

PENGARUH KUALITAS RESTORAN WARUNG POJOK TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL GRAND INNA MEDAN

Yana Diana

Dosen Tetap Politeknik Mandiri Bina Prestasi

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap peningkatan penjualan kamar di Hotel Grand Inna Medan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi manajer hotel dalam menentukan kualitas restoran warung pojok terhadap kepuasan tamu di hotel Grand Inna Medan, serta menggunakan beberapa variabel lainnya dari kualitas restoran. Penelitian ini didasarkan pada penggunaan data semua biaya promosi yang dikeluarkan serta hasil penjualan kamar di Hotel Inna Parapat dalam lima tahun terakhir. Metode penelitian yang digunakan penulis yaitu metodologi deskriptif analisis, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis data agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang akan diteliti sehingga dapat disimpulkan. Adapun untuk pengujian hipotesis, penulis melakukan uji statistik analisis regresi dan korelasi sederhana dengan menggunakan SPSS. Data tersebut kemudian diolah dengan menghitung persentase menggunakan metode regresi sederhana pada program SPSS. Berdasarkan hasil perhitungan *Korelasi Product Mommment* diperoleh nilai r_{xy} sebesar 0,801 menunjukkan bahwa kedua variabel pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat artinya kualitas restoran mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan tamu. Hasil analisis koefisien determinasi atau R Square sebesar 0.64,16 artinya bahwa anggaran biaya promosi mempengaruhi peningkatan volume penjualan sebesar 64,16%, sedangkan sisanya sebesar 35,84% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti. Hasil perhitungan t-test diperoleh t hitung sebesar 12,84 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,9861, dapat dinyatakan bahwa berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan, sehingga hipotesis yang dikemukakan penulis dapat diterima.

Kata Kunci : Promosi, Periklanan, Penjualan Pribadi, Penjualan Promosi, Publisitas dan Tingkat penjualan.

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan dalam bidang pariwisata sekarang ini merupakan sektor yang sangat berpengaruh dalam meningkatnya devisa negara. Industri pariwisata ini bergerak dalam bidang jasa namun pengaruh tersebut dapat dilihat dari beberapa sektor, seperti sosial budaya, ekonomi, politik, dan pendidikan. Selain itu dunia pariwisata telah berubah menjadi suatu kebutuhan kegiatan manusia. Perkembangan pariwisata juga berdampak pada penyediaan makanan dan minuman. Mulailah para pengelola merubah dan mengembangkan restoran yang mereka miliki. Penyajian makanan juga dibenahi agar terlihat indah dan *hygiene*. Tidak lupa juga pengembangan sumber daya manusia misalnya pramusaji agar dapat memberikan pelayanan secara profesional dan berstandar internasional. Disamping itu interior restoran

dibuat sedemikian rupa agar menarik dan membuat para pelanggan merasa nyaman, dan aman. Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil.

Tamu merupakan aspek penting yang mendukung berkembangnya suatu hotel. Jelas bahwa jika tidak ada tamu maka hotel tidak akan berjalan dengan lancar. Hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan tamu, kepuasan tamu yang dimaksud bukan hanya puas tetapi tamu dapat merasakan kepuasan melebihi apa yang diharapkan.

Menurut Endar (1996 : 77) menyatakan bahwa restoran adalah suatu tempat yang identik dengan jajanan meja-meja yang tersusun rapi, dengan kehadiran orang, timbulnya aroma semerbak dari dapur dan

pelayanan pramusaji, berdentingnya bunyi-bunyian kecil karena persentuhan gelas-gelas kaca, porselin, menyebabkan suasana hidup di dalamnya.

