 300 responden serta menggunakan teknik judgemental sampling sebagai metode penelitiannya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa produk pastry bakery di kota Bandung selama pandemi covid 19 mendapat respon positif dari konsumen baik dalam daya tahan, kualitas keamanan, kebersihan, sanitasi maupun dalam segi organoleptiknya baik dalam segi rasa, warna, aroma, tekstur, dan penampilan fisiknya.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Kualitas Produk Pastry Bakery, Covid 19, Bandung**PENDAHULUAN**

Selama pandemi covid 19 melanda Indonesia khususnya kota Bandung telah terjadi peningkatan permintaan konsumen pada industri makanan dan minuman yang lebih aman, sehat, namun rasanya tetap harus enak. Menurut (Cochrane dan Titterington: 1995) konsumen yang memilih makanan sehat dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu *greens* adalah konsumen – konsumen yang fokus selain memperhatikan makanan dan juga memperhatikan lingkungan, yang kedua adalah *food phobic* yaitu konsumen – konsumen yang memiliki perhatian terhadap bahan kimia yang terkandung dalam makanan yang berpotensi membahayakan kesehatan. Yang ketiga adalah *humanists* yaitu konsumen – konsumen yang sudah memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengolah makanan hasil pertanian dan yang terakhir adalah *hedonists*, yaitu konsumen – konsumen yang percaya bahwa

produk makanan yang memiliki harga yang lebih mahal pasti lebih baik dan lebih enak.

Kota Bandung dikenal sebagai destinasi wisata kuliner dan wisata belanja. sebelum pandemi banyak wisatawan datang ke kota Bandung khusus untuk belanja dan menikmati kuliner yang tidak pernah ada habisnya. Namun dengan adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat, kegiatan pariwisata dikota Bandung khususnya wisata kuliner juga mengalami dampak, baik dampak penjualan, maupun dampak dalam pengembangan produk. Selama pandemi para pengusaha kuliner khususnya pengusaha pastry bakery di kota Bandung banyak melakukan inovasi untuk meningkatkan penjualan produknya, dimulai dengan inovasi kemasan yang dibuat aman, bersih dan higienis juga produk yang dibuat unik dan menarik tanpa mengabaikan kualitas organoleptik produk tersebut.

LANDASAN TEORI

Persepsi

Persepsi merupakan sebuah pengalaman atau kejadian dari seorang wisatawan pada suatu objek dengan menghubungkan sebuah kejadian yang diperoleh dengan menyimpulkan berbagai informasi juga pesan, proses persepsi tidak hanya proses psikologis saja namun prosesnya diawali dengan proses fisik atau sensasi fisiologis. Persepsi dapat diartikan positif maupun negatif. Jika sensasi atau proses fisik terhadap sebuah yang dirasakan positif maka akan terbangun persepsi positif, begitupun sebaliknya jika sensasi terhadap produk dirasakan negative maka akan terbentuk persepsi negatif pula. Jalaludin (2011:3)

Aspek – Aspek Persepsi

Menurut Lestari (2013:48) Persepsi persepsi memiliki 3 aspek antara lain :

1. Aspek Seleksi

Seleksi adalah suatu proses dimana konsumen terstimulus, organ atau panca indranya dapat menerima pengaruh berdasarkan kebutuhan dan pengalaman masa lalunya, kejadian tersebut menjadi motivasi bagi konsumen tersebut untuk menghasilkan persepsi terhadap suatu produk atau kejadian.

2. Aspek Organisasi

Organisasi adalah proses dimana konsumen mengumpulkan atau mengkategorikan stimulus yang terjadi menjadi satu kesatuan utuh kedalam pola yang bermakna bagi konsumen tersebut.

3. Aspek Interpretasi

Intepretasi adalah keadaan dimana seorang konsumen memberikan atau merasakan persepsi dipengaruhi oleh informasi yang diterima dan dipengaruhi oleh karakteristik, stimulus, situasional dengan realitas harapan dan motif dari apa yang konsumen itu rasakan.

