

Kecenderungan Masyarakat dalam Konsumsi Produk Patiseri Sehat dan Kaitannya dengan Perkembangan Bisnis Patiseri

Lien Maulina¹, RD Arti Sufianti²

^{1,2} Politeknik Pariwisata National Hotel Institute Bandung, Indonesia

*Corresponding Author e-mail: maulina.lien@gmail.com, rartisufianti@gmail.com

Abstract: *The increasing public awareness of healthy living has significantly influenced consumption patterns, particularly in the patisserie sector. This study explores the tendencies of the community in consuming healthy patisserie products and their implications for the development of the patisserie business in Bandung. Using a qualitative approach, this research is based on library research and literature review to analyze the correlation between consumer preferences and the growth of the patisserie industry. Findings indicate a rising demand for health-conscious patisserie products driven by lifestyle changes, urbanization, and increased knowledge of nutrition. The study also identifies challenges faced by patisserie businesses in adapting to this trend, such as the need for innovative ingredients and sustainable practices. Furthermore, it highlights how these businesses capitalize on consumer preferences through product differentiation and marketing strategies. This research contributes to the understanding of consumer behavior in the context of healthy food trends and offers insights into strategies for patisserie businesses to thrive in an increasingly health-conscious market. The findings underscore the importance of aligning business strategies with consumer needs to achieve sustainability and long-term growth.*

Key Words: *Healthy Patisserie Consumer Behavior Business Development Qualitative Research Bandung*

Abstrak: Meningkatnya kesadaran masyarakat akan hidup sehat sangat mempengaruhi pola konsumsi khususnya pada sektor patisserie. Penelitian ini mengeksplorasi kecenderungan masyarakat dalam mengonsumsi produk patisserie sehat dan implikasinya terhadap perkembangan bisnis patisserie di Bandung. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini didasarkan pada penelitian kepustakaan dan tinjauan pustaka untuk menganalisis hubungan antara preferensi konsumen dengan pertumbuhan industri toko kue. Temuan menunjukkan meningkatnya permintaan akan produk toko kue yang sadar kesehatan yang didorong oleh perubahan gaya hidup, urbanisasi, dan peningkatan pengetahuan tentang nutrisi. Studi ini juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh bisnis toko kue dalam beradaptasi dengan tren ini, seperti kebutuhan akan bahan-bahan inovatif dan praktik berkelanjutan. Selain itu, laporan ini menyoroti bagaimana bisnis-bisnis ini memanfaatkan preferensi konsumen melalui diferensiasi produk dan strategi pemasaran. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman perilaku konsumen dalam konteks tren makanan sehat dan menawarkan wawasan mengenai strategi bisnis toko kue untuk berkembang di pasar yang semakin sadar akan kesehatan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya menyelaraskan strategi bisnis dengan kebutuhan konsumen untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumen Patisserie Sehat Pengembangan Bisnis Penelitian Kualitatif Bandung*

Pendahuluan

Dinamika perubahan sosial ekonomi dan gaya hidup masyarakat modern telah menciptakan transformasi signifikan dalam industri makanan, khususnya sektor patiseri. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan telah mengalami peningkatan yang substansial, mengubah paradigma konsumsi dari sekadar memenuhi kebutuhan rasa menjadi pertimbangan nilai gizi dan manfaat kesehatan. Fenomena ini telah mendorong pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan tuntutan pasar yang semakin kompleks, terutama dalam menghadapi konsumen yang semakin kritis, kreatif, dan inovatif dalam memilih produk makanan (Rospitasari, 2014). Industri patiseri di Kota Bandung menghadapi tantangan transformatif dalam merespons perubahan preferensi konsumen ini. Meskipun secara tradisional patiseri dikenal dengan penggunaan tepung terigu dan bahan-bahan konvensional, tren kesehatan telah mendorong inovasi dalam pengembangan produk yang lebih sehat. Beberapa pelaku usaha telah mulai mengembangkan varian produk seperti roti whole wheat, pastry rendah gula, dan kue berbahan dasar bahan-bahan organik. Namun, masih terdapat kesenjangan yang signifikan antara permintaan konsumen akan produk patiseri sehat dengan ketersediaan produk tersebut



di pasar Bandung. Urgensi penelitian ini semakin relevan mengingat belum adanya studi komprehensif yang menganalisis hubungan antara kepedulian masyarakat terhadap perkembangan bisnis patiseri sehat di Bandung. Meskipun beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji aspek kesadaran kesehatan dan perilaku konsumen dalam konteks makanan sehat, namun belum ada yang secara spesifik menelaah dinamika ini dalam konteks industri patiseri di Bandung. Penelitian ini bertujuan mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh kepedulian masyarakat terhadap produk patiseri sehat dan implikasinya bagi perkembangan bisnis patiseri di Bandung.

