

Pengaruh Foto Makanan dan Deskripsi Menu pada Layanan Gofood terhadap Persepsi Pelanggan

Griselda Fidela Setyalani¹, Agus Ganjar Runtiko², P. Imam Prawoti Jati³.

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Jenderal Soedirman

griseldafidela@gmail.com

ABSTRAK

Menu merupakan alat periklanan yang digunakan untuk mempromosikan produk yang disajikan sebuah restoran. Pada dasarnya yang pertama kali dinilai oleh manusia adalah penampilannya, melalui tampilan foto makanan yang menarik dan deskripsi item menu yang jelas dapat mencuri perhatian pelanggan. Layanan pesan antar Gofood menjadi salah satu layanan yang menyediakan menu digital dengan tampilan foto makanan dan deskripsi item menu untuk setiap restoran yang bergabung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi dari foto makanan dan deskripsi item menu pada layanan Gofood terhadap persepsi pelanggan. Untuk menganalisis korelasi antara foto makanan dan deskripsi item menu dengan persepsi pelanggan, digunakan teori perbedaan individu yang dikemukakan oleh Melvin D. DeFleur. Teori ini menjelaskan bahwa perbedaan individu dapat mempengaruhi respon individu terhadap suatu stimuli dan individu cenderung memberikan perhatian pada stimuli yang berkaitan dengan kepentingannya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner secara acara menggunakan teknik simple random sampling dan diperoleh responden sejumlah 200 responden yang merupakan pelanggan layanan pesan antar Gofood. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terkait dengan variabel foto makanan yang berpengaruh secara positif terhadap persepsi pelanggan sebesar 31,7%, sedangkan variabel deskripsi item menu berpengaruh secara positif terhadap persepsi pelanggan sebesar 15%. Pengaruh foto makanan dan deskripsi item menu pada layanan Gofood terhadap variabel persepsi pelanggan menghasilkan presentase sebesar 40,4%.

Kata kunci: Menu, Foto Makanan, Deskripsi Item Menu, Gofood, Persepsi Pelanggan.

The Effect of Food Photos and Menu Descriptions on Gofood On Customer Perception

Griselda Fidela Setyalani¹, Agus Ganjar Runtiko², P. Imam Prawoti Jati³.

Communication Science, Faculty of Social and Political Science

Jenderal Soedirman University

griseldafidela@gmail.com

ABSTRACT

A menu is an advertising tool used to promote products served by a restaurant. Basically what humans the first judge is the appearance, through an interesting food photos display and clear menu item descriptions can attract a customer's attention. Gofood becomes one of the food delivery services that provide a digital menu, with a food photos display and item descriptions for each restaurant inside the Gofood service. The study aims to know the correlation of food photos and the menu item descriptions in Gofood to customer perception. In analyzing the correlation between food photos and menu item descriptions with customer perceptions, the theory of the Individual difference by Melvin D. Defleur is used. This theory explains that individual differences can affect individual responses to stimuli and that individuals tend to give attention to the stimuli associated with their interests. This study uses an explanatory quantitative method by distributing questionnaires using a simple random sampling technique and got 200 Gofood customers respondents. The results from this study suggest that respondents' responses to food photo variables have positive effects on a customer's perception by 31.7%, while menu item descriptions affect a customer's perception positively by 15%. Food photos and menu item descriptions significantly influence customer perceptions with a score of 40,4%.

Keywords: Menu, Food Photos, Menu Item Descriptions, Gofood, Customer Perception.