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Dalam menentukan sebuah persepsi di pengaruhi oleh dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal seperti yang di kemukaan oleh Walgito (2010 : 54) sebagai berikut ;

1. Faktor Internal

Persepsi yang pertama dipengaruhi oleh faktor internal dimana sebuah keputusan seseorang dilandasi oleh aspek kebutuhan, latar belakang dan jenjang Pendidikan, psikologis, kemampuan panca indera, syaraf, kepribadian dan pengalaman yang seseorang alami dalam jangka waktu tertentu.

2. Faktor Eksternal

Adalah faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi yang berkaitan dengan orang dan keadaan, intensitas rangsangan, lingkungan, kekuatan yang menentukan persepsi seseorang. Dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi antaralain :

1. Faktor ukuran dan penempatan sebuah objek atau stimulus sangat mempengaruhi persepsi seseorang semakin besar hubungan atau ukuran suatu objek semakin mudah juga untuk dipahami.
2. Warna objek, atau stimulus yang memiliki warna dan cahaya lebih banyak dan terang akan lebih mudah untuk dipahami dibandingkan dengan objek yang memiliki warna atau cahaya yang lebih sedikit
3. Keunikan objek atau stimulus yang diluar ekspektasi atau sangkaam individu akan menarik perhatian dan persepsi yang lebih baik.
4. Intensitas dan kekuatan stimulus dari luar yang terus menerus akan memberikan nilai dan persepsi lebih, itu juga akan menjadi kekuatan dan daya Tarik yang dapat mempengaruhi persepsi.
5. Gerakan atau motion akan banyak memberikan persepsi dengan

memberikan pandangan atau jangkauan tentang sebuah objek.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif, dengan pendekatan penelitian kuantitatif, dan yang menjadi populasi untuk penelitian ini adalah orang – orang yang berbelanja produk pastry bakery di kota Bandung selama pandemic covid 19. Penulis mengambil sampel dengan metode judgemental sampling. Adapun jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 300 sampel.

Untuk lokasi penelitian penulis mengambil 5 tempat penelitian yang pertama ada toko kue sari sari yang berada dijalan Sultan Tirtayasa nomor tujuh belas Bandung wetan, kedua adalah Prima Rasa Bakery Pastry yang berada di jalan Kemuning, Merdeka, Sumur Bandung, ketiga adalah Mayasari Bakery Pastry yang berada dijalan Kebon Kawung nomor dua puluh dua, Pasirkaliki, Cicendo Kota Bandung, keempat adalah Kartika Sari dijalan Kebon Jukut nomor tiga, Babakan Ciamis, Sumur Bandung dan terakhir yang kelima adalah Millenia Pastry Bakery yang berada dijalan Hariangbanga nomor delapan, Tamansari, Bandung Wetan.

Variabel	Aspek	Indikator
Persepsi konsumen terhadap kualitas produk pastry bakery dikota Bandung	Kualitas Produk Pastry	1. Kebersihan
		2. Keamanan
		3. Daya Tahan
		4. Rasa
		5. Warna
		6. Aroma
		7. Tekstur
		8. Pemapilan Fisik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Demografis Responden

Untuk jenis kelamin, responden didominasi oleh responden perempuan dengan total sebesar 65,5 persen dan sisanya responden laki-laki sebesar 34,5 persen. Untuk usia responden usia yang mengisi terbanyak dalam

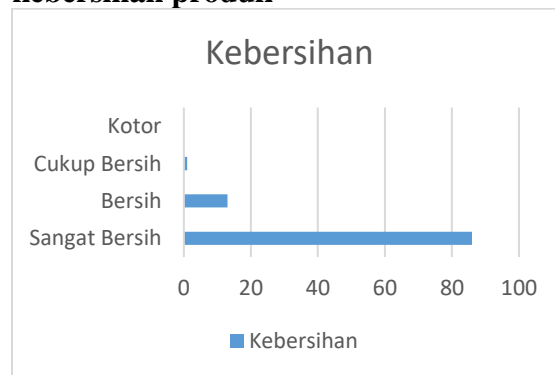
rentang usia 21 sampai 30 tahun sebesar 43,85 persen, usia 31 sampai 40 sebesar 28,55 persen, usia di atas 41 tahun sebesar 22,15 persen dan sisanya di usia 15 sampai 20 tahun sebesar 5,45 persen. Untuk pekerjaan, sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai dan wir ausaha sebesar 41 persen, mahasiswa dan pelajar 36 persen, ibu rumah tangga 14 persen dan lain – lain sisanya sebesar 9 persen.