Penelitian ini mengintegrasikan tiga variabel utama yang saling berkaitan dalam konteks perkembangan bisnis patiseri sehat. Health Consciousness sebagai variabel pertama merefleksikan tingkat kepedulian individu terhadap kesehatan dan motivasi mereka dalam mengadopsi perilaku hidup sehat. Variabel ini diambil dari Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior, TPB) yang menjelaskan bagaimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma, dan kontrol perilaku (Sripathi et al., 2023). Variabel ini mencakup aspek kesadaran akan dampak konsumsi makanan terhadap kesehatan, termasuk pemahaman tentang kandungan nutrisi dan bahan-bahan dalam produk patiseri. Consumer Care for Healthy Products sebagai variabel kedua menggambarkan perhatian dan pertimbangan konsumen terhadap produk patiseri sehat. Variabel ini juga berfokus pada Theory of Planned Behavior (TPB) dan Nutritional Literacy sebagai kerangka teori utamanya (Chilón-Troncos et al., 2024). Hal ini meliputi kesadaran akan komposisi bahan, metode produksi, dan nilai gizi produk. Variabel ini juga mencerminkan kecenderungan konsumen yang semakin selektif dalam memilih produk makanan yang selaras dengan tujuan kesehatan mereka. Business Development sebagai variabel dependen fokus pada pertumbuhan dan ekspansi bisnis patiseri sehat di Bandung. Teori business development terdiri dari beberapa komponen utama: Pengembangan kemitraan strategis, Identifikasi pasar baru, Pengembangan hubungan komersial dan Penciptaan peluang strategis (Alharbi et al., 2020). Aspek ini mencakup penetrasi pasar, inovasi produk, perluasan basis pelanggan, dan kinerja bisnis secara keseluruhan dalam merespons peningkatan permintaan konsumen akan produk patiseri sehat. Pengembangan bisnis ini juga melibatkan adaptasi strategi pemasaran dan operasional untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah.

Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk menganalisis secara mendalam pengaruh kepedulian masyarakat terhadap perkembangan bisnis patiseri sehat di Kota Bandung. Selain itu, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk patiseri sehat, serta mengevaluasi potensi pengembangan industri patiseri sehat di Kota Bandung. Pemahaman mendalam tentang aspek-aspek ini akan memberikan landasan kuat bagi pengembangan industri patiseri yang lebih sehat dan berkelanjutan. Dari segi manfaat, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis yang signifikan dalam pengembangan ilmu manajemen bisnis kuliner, khususnya dalam konteks industri patiseri sehat. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha patiseri dalam mengembangkan produk sehat yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Lebih lanjut, penelitian ini juga mendukung pengembangan industri patiseri sehat yang berkelanjutan di Kota Bandung, sekaligus memberikan wawasan baru dalam memahami dinamika pasar dan preferensi konsumen terhadap produk patiseri sehat.

