



Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Hotel Salak The Heritage Bogor

Riani Prihatini Ishak¹, Nisa Rahmaniayah Utami², Taufiq Kurniawan³

¹*Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor*

²*Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor*

³*Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor*

Email: rianipishak@stpboGOR.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Hotel Salak The Heritage Bogor. Dimensi kualitas produk yang diukur meliputi penyajian, variasi menu, keafiatan, kelezatan, kesegaran dan suhu. Dimensi kepuasan konsumen yang diukur adalah bukti fisik, keandalan, ketanggapan dan empati. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan data primer melalui teknik *non probability sampling/ insidental sampling* sebanyak 100 responden yang merupakan tamu yang berkunjung ke restaurant. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana dengan aplikasi SPSS, semua data penelitian terverifikasi melalui semua uji-uji statistika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Hotel Salak the Heritage Bogor.

Kata kunci: *Kualitas Produk Makanan, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality on customer satisfaction at the Hotel Salak The Heritage Bogor restaurant. Dimensions of product quality measured include presentation, menu variety, healthiness, delicacy, freshness and temperature. Dimensions of customer satisfaction measured are tangibles, reliability, responsiveness, empathy. This study uses a quantitative approach method. Collecting data using primary data through non-probability sampling/insidental sampling as many as 100 respondents who are guests who visit the restaurant.

Data analysis in this study used simple linear regression with SPSS application, all research data were verified through all statistical tests. The results showed that the quality of food products has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Salak Hotel Restaurant The Heritage Bogor.

Keywords: *Food Product Quality, Consumer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

“Keberadaan hotel semakin penting, karena hotel menyediakan sarana akomodasi dan pelayanan bagi para pelanggannya. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas produk makanan” [1].

“Secara umum, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan” [2]. “Menilai kepuasan konsumen dengan meningkatkan ekspektasi konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan yang setia. Ketika apa yang di dapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapannya, tentu konsumen akan merasa puas”. “Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Memenuhi kepuasan konsumen menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, yang mana dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan cenderung untuk kembali menggunakan produk yang di tawarkan perusahaan. Inilah yang menyebabkan kepuasan konsumen menjadi faktor penting yang dapat di terapkan oleh perusahaan”[3].

Hotel Salak the Heritage Bogor memiliki beberapa restoran yaitu Kanari. Restoran ini berspesialisasi dalam masakan internasional dan menyajikan sarapan, makan siang, dan makan malam. Buka 24 jam. Rafflesia Lounge – Restoran yang menawarkan masakan internasional. Restoran menyajikan makan siang dan makan malam. Para tamu dapat menikmati minuman di bar. Den Hag - toko kembang gula yang berspesialisasi dalam masakan Indonesia. Restoran hanya menyajikan makanan ringan. Para tamu dapat menikmati minuman di bar. Fatmawati - restoran keluarga yang berspesialisasi dalam masakan Indonesia. Restorannya menyajikan brunch, makan siang, dan makan malam. Binnenhof - gastropub ini memiliki spesialisasi masakan internasional. Restorannya menyajikan sarapan, makan siang, makan siang, dan makan malam, serta menghadap ke kolam renang. Reservasi diperlukan.

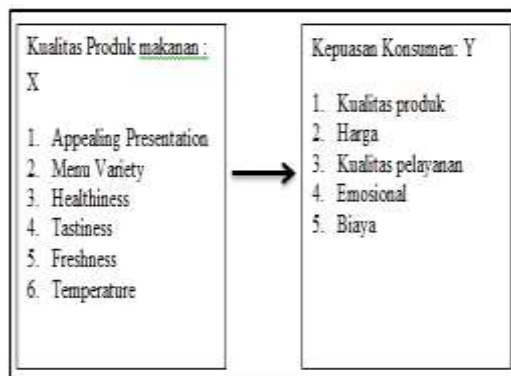
“Perhotelan yang juga di namakan *hospitality* industri dengan menjual jasa keramah-tamahan yang terdiri dari akomodasi, *food and beverage service*” [4]. Perkembangan industri perhotelan ditentukan oleh kedua faktor tersebut. Sebuah perusahaan perhotelan juga dapat dikatakan sukses jika mencapai tujuan untuk mendapatkan lebih banyak pendapatan dari keahlian memasak daripada penjualan kamar. Salah satu sarana untuk menerapkan gastronomi adalah restoran.