Persepsi Responden Terhadap Produk Pastry Bakery di kota Bandung

Persepsi responden terhadap produk pastry bakery diperoleh dari hasil responden dalam menjawab kuesioner mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi responden dalam memilih produk pastry bakery. Dengan menggunakan skala likert kemudian dicari rata-rata dari variabel – variabel penelitian.

Penentuan persepsi konsumen terhadap kualitas produk pastry bakery adalah setelah nilai maksimal dan nilai minimal diketahui kemudian dicari nilai rata – rata idealnya hal tersebut dapat disederhanakan dengan Pertanyaan responden mengenai persepsi pada produk pastry bakery di kota Bandung di jelaskan melalui data dibawah ini.

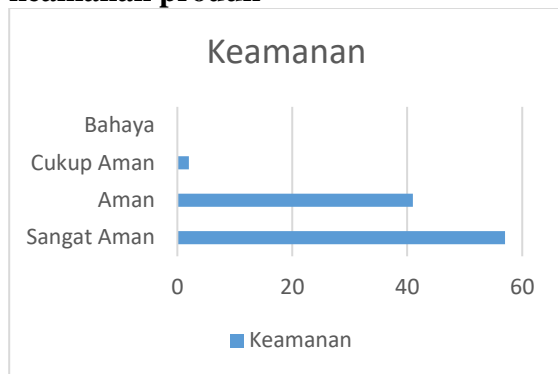
Gambar 1. Persepsi responden terhadap kebersihan produk



Dari gambar 1 persepsi responden pada kualitas produk dilihat dari segi kebersihan produk adalah dari 300 responden yang menjawab kualitas produk pastry bakery sangat bersih adalah 258 responden atau 86 persen, dan yang menjawab bersih adalah 40 responden atau 13 persen dan yang menjawab cukup

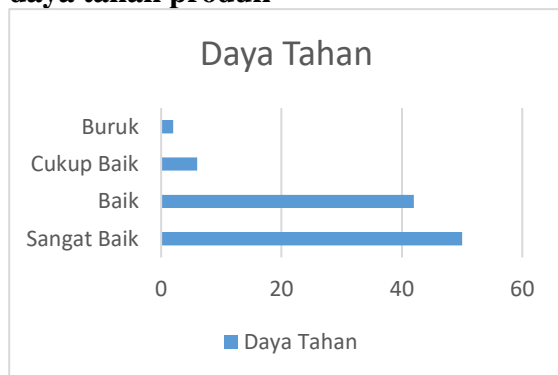
bersih adalah 2 responden atau hanya 1 persen saja.

Gambar 2 Persepsi responden terhadap keamanan produk



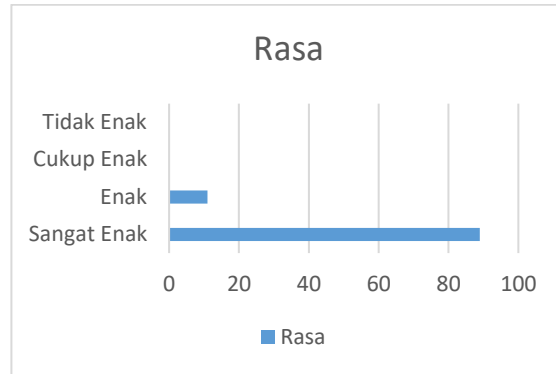
Dari gambar 2 persepsi responden pada kualitas produk dilihat dari segi keamanan produk adalah dari 300 responden yang menjawab kualitas produk pastry bakery sangat aman adalah 173 responden atau 57 persen, dan yang menjawab aman adalah 123 responden atau 41 persen dan yang menjawab cukup bersih adalah 3 responden atau hanya 2 persen saja.