Dalam menjalankan usaha restoran, pentingnya juga kualitas pelayanan pramusaji di dalam menjalankan operasional agar tamu yang berkunjung ke restoran tersebut merasa nyaman dan puas akan pelayanan yang diberikan. Disamping itu, kualitas restoran juga ikut memberikan andil di dalam memberikan kepuasan kepada tamu, baik berupa makanan dan minuman yang dijual bervariasi, harga makanan dan minuman yang ekonomis, penataan restoran yang baik dan sesuai dengan konsep agar setiap tamu atau pengunjung merasa betah dan nyaman, serta lokasi restoran yang strategis yang memudahkan tamu atau pengunjung untuk datang dan menikmati setiap fasilitas dan pelayanan yang terdapat di restoran tersebut.

Tamu merupakan aspek penting yang mendukung berkembangnya suatu hotel. Jelas bahwa jika tidak ada tamu maka hotel tidak akan berjalan dengan lancar. Hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan tamu, kepuasan tamu yang dimaksud bukan hanya puas tetapi tamu dapat merasakan kepuasan melebihi apa yang diharapkan.

Menurut Endar (1996 : 77) menyatakan bahwa restoran adalah suatu tempat yang identik dengan jajaran meja-meja yang tersusun rapi, dengan kehadiran orang, timbulnya aroma semerbak dari dapur dan pelayanan pramusaji, berdentingnya bunyi-bunyian kecil karena persentuhan gelas-gelas kaca, porselin, menyebabkan suasana hidup di dalamnya.

Dalam menjalankan usaha restoran, pentingnya juga kualitas pelayanan pramusaji di dalam menjalankan operasional agar tamu yang berkunjung ke restoran tersebut merasa nyaman dan puas akan pelayanan yang diberikan. Disamping itu, kualitas restoran juga ikut memberikan andil di dalam memberikan kepuasan kepada tamu, baik berupa makanan dan minuman yang dijual bervariasi, harga makanan dan minuman yang ekonomis, penataan restoran yang baik dan sesuai dengan konsep agar setiap tamu atau pengunjung merasa betah dan nyaman, serta lokasi restoran yang strategis yang memudahkan tamu atau pengunjung untuk datang dan menikmati setiap fasilitas dan pelayanan yang terdapat di restoran tersebut.

Adapun data tamu di restoran Warung Pojok dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini..

Tabel 1.1. : Jumlah Tamu Restoran Warung Pojok Hotel Grand Inna Medan

NO	BULAN	JUMLAH TAMU (ribu)
1	Januari	1,211
2	Februari	1,196
3	Maret	1,169
4	April	1,163
5	Mei	267
6	Juni	1,509

Sumber. F&B Department 2018.

Dari data diatas dapat dinyatakan bahwa terjadi penurunan tamu pada bulan Februari,Maret,April, terutama di bulan Mei namun, terjadi kenaikan di bulan Juni.

Penulis melihat beberapa masalah yang terjadi padarestoran warung pojok di Hotel Grand Innadimana restoran tersebut tidak memiliki kualitas yang cukup baik, seperti menu *a la carte* yang tidak bervariasi sehingga tamu terkadang bosan dengan menu yang sama setiap waktu, terdapat juga beberapa makanan yang dijual cukup mahal sehingga terkadang menu makanan tersebut kurang diminati, pelayanan pramusaji yang kurang maksimal, lokasi restoran yang cukup jauh dengan dapur, dan lantai restoran yang tidak rata yang adang mengakibatkan pramusaji mengalami kecelakaan kecil ketika melaksanakan operasional sehingga membuat kenyamanan tamu terganggu.

B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana kualitas restoran yang terdapat di Hotel Grand Inna Medan?
3. Bagaimana kepuasan tamu di restoran pada Hotel Grand Inna Medan?
4. Bagaimana pengaruh kualitas restoran terhadap kepuasan tamu pada 1. Hotel Grand Inna Medan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas restoran pada hotel Grand Inna Medan.
2. Untuk mengetahui kepuasan tamu di restoran pada hotel Grand Inna Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas restoran terhadap kepuasan tamu di restoran pada hotel Grand Inna Medan.