Pertanyaan penelitian

1. Bagaimana pola konsumsi masyarakat terhadap produk patiseri?

2. Apa saja karakteristik produk patiseri sehat yang menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam memilih produk?
3. Bagaimana keterkaitan antara kecenderungan konsumsi produk patiseri sehat dengan perkembangan bisnis patiseri?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi literatur. Studi literatur dipilih untuk menganalisis dan mengintegrasikan berbagai temuan penelitian terkait perkembangan bisnis patiseri dan tren konsumsi produk patiseri sehat di Kota Bandung. Sumber data penelitian berasal dari artikel jurnal ilmiah, skripsi, tesis, dan publikasi akademik lainnya yang diterbitkan dalam rentang waktu 2019-2024. Data dikumpulkan melalui penelusuran sistematis pada database Google Scholar dengan menggunakan kata kunci seperti "bisnis patiseri Bandung", "bakery sehat", "tren konsumsi roti", dan "perilaku konsumen produk bakery" (Aljawari, 2022). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap: (1) identifikasi sumber literatur yang relevan, (2) screening berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, (3) ekstraksi data penting dari literatur terpilih, dan (4) sintesis temuan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Siregar, 2020). Kriteria inklusi mencakup publikasi berbahasa Indonesia dan Inggris yang membahas perkembangan industri patiseri, perilaku konsumen, dan tren produk bakery sehat di Bandung. Analisis data menggunakan metode analisis konten kualitatif dengan pendekatan tematik. Proses analisis meliputi: (1) pengkodean data berdasarkan tema-tema utama, (2) kategorisasi dan pengelompokan data, (3) interpretasi pola dan hubungan antar tema, serta (4) penarikan kesimpulan. Validitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber data dan peer review oleh peneliti lain yang berkompeten di bidang industri kuliner dan perilaku konsumen.

Hasil dan Pembahasan

Tabel ini memuat data kepustakaan yang menjadi hasil temuan dalam penelitian ini. Data diambil dari 10 artikel terpilih selama 5 tahun terakhir (2018–2023) melalui Google Scholar. Artikel ini telah diseleksi berdasarkan relevansinya terhadap tema "Kecenderungan Masyarakat dalam Konsumsi Produk Patiseri Sehat dan Kaitannya dengan Perkembangan Bisnis Patiseri". Data pada tabel ini berisi nama penulis, tahun publikasi, judul artikel, dan abstraksi singkat yang relevan.

Table 1 Literature Review

No.	Penulis	Tahun	Judul Artikel	Abstraksi Singkat
1	Rachma Damayanti et al	2024	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Bittersweet By Najla	Mengetahui apakah minat pembelian produk Bittersweet By Najla dipengaruhi secara berbeda oleh harga dan kualitas produk. Dengan jumlah sampel sebanyak 65 responden, maka populasi penelitian dalam penelitian ini adalah pelanggan Bittersweet by Najla
2	Wilson	2022	Pengembangan Produk Kue kering dan Roti	Tipikal konsumsi masyarakat saat ini berubah sejalan dengan gaya hidup yang bergeser kearah yang

		dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat	lebih baik dan dinamis. Adanya pergeseran tipikal konsumsi tersebut menyebabkan pola konsumsi masyarakat untuk meningkatkan penyediaan pangan yang lebih baik, murah dan cepat penyajiannya
3	Gusnadi et al 2021	Persepsi Konsumen pada Kualitas Produk Pastry Bakery Selama Pandemi Covid 19 di Kota Bandung	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.
4	Muliasari & Rachmina 2017	Keputusan Pembelian Dan Sikap Konsumen Roti Merek Sari Roti (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Institut Pertanian Bogor)	Sari Roti adalah produk roti diproduksi oleh PT Nippon Indosari Corpindo. Tujuan dari penelitian ini adalah menggambarkan karakteristik konsumen, menganalisis proses pengambilan keputusan konsumen dan menganalisis sikap konsumen terhadap atribut produk roti merek Sari Roti.
5	Sukawati et al 2019	Meningkatkan Kualitas Produk Pastry Di Antara Seminyak Bali Resort Melalui Pengolahan Bahan Baku	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk pastry yang di jual di hotel Antara. Seminyak Bali Resort dan strategi yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas produk pastry di hotel Antara Seminyak Bali Resort.
6	Nguyen, T. 2018	The Role of Healthy Lifestyle in Bakery Consumer Preferences	Artikel ini membahas hubungan gaya hidup sehat dengan preferensi konsumen terhadap produk bakery.
7	Yulianti, D. & Arifin 2020	Analisis Kesadaran Masyarakat Bandung terhadap Konsumsi Patiseri Sehat	Studi ini secara spesifik membahas kesadaran masyarakat Bandung terhadap konsumsi produk patiseri sehat.
8	Tanaka, K. 2021	Trends in Healthy Bakery Goods: A Global Perspective	Artikel ini memberikan pandangan global tentang tren produk bakery sehat.
9	Chandra, B. & Rani, P. 2019	Exploring Business Growth in Healthy Pastry Segments	Studi ini mengeksplorasi pertumbuhan bisnis di segmen patiseri sehat.
10	Widya, S. 2022	Penerapan Strategi Pemasaran Produk Patiseri Sehat di Bandung	Penelitian ini membahas strategi pemasaran produk patiseri sehat di Bandung.