Gambar 3 Persepsi responden terhadap daya tahan produk



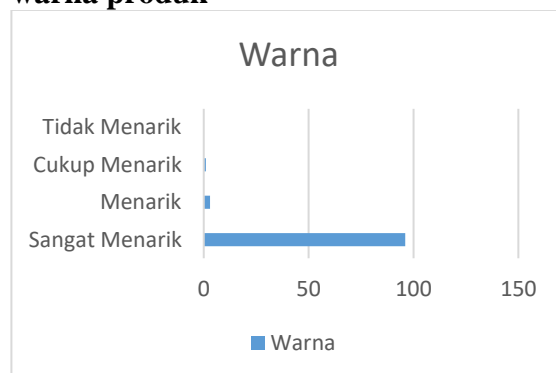
Dari gambar 4.3 persepsi responden pada kualitas produk dilihat dari segi daya tahan produk adalah dari 300 responden yang menjawab daya tahan produk pastry bakery sangat baik adalah 150 responden atau 50 persen, dan yang menjawab baik adalah 128 responden atau 42 persen dan yang menjawab cukup baik adalah 19 responden atau 6 persen dan yang menjawab buruk 3 responden atau hanya 1 persen.

Gambar 4. Persepsi responden terhadap rasa produk



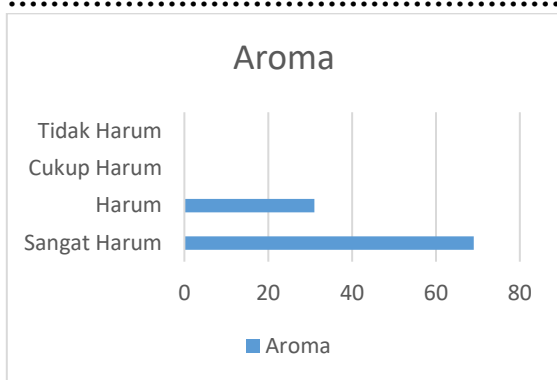
Dari gambar 4 persepsi responden pada kualitas produk dilihat dari segi rasa produk adalah dari 300 responden yang menjawab rasa produk pastry bakery sangat enak adalah 267 responden atau 89 persen, dan yang menjawab enak adalah 33 responden atau 11 persen dan yang menjawab cukup enak dan tidak enak tidak ada responden yang memilih.

Gambar 5 Persepsi responden terhadap warna produk



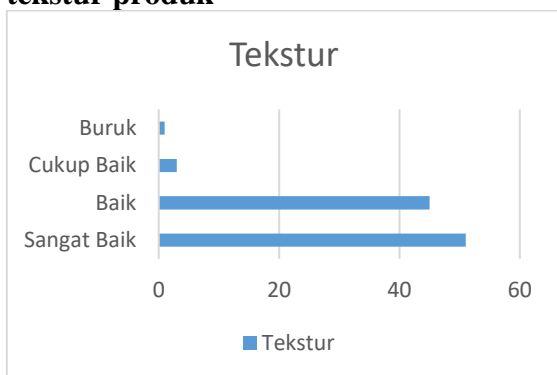
Dari gambar 5 persepsi responden pada kualitas produk dilihat dari segi warna produk adalah dari 300 responden yang menjawab warna produk pastry bakery sangat menarik adalah 289 responden atau 96 persen, dan yang menjawab menarik adalah 10 responden atau 3 persen dan yang menjawab cukup menarik 1 responden atau 1 persen dan tidak ada responden yang menjawab tidak menarik.