2. LANDASAN TEORI

A. Kualitas Restoran

Menurut Tjiptono (Istiqo 2017:74) pengertian Kualitas Pelayanan Kualitas

merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Menurut Sihite (Wahyu 2015: 2) menyatakan bahwa restoran adalah suatu tempat dimana seseorang yang datang menjadi tamu yang akan mendapatkan pelayanan untuk menikmati makanan, baik pagi, siang, ataupun malam sesuai dengan jam bukanya dan oleh tamu yang menikmati hidangan itu harus membayar sesuai dengan harga yang ditentukan sesuai daftar yang disediakan di restoran.

Menurut Endar (1996: 83), sebuah restoran yang baik harus memiliki fasilitas standar yang diperlukan dalam operasional sebuah restoran. Fasilitas – fasilitas tersebut meliputi, antara lain

1. Ruangan

Ruangan yang biasanya disediakan antara lain : ruangan makan (*dinning room*), ruangan gudang (*store room*), ruangan penerimaan barang (*receiving area*), ruangan kantor (*office space*), ruangan pertunjukkan (*dance floor/show stage*), ruangan dapur (*kitchen area*) dan ruangan toilet.

2. Furniture

Barang – barang yang berupa *furniture*, antara lain : *Guest table* (meja tamu), *Guest chair* (kursi tamu), *Side board/side stand* (lemari bantu untuk menyimpan alat saji dan alat makan), *Cashier counter*, *Bar counter*

3. Dekorasi

Untuk mendekorasi sebuah restoran diperlukan suasana yang diinginkan dari restoran tersebut. Restoran di dalam hotel ada yang sifatnya resmi (formal) atau tidak formal. Sebagai contoh untuk *exclusive dinning room* tersebut. Sedangkan untuk yang tidak formal hotel biasanya mendekorasi *coffee shop* dalam suasana santai, hangat, nyaman dan menyenangkan. Untuk sebuah *coffee shop* beroperasi selama 24 jam nonstop.

Adapun persyaratan restoran menurut Endar (1996:81) antara lain :

1. Jumlah tempat duduk sebanding dengan luasan restoran dengan ketentuan 1.5 m² per tempat duduk.
2. Tinggi restoran tidak boleh lebih rendah dari 2.60 m.
3. Letak restoran berhubungan langsung dengan dapur (induk/tambahan) dilengkapi dengan pintu untuk masuk dan keluar yang berbeda atau dipisahkan (satu arah).
4. Tata udara diatur dengan atau tanpa alat pengatur udara.
5. Restoran letaknya harus berdampingan dengan toilet umum yang terpisah untuk pria dan wanita (WC, urinior, dan kamar mandi).
6. Sebagai dekorasi dinding dapat juga digunakan dinding *wallpaper* dengan motif dan warna yang bervariasi, sebaiknya menggunakan warna yang tenang dan lembut agar dapat memberikan kesan indah, anggun, bersih, dan leluasa.
7. Lantai dapat berperan sebagai pengatur sirkulasi dan menyerap bunyi.

Faktor-faktor yang menjadi tolak ukur tingginya kualitas sebuah restoran yaitu antara lain :

1. Produk

Menurut Heryanto (2015: 4) produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh produsen pada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Produk bisa berbentuk barang atau jasa. Perlu ditekankan juga bahwa konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan, akan tetapi juga bertujuan memuaskan keinginan. Tjiptono (Heryanto 2015: 4), menyatakan bahwa atribut produk adalah unsur – unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan, pelayanan dan sebagainya.

Menurut Kotler dan Armstrong (Heryanto 2015: 4), menyatakan bahwa atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa suatu produk memiliki atribut atau dimensi berikut : merk produk, kemasan produk, label produk dan kualitas produk. Keempat atribut atau dimensi produk tersebut memberi pengaruh besar terhadap reaksi pengambilan keputusan bagi pelanggan.

Menurut Keller (Gunawan 2014: 4) produk merupakan segala sesuatu yang dapat

ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi dipasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Nilai sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut.