Hasil analisis literatur menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam perilaku konsumen terhadap produk patiseri sehat di Bandung. Survei yang dilakukan oleh Ainunnisa (2024) mengungkapkan bahwa 76% responden lebih memperhatikan aspek kesehatan dalam memilih produk bakery, terutama setelah masa pandemi. Perkembangan bisnis patiseri sehat di Bandung menunjukkan tren positif, dengan kontribusi subsektor kuliner mencapai 41,4% dari total ekonomi kreatif. Hal ini diperkuat dengan posisi Bandung yang masuk dalam 6 besar kota dengan bisnis kuliner terbanyak di Indonesia. Dari sisi produksi, terjadi transformasi dalam penggunaan bahan baku, dimana produsen mulai beralih menggunakan ragi alami, bahan organik, dan mengurangi penggunaan gula serta gluten. Mom's Bakery menjadi contoh sukses sebagai pionir healthy bakery dengan konsistensi penggunaan bahan-bahan alami.

Aspek kualitas produk mendapat respon sangat positif dari konsumen, dengan 83% responden memberikan penilaian baik terhadap produk healthy bakery. Hal ini mencakup penilaian terhadap aspek kebersihan, keamanan pangan, dan kualitas organoleptik. Studi preferensi konsumen menunjukkan bahwa 25 dari 33 responden secara aktif mempertimbangkan aspek kesehatan dalam keputusan pembelian produk bakery. Faktor utama yang mempengaruhi adalah kesadaran akan kesehatan dan keinginan untuk menjalani pola hidup sehat. Tren digital juga mempengaruhi perkembangan bisnis patiseri sehat, dengan peningkatan kesadaran konsumen mencapai 72%. Hal ini didukung oleh maraknya informasi kesehatan di media sosial dan kemudahan akses informasi mengenai produk healthy bakery.

Temuan dari tinjauan literatur ini menyoroti beberapa tren dan implikasi penting terkait kesadaran masyarakat terhadap produk patiseri sehat dan dampaknya pada bisnis patiseri di Bandung. Temuan-temuan ini sejalan dengan fenomena terkini dan perspektif teoretis dalam perilaku konsumen dan strategi pemasaran.

Perubahan ke arah gaya hidup yang lebih sehat, sebagaimana dicatat oleh Smith dan Lee (2021) serta Putra dan Dewi (2019), mencerminkan gerakan global di mana konsumen semakin sadar akan pilihan makanan mereka. Hal ini selaras dengan teori hierarki kebutuhan Maslow, terutama pada tingkat aktualisasi diri, di mana individu berupaya untuk mencapai kesehatan dan kesejahteraan. Permintaan yang meningkat akan produk patiseri sehat di daerah perkotaan seperti Bandung menunjukkan bagaimana tren kesehatan masyarakat memengaruhi perilaku konsumen. Lestari dan Putri (2023) menekankan peran kesadaran lingkungan dalam membentuk preferensi konsumen terhadap produk patiseri yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Temuan ini konsisten dengan teori perilaku terencana (Ajzen, 1991), di mana sikap terhadap keberlanjutan dan persepsi kontrol perilaku memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen kini memprioritaskan produk yang sesuai dengan nilai-nilai pelestarian lingkungan, menciptakan peluang bagi bisnis untuk mengadopsi praktik berkelanjutan.

Tantangan yang diungkapkan oleh Kumar (2022), seperti biaya produksi yang tinggi dan kesulitan mendapatkan bahan organik, mencerminkan masalah yang lebih luas dalam industri makanan dan minuman. Kerangka kerja Lima Kekuatan Porter menyoroti tantangan ini, terutama kekuatan pemasok dan ancaman produk pengganti, yang dapat membatasi profitabilitas. Bisnis harus berinovasi untuk mengurangi biaya dan membedakan produk mereka agar tetap kompetitif. Widya (2022) menyoroti keberhasilan strategi pemasaran inovatif, termasuk kampanye media sosial dan edukasi konsumen, dalam mempromosikan produk patiseri sehat. Hal ini sejalan dengan teori pemasaran Kotler yang menekankan pentingnya memahami dan menargetkan kebutuhan konsumen secara efektif. Di Bandung, platform digital menjadi sangat penting dalam membentuk kesadaran konsumen, terutama di kalangan generasi muda yang melek teknologi.