Dalam hal ini, salah satu restoran hotel melayani tidak hanya untuk bertemu dengan tamu hotel yang tidak ada kaitannya dengan akomodasi yang ditawarkan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas produk makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di hotel salak the heritage bogor? Tujuan penelitian merupakan sesuatu yang ingin dicapai oleh peneliti dengan harapan hasil yang dicapai bermanfaat dan memberikan kontribusi besar untuk berbagai pihak yang membutuhkan. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pangaruh antara kualitas produk makanan terhadap kepuasan konsumen pada produk makanan di Hotel Salak the Heritage Bogor.

Oleh karena itu, “suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain, salah satunya adalah dari segi kualitas produk makanan yang ditawarkan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen”. Berikut ini merupakan pengertian kualitas produk menurut [5] tentang “kualitas produk adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang di nyatakan atau tersirat”.

“Kepuasan konsumen memegang peranan penting yang sangat penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu bisnis terutama dalam bisnis makanan”. Menurut [6] “memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan”. “Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari” [7].

[8] Menyarankan “bahwa kualitas makanan dapat diukur menggunakan kesegaran makanan, rasa, aroma, kandungan nutrisi, presentasi dan variasi makanan yang disajikan”. Berdasarkan penelitian terdahulu dan survei yang di lakukan penulis terhadap responden serta kerangka pemikiran tersebut mengenai pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant Hotel Salak the Heritage Bogor maka model konseptual dapat dikemukakan dalam bentuk kerangka berpikir seperti berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1 : Kualitas produk makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Salak the Heritage Bogor.
- H0 : Kualitas produk makanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Salak the Heritage Bogor.

METODOLOGI

Dari pengumpulan kuesioner yang digunakan untuk menguji validitas, dikatakan valid apabila data yang ada pada setiap item berkorelasi erat dengan data pada unit-unit tersebut sebagai satu kesatuan, disamping untuk mengetahui masing-masing indikator maka disebut itu valid atau tidak, maka nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3 maka instrumen dinyatakan valid. Menurut [9] “data kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan bukti (data konkrit), data penelitian adalah angka-angka yang diukur menggunakan statistik sebagai alat pengujian komputasi, terkait dengan pertanyaan yang dipelajari untuk menarik kesimpulan”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik dengan tipe *non probability sampling*, dengan menggunakan metode *insidental sampling* untuk menentukan sample penelitian. Populasi yang diambil dalam penelitian ini sebesar 184.659 yang di ambil dari data *pax* bagian *Food & Beverage Management* dengan batas keasalahan sebesar 10%, maka jumlah sample yang di gunakan untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uraian jawaban responden, diperoleh hasil informasi spesifik sebagai berikut:

- a) Berdasarkan jenis kelamin, banyaknya responden berdasarkan “jenis kelamin” yaitu didominasi oleh Laki-Laki dengan perolehan sebanyak 56 orang (56%), dibandingkan dengan jumlah Perempuan dengan perolehan sebanyak 44 orang (44%).

- b) Usia responden: mayoritas pengunjung berada pada rentang usia 17 – 26 Tahun dengan presentase terbesar 74% (74 orang). diikuti oleh rentang usia 27 – 36 Tahun dengan persentase 24% (24 orang), pada usia dari ≤ 16 Tahun dan 37 – 46 Tahun dengan presentase yang sama yaitu 1% (1 orang).
- c) Asal daerah responden: responden berasal dari beberapa daerah tetapi mayoritas berasal dari daerah Bogor dengan presentase 69% (69 orang), lalu di ikuti dengan responden yang berasal dari Jakarta dengan presentase 12% (12 orang), selebihnya berasal dari Depok, Bekasi dan lainnya.

Hasil data digunakan untuk menguji validitas, dikatakan valid apabila data yang ada pada setiap item berkorelasi erat dengan data pada unit-unit tersebut sebagai satu kesatuan, disamping untuk mengetahui masing-masing indikator disebut itu. valid atau tidak, maka nilai korelasi (r) lebih besar dari 0,3 maka instrumen dinyatakan valid. Jadi jika korelasi dengan skor total kurang dari 0,3 maka dari instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil Uji Validitas data dari Variabel Kualitas produk makanan dapat dilihat pada keterangan berikut