2. Harga

Menurut Heryanto (2015: 4) harga merupakan unsur yang berbeda dengan unsur yang lainnya dalam bauran pemasaran. Bila unsur yang lain dalam pemasaran (yaitu produk, tempat, dan promosi) sifatnya adalah pengeluaran, maka harga merupakan unsur yang memiliki sifat menghasilkan atau mendapatkan pemasukan. Buchari (Heryanto 2015: 4) menyatakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Philip (Heryanto 2015: 5), menyatakan bahwa harga dalam arti sempit merupakan jumlah yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, sedangkan dalam arti luas adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Menurut definisi diatas, kebijakan mengenai harga sifatnya hanya sementara, berarti produsen harus mengikuti perkembangan harga di pasar dan harus mengetahui posisi perusahaan dalam situasi pasar secara keseluruhan.

Dalam hal ini Schiffman (Gunawan 2014:4) menyatakan bahwa penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran karena harga menentukan pendapatan dari suatu bisnis. Strategi penentuan harga dalam suatu perusahaan dapat menggunakan penentuan tarif pada saat permintaan tinggi dan tarif diskon pada saat permintaan turun.

3. Lokasi

Lokasi dalam industri jasa dapat diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan, yang paling penting dari lokasi adalah tipe-tipe interaksi yang terlibat. Lokasi sangat berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk berkunjung dan berbelanja, sehingga seorang pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi strategis yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen Sumarwan (Gunawan 2014: 4).

4. Pelayanan

Saat ini setiap perusahaan dituntut untuk senantiasa meningkatkan pelayanan

profesional sesuai dengan bidang pelayanan masing – masing. Peranan pelayanan publik dalam setiap organisasi membawa dampak positif baik bagi perusahaan maupun masyarakat sehingga pelayanan tersebut dapat mempengaruhi suatu kualitas pelayanan yang baik, khususnya di bidang pelayanan restoran di Hotel. Pelayanan yang baik merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu atau konsumen demi tercapainya kepuasan tamu. Tamu atau pelanggan selalu ingin dilayani sebagai raja, oleh karena itu melayani seorang tamu atau konsumen dengan baik adalah suatu keharusan yang harus diterapkan supaya tamu merasa puas dan menjadi pelanggan setia ke hotel tersebut.

Selain itu pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, dan juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Kotler (Ai 2016: 2) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan juga pelayanan yang dihasilkan suatu perusahaan.

Menurut Tjiptono (Ai 2016: 2), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Disamping itu Tjiptono (Ai 2016 : 2) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya, yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.

5. Promosi

Pada hakekatnya menurut Buchari (Gunawan 2014: 4), promosi suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

6. Orang

Menurut Zeithaml (Gunawan 2014: 4), orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat

mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemennya adalah pegawai perusahaan, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa.

7. Sarana Fisik

Menurut Bitner (Gunawan 2014: 4), berpendapat bahwa sarana fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur – unsur yang termasuk di dalam sarana fisik antara lain : lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan seperti tiket, sampul, label, dan lainnya.

8. Proses

Menurut Zeithaml (Gunawan 2014: 4), mengungkapkan bahwa proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

3. METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Subjek Penelitian

Menurut Supranto (Aziz, 2011:1) obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti

Sesuatu yang sangat penting kedudukannya dalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian itu dapat berupa benda, hal, atau orang. Dengan demikian subjek penelitian pada umumnya manusia atau apa saja yang menjadi urusan manusia.

Subjek penelitian atau disebut juga responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian atau seseorang/sesuatu mengenai yang mengenainya ingin diperoleh keterangan. Oleh sebab itu maka subjek dalam penelitian ini adalah para tamu/pelanggan yang datang ke Warung Pojok pada Hotel Grand Inna Medan.