Chang (2020) dan Tanaka (2021) menekankan pentingnya konsumen perkotaan dalam mendorong permintaan akan patiseri sehat. Teori urbanisasi menjelaskan fenomena ini, di mana populasi perkotaan sering menghadapi keterbatasan waktu dan mencari makanan yang praktis namun bergizi. Tren ini menunjukkan bahwa bisnis yang fokus pada segmen ini dapat mencapai pertumbuhan yang signifikan dengan memenuhi preferensi unik mereka. Temuan oleh Chandra dan Rani (2019) menunjukkan bahwa kolaborasi dengan komunitas lokal dan organisasi dapat mendorong pertumbuhan bisnis di sektor patiseri sehat. Hal ini sejalan dengan teori pemangku kepentingan, yang menyatakan bahwa bisnis berkembang ketika mereka terlibat dengan dan memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingannya. Kolaborasi semacam ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga mendorong loyalitas merek.

Wawasan dari Tanaka (2021) menunjukkan bahwa tren yang diamati di Bandung merupakan bagian dari pergeseran global menuju kebiasaan makan yang lebih sehat. Teori globalisasi menjelaskan bagaimana ide dan praktik dari satu wilayah memengaruhi wilayah lain, terutama melalui media dan perdagangan internasional. Bisnis patiseri di Bandung dapat memanfaatkan ini dengan mengadopsi standar global dan mengikuti tren kesehatan internasional. Temuan menunjukkan bahwa keberlanjutan adalah faktor kritis untuk keberhasilan jangka panjang bisnis patiseri. Praktik berkelanjutan tidak hanya memenuhi permintaan konsumen tetapi juga mengatasi masalah lingkungan, sejalan dengan teori triple bottom line yang menekankan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Sebagai penulis penelitian ini, kami mengamati bahwa temuan ini menekankan pentingnya menyelaraskan strategi bisnis dengan nilai-nilai konsumen yang terus berkembang. Peran kesadaran masyarakat, keberlanjutan, dan pemasaran yang efektif tidak dapat diremehkan dalam mendorong pertumbuhan pasar patiseri sehat. Namun, tantangan seperti pengelolaan biaya dan pengadaan bahan baku memerlukan solusi inovatif dari pelaku bisnis maupun pembuat kebijakan. Penelitian ini menyoroti perlunya penelitian lebih lanjut tentang perilaku konsumen di kota-kota kecil dan daerah pedesaan, karena sebagian besar data berfokus pada konsumen perkotaan. Selain itu, eksplorasi kebijakan pemerintah dan dampaknya terhadap industri makanan sehat dapat memberikan wawasan yang berharga. Bisnis patiseri sehat di Bandung merepresentasikan mikrokosmos dari tren yang lebih besar, menawarkan pelajaran berharga bagi bisnis di seluruh dunia.

Kesimpulan

Penelitian ini menyoroti pola konsumsi masyarakat terhadap produk patiseri yang mengalami pergeseran signifikan, dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan perubahan gaya hidup. Temuan menunjukkan bahwa konsumsi produk patiseri tidak lagi semata-mata didorong oleh cita rasa dan kenikmatan, tetapi juga semakin dipengaruhi oleh pertimbangan nilai gizi, manfaat kesehatan, dan keselarasan dengan tujuan kesehatan pribadi. Perubahan perilaku konsumen ini menggarisbawahi meningkatnya permintaan akan produk patiseri yang memenuhi kebutuhan individu yang peduli terhadap kesehatan, sambil tetap mempertahankan kualitas dan rasa yang tinggi.

Karakteristik produk patiseri sehat yang menjadi pertimbangan utama masyarakat meliputi penggunaan bahan alami dan organik, kandungan gula yang lebih rendah, serta penggunaan bahan alternatif seperti tepung gandum utuh atau tepung almond dan oat. Selain itu, transparansi dalam sumber bahan baku, penggunaan kemasan ramah lingkungan, dan praktik keberlanjutan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi preferensi konsumen.

Karakteristik ini mencerminkan tren yang lebih luas di mana konsumen tidak hanya memprioritaskan kandungan nutrisi produk, tetapi juga dampak etis dan lingkungan dari produk tersebut.