- a) Didapatkan bahwa nilai dari correlated item – total correlation memiliki nilai $>0,05$ yaitu nilai R hitung $>$ R tabel nilai R tabel didapatkan adalah $df = n-2 (100-2) =98$, maka tabel r pada angka 98 kualitas produk makanan adalah 0,165. Hal ini dijadikan peneliti untuk mengambil keputusan bahwa pertanyaan yang mewakili variabel (X) dinyatakan valid.
- b) Dari analisa didapatkan juga bahwa nilai dari correlated item – total correlation memiliki nilai $>0,05$ yaitu nilai R hitung $>$ R tabel nilai R tabel didapatkan adalah $df = n-2 (100-2) = 98$, maka tabel r pada angka 98 kualitas produk makanan adalah 0,165. Hal ini dijadikan peneliti untuk mengambil keputusan bahwa pertanyaan yang mewakili variabel (Y) dinyatakan valid.

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk melihat keandalan data. Hasil Uji Reliabilitas Data Variable dapat dilihat seperti pada keterangan sebagai berikut:

- a) Bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel Kualitas Produk Makanan adalah 0.802 yaitu dapat dikatan reliabel karena semua nilai indikator lebih besar dari 0,05.
- b) Bahwa nilai Cronbach's Alpa variabel Kepuasan Konsumen adalah 0.629 yaitu dapat dikatan reliabel karena semua nilai indikator lebih besar dari 0,05.

Berdasarkan hasil olah data uji normalitas pada SPSS menunjukan nilai Asymp.Sig. 2 tailed sebesar $0,008 < 0,05$. Dimana hasil tersebut menghasilkan data yang tidak terdistribusi dengan normal karena dapat di lihat dari nilai P-Value yang didapat lebih kecil dari 0,05. Dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov terdapat pendekatan lain selain Asymptotic yaitu pendekatan Exact dan Monte Carlo. Dalam pengujian dengan pendekatan Exact dimana dalam penelitian ini menghasilkan nilai Exact Sig. 2 tailed sebesar $0,197 > 0,05$.

Berdasarkan hasil data di atas menunjukan hasil nilai siginifikansi (Sig.) untuk variabel Kualitas Produk Makanan (X) adalah 0,512. Nilai signifikansi variabel di atas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji Gleser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedasitisitas pada data ini.

Berdasarkan hasil perolehan model persamaan regresi sebagai berikut: diketahui nilai konstanta sebesar 7,096 yang artinya jika tidak ada Kualitas Produk Makanan (X) dianggap 0, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 7,096. Koefisien Regresi variabel Kualitas Produk Makanan (X) sebesar 0,403 artinya apabila nilai Kepuasan Konsumen mendapatkan penambahan 1 satuan, maka nilai Kualitas Produk Makanan Pada Restaurant Hotel Salak Heritage Bogor akan mengalami kenaikan sebesar 0,403, Koefisien regresi ini bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang searah antara Kualitas Produk Makanan dengan Kepuasan Konsumen.

Hasil menunjukkan nilai R yaitu sebesar 0,733 atau dalam bentuk presentase sebesar 73,3% dimana ini memperlihatkan nilai koefisien korelasi menunjukkan bahwa variabel Independent Kualitas Produk Makanan (X) dan variabel Dependen Kepuasan Konsumen adalah kuat dikarenakan mendekati nilai 1. Sedangkan untuk mengetahui besar hubungan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dapat di lihat dari nilai koefisien determinasi R Square yang diperoleh sebesar 0,538. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yaitu Kualitas Produk Makanan (X) mempunyai kontribusi sebesar 53,8% terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS di atas menunjukkan hasil variabel Kualitas Produk Makanan (X) diperoleh dari nilai dengan total $10.674 > 1.660$. Ini berarti variabel Kualitas Produk Makanan (X) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

B. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengujian terhadap hipotesis yang sudah dilaksanakan, maka didapat bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menandakan bahwa Kualitas Produk makanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Restaurant Hotel Salak The Heritage Bogor. Besarnya pengaruh terhadap variabel X dan Y tercantum dihasil Uji Determinasi (R^2) dengan besaran hasil nilai mencapai 0,538. Oleh sebab itu Kualitas Produk Makanan memberikan pengaruh sebesar 53,8% terhadap Kepuasan Konsumen di Restaurant Hotel Salak the Heritage Bogor, adapun sisa 46,2% yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, fasilitas, promosi, kualitas pelayanan, yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen [10][11][12].