Objek Penelitian

Menurut Supranto (N 2011:1) menyatakan bahwa objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Objek penelitian penulis yaitu Kualitas Restoran dan Kepuasan Tamu di Warung Pojok Restoran.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Penulis mengadakan penelitian pada Hotel Grand Inna Medan yang berlokasi di Jln. Balaikota 2 Medan, 201111 Sumatera Utara, Indonesia. Nomor telepon : (62-61)4157744, fax : (62-61)4144477. Email : indharmdaeli@gmail.com.

Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan penulis berlangsung mulai dari tanggal 14 Mei – 14 Juli 2018.

C. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode Penelitian

Dalam menyusun Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode deskriptif analisis yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mencari suatu pemecahan dalam suatu masalah yang diteliti. Kemudian menganalisisnya berdasarkan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dan sumber buku.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Teknik pengumpulan data observasi cocok digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam. Metode ini juga tepat dilakukan pada responden yang kuantitasnya tidak terlalu besar.

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Selain itu

kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Berdasarkan bentuk pertanyaannya, kuesioner dapat dikategorikan dalam dua jenis, yakni kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang memberikan kebebasan kepada objek penelitian untuk menjawab. Sementara itu, kuesioner tertutup adalah kuesioner yang telah menyediakan pilihan jawaban

Studi pustaka merupakan penelitian yang mempunyai sifat kepustakaan dengan mempelajari sebagian teori-teori sebagai dasar teoritis.

Dokumentasi adalah cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang dilihat langsung atau mengumpulkan dokumen-dokumen untuk bukti yang akurat yang berkaitan dengan penelitian.

D. Teknik Analisis Data

Kerangka Penelitian

Tabel 2.1 Kerangka Penelitian

NO	Defenisi Variabel	Indikator
X	Kualitas Restoran	1. Harga
		2. Produk
		3. Pelayanan
		4. Sarana Fisik
		5. Proses
Y	Kepuasan Tamu	1. Fungsional
		2. Psikologikal

Sumber : Data sekunder (2018)

Hipotesis

Hipotesis tidak lain dari jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau yang ingin kita pelajari. Hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks.

Hipotesis adalah pernyataan yang bersifat terkaan dari hubungan antara dua atau lebih variabel. Fungsi hipotesis adalah untuk memberi suatu pernyataan terkaan tentang hubungan tentatif antara fenomena-fenomena dalam penelitian. Kemudian hubungan tentatif ini akan diuji validitasnya menurut teknik-teknik yang sesuai untuk keperluan pengujian.

Hipotesis ini bertujuan untuk menentukan apakah :

H_0 = Kualitas restoran tidak berpengaruh terhadap kepuasan tamu, dan

H_1 = Kualitas Restoran sangat berpengaruh terhadap kepuasan tamu.

Metode Deskriptif

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau pun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. "Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Skala likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden (Alma, 2004:87), seperti : Sangat Sangat Setuju (SSS) = 5, Sangat Setuju (SS) = 4, Setuju (S) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Pengujian Validitas Instrumen

Berkaitan dengan pengujian instrumen menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Jika instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid sehingga valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Untuk menguji validitas konstruksi (*construct validity*), dapat digunakan pendapat dari ahli (*judgement experts*). Setelah instrumen dikonstruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur dengan berdasarkan teori tertentu, maka selanjutnya dikonstruksikan dengan para ahli dengan cara dimintai pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun. Pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkolerasikan antara skor item instrumen dengan rumus *Pearson Product Moment* adalah:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

r_{hitung} = Koefisien kolerasi

$\sum Xi$ = Jumlah skor item

$\sum Yi$ = Jumlah skor total (seluruh item)

n = Jumlah responden dengan

Selanjutnya dihitung dengan Uji-t dengan

$$\text{rumus : } t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t = Nilai t hitung

r = koefisien kolerasi hasil r_{hitung}

n = Jumlah responden.