Gambar 4.6 Persepsi responden terhadap Aroma produk



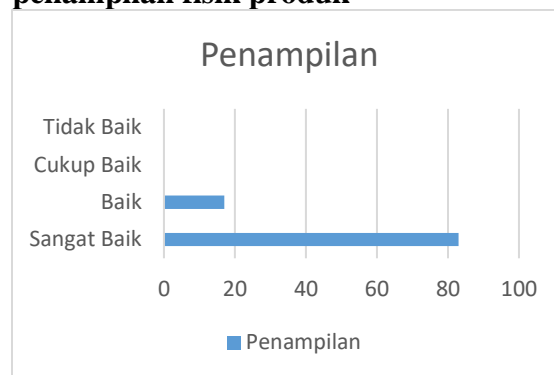
Dari gambar 6 persepsi responden pada kualitas produk dilihat dari segi aroma produk adalah dari 300 responden yang menjawab rasa produk pastry bakery sangat harum adalah 211 responden atau 69 persen, dan yang menjawab harum adalah 189 responden atau 31 persen dan yang menjawab cukup harum dan tidak harum tidak ada responden yang memilih.

Gambar 7 Persepsi responden terhadap tekstur produk



Dari gambar 7 persepsi responden pada kualitas produk dilihat dari segi tekstur produk adalah dari 300 responden yang menjawab daya tahan produk pastry bakery sangat baik adalah 153 responden atau 51 persen, dan yang menjawab baik adalah 136 responden atau 45 persen dan yang menjawab cukup baik adalah 8 responden atau 3 persen dan yang menjawab buruk 3 responden atau hanya 1 persen.

Gambar 8 Persepsi responden terhadap penampilan fisik produk



Dari gambar 8 persepsi responden pada kualitas produk dilihat dari segi penampilan fisik produk adalah dari 300 responden yang menjawab penampilan fisik produk pastry bakery sangat baik adalah 248 responden atau 83 persen, dan yang menjawab baik adalah 52 responden atau 17 persen dan yang menjawab cukup baik dan tidak baik tidak ada responden yang memilih.

PENUTUP

Kesimpulan

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk pastry bakery dikota Bandung dapat disimpulkan memiliki nilai positif, dari 300 responden mayoritas responden menilai baik, dan sangat baik. Untuk penilaian indikator paling terbesar nilainya adalah indikator kualitas produk dari segi warna dimana responden yang menilai warna produk sangat baik berjumlah 96 persen dan untuk indikator penilaian yang paling sedikit adalah indikator kualitas pada daya tahan sebanyak 50 persen.

Dapat disimpulkan juga bahwa produk – produk pastry dapat dikatakan sangat baik dalam persepsi konsumen baik dalam segi Kesehatan, kebersihan, keamanan maupun aspek organoleptic baik dalam segi rasa, warna, aroma, penampilan maupun tekstur. Adapun indikator daya tahan menjadi indikator paling sedikit dikarenakan banyak konsumen yang datang dari luar kota sehingga aspek daya tahan ini yang menjadi sedikit perhatian karena sifatnya yang lembut, dan menggunakan bahan

yang banyak mengandung lemak produk pastry bakery memiliki daya tahan yang relative sebentar dibanding dengan produk lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Achmad, S. H., & Gusnadi, D. (2018, September). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pastry Bakery (Study Kasus Pada Toko Havana Bandung). In *National Conference of Creative Industry*
- [2] Bimo, Walgito. (2010). Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: C.V Andi.
- [3] Cake, U. C. ANALISIS DAYA TERIMA KONSUMEN PADA PADA INOVASI PRODUK UNBAKED CHEESE CAKE BERBASIS TAHU SUTERA Oleh Dendi Gusnadi Universitas Telkom.
- [4] Davies, A., Titteington, A. and Cochrane, C.1995. Who buy organic food? A profile of the purchasers of organic food in Northern Ireland. *British Food Journal*, Vol. 97 (10), 17-23. Retrieved February 20, 2008, from British Food Science (Proquest) database.
- [5] Fadila, Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho. 2013. Perilaku Konsumen. Citra Books Indonesia: Palembang.
- [6] Rakhmat, Jalaluddin. 2011. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.