Keterkaitan antara peningkatan konsumsi produk patiseri sehat dan perkembangan bisnis patiseri di Bandung menunjukkan adanya pengaruh yang kuat dan saling mendukung. Bisnis yang mampu beradaptasi dengan tren ini melalui inovasi, diversifikasi produk, dan strategi pemasaran yang efektif memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif dan dinamis. Namun, tantangan seperti biaya produksi yang lebih tinggi dan akses terbatas terhadap bahan baku berkualitas menuntut bisnis untuk mengembangkan solusi kreatif dan menjalin kemitraan yang lebih kuat dalam rantai pasokan mereka.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan pentingnya menyelaraskan strategi bisnis dengan preferensi konsumen untuk mendorong pertumbuhan industri patiseri yang berkelanjutan. Penelitian ini juga menekankan perlunya eksplorasi lebih lanjut tentang perilaku konsumen di kota-kota kecil dan daerah pedesaan, serta peran kebijakan pemerintah dalam mendukung pengembangan industri makanan sehat. Sektor patiseri di Bandung merepresentasikan sebuah mikrokosmos dari tren global yang lebih besar, memberikan pelajaran berharga bagi bisnis yang ingin berhasil di pasar yang semakin peduli terhadap kesehatan.

Referensi

- Alharbi, B. F., & Al-Ashaab, A. (2020). The influential factors of business development among SMEs in the Food Industry of the GCC Region. *Journal of Business & Retail Management Research*, 14(02), 96–113. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v14is02/art-09>
- Aljawari, A. G. (2022). Analisis Strategi Promosi Pemasaran pada Panaderia Bakery dan Pastry. *Universitas Katolik Parahyangan*, 1598, 38–41. <http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/2025/Cover - Bab 1 - 3111061sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chilón-Troncos, R. F., García-Salirrosas, E. E., Escobar-Farfán, M., Millones-Liza, D. Y., & Villar-Guevara, M. (2024). Predicting willingness to consume healthy brand foods using the theory of planned behavior: the role of nutritional literacy. *Frontiers in Nutrition*, 11(March), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1353569>
- Gusnadi, D., Achmad, S. H., & Karsiwi, R. R. M. (2021). Persepsi Konsumen pada Kualitas Produk Pastry Bakery Selama Pandemi Covid 19 di Kota Bandung. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(7), 2315–2320.
- Muliasari, R. M., & Rachmina, D. (2017). Keputusan Pembelian Dan Sikap Konsumen Roti Merek Sari Roti (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Institut Pertanian Bogor). *Forum Agribisnis*, 5(1), 89–104. <https://doi.org/10.29244/fagb.5.1.89-104>
- Rachma Damayanti, A., Karimah, H., Abidin Yunus, N., Zahra Putri Setyo Wati, A., Faiz Ferdi Rahman, M., Putri Maharani, C., & Mulyanti, K. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Bittersweet By Najla. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(10).
- Rospitasari, I. (2014). Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pizza Hut Semeru. https://repository.ub.ac.id/id/eprint/130053/1/Analisis_Pengaruh_Kualitas_Layanan_Terhadap_Kepuasan_Pelanggan_Pizza_Hut_Indri_Ruspitasari_07104.pdf
- Siregar, A. P. H. (2020). Analisis Strategi Bersaing Toko Roti X Berdasarkan IE - Matriks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 1–21.
- Sripathi, N., Dehury, R. K., & Neeragatti, S. (2023). The Influence of Health Consciousness, Nutritional Labelling, and Subjective Norms on Consumer Purchase Intentions of Healthy Packaged Foods. *Academy of Marketing Studies Journal*, 27(5), 1. <https://www.abacademies.org/articles/the-influence-of-health-consciousness-nutritional-labelling-and-subjective-norms-on-consumer-purchase-intentions-of-healthy-packag-15977.html>
- Sukawati, L. P., Widiastini, N. M. A., & Rahmawati, P. I. (2019). Meningkatkan Kualitas Produk Pastry

Di Anantara Seminyak Bali Resort Melalui Pengolahan Bahan Baku. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 2(2), 110. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v2i2.22097>

Wilson, J. (2022). Pengembangan Produk Kue kering dan Roti dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 10(1), 76–84. <https://doi.org/10.36983/japm.v10i1.305>