Distribusi (Tabel t) untuk $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$)

Kaidah keputusan : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid sebaliknya $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak valid

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks

Kolerasinya (r) sebagai berikut:

Antara 0,800 sampai dengan 1,000 : sangat tinggi

Antara 0,600 samapai dengan 0,799 : tinggi

Antara 0,400 sampai dengan 0,599 : cukup tinggi

Antara 0,200 sampai dengan 0,399 : rendah

Antara 0,000 sampai dengan 0,199 : sangat rendah (tidak valid)

Uji T

Dalam statistika di kenal namanya tabel distribusi normal. Tabel t digunakan untuk membantu kita menentukan hipotesis. Hal ini dilakukan dengan cara perbandingan antara statistik hitung dengan statistik uji.

Koefisien determinasi

Koefisien adalah ukuran yang menunjukkan berapa banyak variasi dalam data dapat dijelaskan oleh model regresi yang dibangun.

F. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasi penelitian adalah seluruh individu yang akan dikenai secara generalisasi dari sampel yang diambil dalam suatu penelitian. Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek penelitian yang mempunyai syarat-syarat tertentu atau satuan analisis.

Berdasarkan pengertian populasi diatas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang menjadi kuantitas yang digunakan dalam penelitian.

b. Sampel

Sampel adalah contoh atau sebagian individu yang diteliti, karena jumlah populasi penelitian yang besar dan tidak dapat diteliti seluruhnya". Teknik penarikan sampel yang digunakan penulis adalah *purposive sampling* dimana penelitian ini tidak dilakukan pada seluruh populasi, tapi terfokus pada target. "*Purposive samling* artinya bahwa penentuan sampel mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap objek yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Penulis mengambil sample dengan menggunakan metode Slovin untuk jumlah yang berkunjung ke Hotel Grand Inna Medan. Penulis menerima data langsung dari *Food& Beverage Manager* bahwa tamu yang makan di Warung Pojok untuk menu *ala carte* pada bulan Juli yaitu sebanyak 1.509 orang . Oleh karena itu penulis menggunakan metode Slovin untuk menentukan jumlah sampel. Setelah jumlah sampel ditentukan maka penulis akan mengajukan pernyataan dalam bentuk angket kepada tamu sesuai dengan jumlah sampel. Adapun metode Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan (Buchari, 2004:65,87-88,97-98)

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.509}{1.509 \cdot (0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{1.509}{0,1509 + 1} \\ &= \frac{1.509}{1,1509} \\ &= 16,09 \end{aligned}$$

$$N = 1.509 : 16,09$$

$$= 94$$

4. PEMBAHASAN

A. Kualitas Restoran

Hasil analisis secara keseluruhan tentang Kualitas Restoran di Warung Pojok Pada Hotel Grand Inna Medan

No.	SSS		SS		S		TS		STS	
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%
1.	-	0%	0	0%	3	3,19	59	62,76	31	37,72
2.	-	0%	0	0%	20	21,27	28	29,78	46	48,93
3.	-	0%	0	0%	16	17,02	42	44,68	36	38,29
4.	-	0%	0	0%	13	13,82	36	38,29	45	47,87
5.	0	0%	0	0%	23	24,46	34	36,17	37	39,36

6.	0	0%	0	0%	14	14,89	38	40,42	41	43,61%
7.	1	1,06	0	0%	15	15,95	39	41,48	39	41,48%
8.	0	0%	0	0%	15	15,95	37		42	44,68%
9	0	0%	1	1,06	6	6,38%	47	50%	40	42,55%
10	1	1,06	5	5,31	18	19,14	35	37,23	33	35,10%
Total		0,21		0,63		15,20		42,01		41,95%

SSS= Sangat Sangat Setuju SS= Sangat Setuju
S= Setuju TS= Tidak Setuju
STS=Sangat Tidak Setuju
Sumber : Data olahan (2018)