Berdasarkan hasil penyebaran Kuesioner, Kualitas Produk Makanan pengaruh yang cukup seimbang di 0,403 di setiap penambahan 1 satuan. Berdasarkan hasil penelitian untuk pengaruh kualitas produk makanan yang memiliki nilai 22% menjawab Kurang Setuju (KS) dengan pertanyaan “Terdapat varian makanan dengan pilihan menu yang banyak atau beragam dan juga menarik perhatian konsumen”. Lalu berdasarkan hasil pernyataan berikutnya yang memiliki nilai yaitu 19% yang menjawab Kurang Setuju (KS) dengan Pertanyaan “Warna pada makanan yang di sajikan terlihat segar, tidak pucat, serasi, dan menarik”. Yang terakhir dengan pernyataan dengan nilai sebesar 20% yang menjawab Kurang Setuju (KS) dengan pernyataan “Tekstur dari makanan yang di sajikan terasa crispy/renyah, dan terasa empuk atau mudah untuk konsumsi (tidak keras)”

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan kuesioner yang telah disebarkan kepada responden ini terdapat hasil analisis data, dimana menunjukkan bahwa Kualitas Makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil nilai R yaitu sebesar 0,733 atau dalam bentuk presentase sebesar 73,3% dimana ini memperlihatkan nilai koefisien korelasi bahwa variabel Independent Kualitas Produk Makanan (X) dan variabel Dependen Kepuasan Konsumen adalah kuat. Dan dari hasil koefisien determinasi berada di 53,8% dari variabel Kualitas Produk Makanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya. Penulis menyarankan untuk memberikan pilihan menu yang bervariasi agar menarik konsumen untuk datang berkunjung, untuk lebih di perhatikan makanan agar yang di sajikan terlihat segar dan menarik konsumen dan penulis juga menyarankan agar tekstur makanan lebih di perhatikan, dan mudah untuk di konsumsi agar tamu merasa puas dengan makanan yang di sajikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. P. Afifah and Y. Abrian, “Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada Coffe Shop V-COFFEE di Kota Padang,” *J. Kaji. PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, vol. 2, no. 2, pp. 143–149, 2021, doi: <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i2.26972>.
- [2] L. Schiffman and L. Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi ketu. Jakarta: PT. Index Gramedia, 2014.
- [3] A. Nisa, L. Nabila, S. Armida, J. P. Ekonomi, F. Ekonomi, and U. N. Padang, “Pengaruh Customer Perceived Value dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention pada Objek Wisata The Great Wall of Koto Gadang,” vol. 3, no. 3, pp. 477–487, 2020.
- [4] A. Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- [5] P. Kotler and G. Amstrong, *Manajemen Pemasaran (Prinsip-prinsip manajemen pemasaran)*, 12th ed. Jakarta, 2012.
- [6] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management, Global Edition (Vol. 15E)*. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556> *Marketing Management*, vol. 15E, no. 4. 2016.
- [7] H. Mappesona, K. Ikhsani, and H. Ali, “Customer Purchase Decision Model , Supply Chain Management and Customer Satisfaction : Product Quality and Promotion Analysis,” *Int. J. Supply Chain Manag.*, vol. 9, no. 1, pp. 592–600, 2020.
- [8] N. A. Rozekhi, S. Hussin, A. Siddik, K. Abd, R. Siddiqe, and P. D. Ab, “The Influence of Food Quality on Customer Satisfaction in Fine Dining Restaurant : Case in Penang,” *Int. Acad. Res. J. Bus. Technol.*, vol. 2, no. 2, pp. 45–50, 2016.
- [9] D. Sugiyono, *Metode penelitian kuatintatif , kualitatif dan R & D / Sugiyono*. 2018.
- [10] A. Wedi and Y. Abrian, “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hannah Hotel Syariah Painan,” *J. Pendidik. Dan Kel.*, vol. 11, no. 1, p. 68, 2019, doi: [10.24036/jpk/vol11-iss1/582](https://doi.org/10.24036/jpk/vol11-iss1/582).
- [11] L. Eva and K. Kasmita, “Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di UNP Hotel & Convention,” *J. Kaji. PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, vol. 2, no. 1, pp. 59–66, 2021, doi: <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i1.26072>.
- [12] I. M. A. Juniantara and T. G. R. Sukawati, “PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN,” *J. Manaj. Unud*, vol. 7, no. 11, pp. 5955–5982, 2018, doi: DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p6>.