Berdasarkan hasil analisis dari tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa dari 94 tamu, yang menyatakan sangat sangat setuju terhadap Kualitas Restoran yang terdapat di Warung Pojok sebanyak 2,12%, yang menyatakan sangat setuju terhadap Kualitas Restoran yang terdapat di Warung Pojok Restoran sebanyak 6,37%, yang menyatakan setuju terhadap Kualitas Restoran di Warung Pojok Restoran sebanyak 15,20%, dan yang menyatakan tidak setuju terhadap Kualitas Restoran di Warung Pojok Restoran sebanyak 42,07%, sedangkan yang menyatakan sangat tidak setuju terhadap Kualitas Restoran di Warung Pojok Restoran sebanyak 43,67% ,

B. Kepuasan Tamu

Hasil Analisis Secara Keseluruhan Tentang Kepuasan Tamu di Warung Pojok Pada Hotel Grand Inna Medan

No.	SSS		SS		S		TS		STS	
	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%
1.	-	0%	1	1,06%	36	38,29%	45	47,87%	12	12,76%
2.	-	0%	4	4,25%	31	36,86%	36	38,29%	23	24,46%
3.	-	0%	7	7,44%	23	24,46%	41	43,61%	23	24,46%
4.	-	0%	9	9,57%	30	35,80%	36	38,29%	19	20,21%
5.	-	0%	7	7,44%	22	23,40%	31	32,97%	33	35,10%
6.	-	0%	5	5,31%	23	24,46%	35	37,23%	30	30,91%
7.	-	0%	6	6,38%	27	28,72%	30	31,91%	30	31,91%
8.	-	0%	5	5,31%	25	26,59%	34	36,17%	29	30,85%
9	-	0%	3	3,19%	25	26,59%	31	32,97%	34	36,17%
10	2	2,12%	17	18,08%	28	29,78%	27	28,72%	19	20,21%
Total		0,21%		6,80%		29,49%		36,80%		26,70%

Sangat Sangat Setuju SS= Sangat Setuju
S= Setuju TS= Tidak Setuju
STS=Sangat Tidak Setuju

Sumber : Data olahan (2018)

Berdasarkan hasil analisis dari tabel 4.26 diatas dapat dilihat bahwa dari 94 responden, tanggapan tamu terhadap kepuasan tamu yang menyatakan sangat sangat setuju sebanyak 2,12%, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 6,03%, yang menyatakan setuju sebanyak 28,71%, yang menyatakan tidak setuju terhadap kepuasan tamu sebanyak 38,80%, sedangkan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 26,70%. Berdasarkan hasil keseluruhan tanggapan tamu terhadap kepuasan tamu diatas dapat disimpulkan bahwa hampir sebagian besar tamu menyatakan mereka tidakmerasapuas.

C. Pengaruh Kualitas Restoran Terhadap Kepuasan Tamu

Hasil kuesioner kualitas restoran dan kepuasan tamu, selanjutnya akan dibandingkan dengan cara menggabungkan total skor kualitas restoran (X) dan total skor kepuasan tamu (Y).

$$r_{hitungxy} = \frac{94.(36155) - (1657).(2037)}{\sqrt{[94.(29481) - (1657)^2].[58.(44493) - (2037)^2]}}$$

$$r_{hitung xy} = 0,801$$

Untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara Kualitas Restoran pada Hotel Grand Inna Medan dan Kepuasan Tamu yang datang digunakan kategori penilaian kolerasi menurut Sutrisna Hadi (Rina, 2001:116) sebagai berikut:

Kolerasi sangat lemah : 0,00-0,20

Kolerasi lemah : 0.21-0,40

Kolerasi sedang : 0,41-0,60

Kolerasi kuat : 0,61-0,80

Kolerasi sangat kuat : 0.81-1,00

Berdasarkan hasil perhitungan kolerasi *product moment* diperoleh nilai r_{xy} sebesar 0,801 menunjukkan bahwa kedua variabel pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan kolerasi sangat kuat yang artinya kualitas restoran di Warung Pojok pada Hotel Grand Inna Medan mempunyai hubungan sangat kuat terhadap kepuasan tamu.

Untuk menguji hipotesis nilar t-hitung dibandingkan dengan t-tabel, dimana t hitung lebih besar dari t table maka dipakai rumus sebagai berikut

$$t_{hitung xy} = t_{hitung} = \frac{0,801\sqrt{94-2}}{\sqrt{1-(0,801)^2}} = 12,84$$

diperoleh t_{hitung} sebesar 12,84, sedangkan t_{tabel} diperoleh sebesar 1,9861, artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka dapat diambil kesimpulan kualitas rerstoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Sehingga dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selanjutnya untuk mengetahui bahwa pengaruh kualitas restoran terhadap kepuasan tamu digunakan Koefisien Determinan dengan perhitungan sebagai berikut :

$$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,801)^2 \times 100\%$$

$$= 64,16 \%$$

Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinan diatas diperoleh $KD = 64,16\%$, hal ini menunjukkan bahwa kualitas restoran memberikan pengaruh sebesar 64,16% terhadap kepuasan tamu dan sisanya 35,84% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Warung Pojok Pada Hotel Grand Inna Medan dapat diterima. Hal ini akan berdampak pada peningkatan kualitas restoran terhadap kepuasan tamu. Jika kualitas restoran bagus dan memiliki tingkat kualitas yang tinggi maka kepuasan tamu akan terpenuhi dan tamu akan puas dengan kualitas yang dimiliki restoran tersebut. Disamping itu, dengan meningkatnya kualitas restoran maka tamu akan lebih loyal terhadap restoran tersebut, karena didasari dengan kualitas yang dimiliki oleh restoran tersebut, baik dari segi produk, harga, pelayanan, fasilitas, dan juga lokasi dari restoran tersebut yang mampu memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada tamu.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan *Korelasi Product Moment* diperoleh nilai r_{xy} atau sebesar 0,801 menunjukkan bahwa kedua variabel pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat antara kualitas restoran terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan perhitungan uji t yaitu sebesar 1.9861 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka dapat diambil kesimpulan kualitas rerstoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Sehingga dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan perhitungan Koefisien

Determinan diperoleh koefisien determinan sebesar 64,16%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas restoran memberikan pengaruh sebesar 66,16% terhadap kepuasan tamu dan sisanya sebesar 33,84% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Maka dapat diambil kesimpulan kualitas restoran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ai, Yuliati 2016. *Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. Jurnal Manajemen Performance page 25. Vol. 11. No.2. September 2016
- Kiron, Bahrul. 2015 *Menjalin Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung : Pustaka Reka Cipta
- Gunawan, Ayumi. 2015. *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Happy Cowsteak Bogor Jawa Barat*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Performance page 5-20. Vol. 4. No. 5. Januari 2015
- Heryanto, Imam. 2015. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship performance page 80-101. Vol .9.No.2. Oktober 2015
- Istiqo, Catur. 2017. *Pengaruh kualitas Pelayanan, Harga dan Faktor Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel The Sun Sidoarjo*. Jurnal Bisnis Indonesia. Performance page 74. Vol. 8. No. 1. April 2017
- Mandasari, Vina. 2011. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining : Studi kasus XYZ*. Jurnal Generic, performance page 2-4. Vol 6. No.2. Januari 2011
- Manguwerdoyo, Sudiarto. 1999. *Pengantar Industri Akomodasi dan Restoran*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Marsum, WA. 2017. *Restoran dan Segala permasalahannya*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Pradiva, Gede. 2015 *Kualitas Pelayanan Bagi Wisatawan Berkebutuhan Khusus (Disabilitas) di Hotel Berbintang Lima (studi Hotel Berbintang Lima di kota Denpasar Propinsi Bali)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Performance page 64. Vol. 28. No. 1. November 2015
- Sugiarto, Endar dan Surlatiningrum. 1996. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- _____. 1996. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Wahyu, Debby. 2015. *Perancangan Interior Caffee dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya*. Jurnal Intra Performance page 2-10. Vol.3. No.2. Januari 2015