

**THE INFLUENCE OF MENU VARIATIONS AND SERVICE QUALITY ON GUEST SATISFACTION AT HOTEL VICTORY KEFAMENANU**

**PENGARUH VARIASI MENU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL VICTORY KEFAMENANU**

Fredrikus Timo

[fredrikustimo@unimor.ac.id](mailto:fredrikustimo@unimor.ac.id)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor

**Abstract.**

*The Food and Beverage Service Department is one of the hotel organizations that plays an important role for the smooth running of the hotel business. The largest percentage of sales in hotels is room sales, while sales from the Food and Beverage Service Department are the second largest in hotel revenue. The Food and Beverage Service Department is in charge of serving food to guests according to orders. The variety of food or menu is one of the important factors in providing orders. The purpose of this study was to identify and analyze the effect of menu variations and service quality on guest satisfaction at Hotel Victory Kefamenanu. The population in this study are guests at Hotel Victory Kefamenanu and the number of samples taken is 31 respondents. The sampling technique in this study used non-probability sampling with accidental and purposive sampling techniques. The analytical method used is descriptive analysis, correlation test, determination, multiple linear regression. The results of this study are menu variations and service quality have a significant effect on guest satisfaction at Hotel Victory Kefamenanu. Menu variation is a variable that has a dominant influence on guest satisfaction at Hotel Victory Kefamenanu.*

**Keywords:** *Guest Satisfaction; Service Quality; Menu Variations*

**Abstrak.**

*Food and Beverage Service Departmen merupakan salah satu organisasi hotel yang memegang peranan penting untuk kelancaran bisnis hotel tersebut. Persentase penjualan terbesar di hotel adalah penjualan kamar, sedangkan penjualan dari Food and Beverage Service Departmen menjadi peringkat kedua terbesar dalam pendapatan hotel. Food and Beverage Service Departmen bertugas menghadirkan makanan kepada tamu sesuai dengan pesanan. Variasi makanan atau menu merupakan salah satu faktor penting dalam menyediakan pesanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu Hotel Victory Kefamenanu. Populasi dalam penelitian ini yaitu tamu di Hotel Victory Kefamenanu dan jumlah sampel yang diambil adalah 31 orang responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan teknik accidental dan purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji korelasi, determinasi, regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah variasi menu dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Hotel Victory Kefamenanu. Variasi menu merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan tamu Hotel Victory Kefamenanu.*

**Kata Kunci:** *Kepuasan Tamu, Kualitas Pelayanan, Variasi Menu*

**PENDAHULUAN**

Dunia informasi dan teknologi selalu berubah sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga meningkatkan persaingan antara satu hotel dengan yang lainnya. Persaingan dan perubahan yang cepat menuntut adanya terobosan yang inovatif, sehingga untuk bisa bersaing dan tetap bertahan maka sebuah hotel harus adaptif dan lebih fleksibel mengikuti perkembangan zaman tersebut.

Kepuasan tamu merupakan barometer utama dalam keberhasilan suatu bisnis yang dilihat dari mampu bersaing dan bertahannya sebuah hotel ditengah maraknya hotel-hotel baru yang bermunculan. Ada banyak hal yang dapat digunakan untuk mencapai kepuasan

pelanggan seperti, fasilitas kamar yang lengkap, pelayanan yang prima dan restoran yang menyajikan makanan berkelas. Pelayanan dan makanan yang nikmat di restoran menjadi salah satu faktor yang kadang membuat tamu kembali menginap atau bahkan sekedar makan.

*Food and Beverage Service Departmen* merupakan salah satu organisasi hotel yang memegang peranan penting untuk kelancaran bisnis hotel tersebut. Persentase penjualan terbesar di hotel adalah penjualan kamar, sedangkan penjualan dari *Food and Beverage Service Departmen* menjadi peringkat kedua terbesar dalam pendapatan hotel. Ismoyo, (2017). *Food and Beverage Service Departmen* bertugas menghadirkan makanan kepada tamu sesuai dengan pesanan. Variasi makanan atau menu merupakan salah satu faktor penting dalam menyediakan pesanan. Menu adalah daftar makanan yang memiliki sebuah nama, bahan-bahan yang terdapat di dalamnya dan memiliki harga yang berbeda pada tiap-tiap makanan yang disediakan untuk tamu. Menu makanan harus memiliki detail kondimen atau bahan yang terdapat didalamnya agar tamu mengetahui bahan apa saja yang terdapat didalamnya.

Hotel Victory Kefamenanu menyediakan berbagai variasi menu seperti nasi goreng, sosis bumbu, ayam kecap, ayam kari, sambal goreng, daging sapi, perkedel kentang, dadar jagung, *snack* pagi dan lain-lain, sehingga tamu tidak merasa bosan dengan satu jenis menu saja tetapi memiliki banyak pilihan. Selain itu, menyediakan fasilitas yang mendukung seperti kamar mandi yang bersih dan kamar tidur yang rapih serta fasilitas- fasilitas lain yang tentunya akan membuat para tamu merasa nyaman ketika menginap di hotel Viktory Kefamenanu.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu Hotel Viktory Kefamenanu.

#### **Variasi Menu**

Menu merupakan daftar makanan dan minuman yang tertera harga dalam masing-masing makanan dan minuman yang ditampilkan melalui kartu, kertas atau media lain untuk menarik dan memudahkan pelanggan. Menurut Stenly (2016) menu berarti makanan yang tersedia untuk pelanggan (*customer*) yang dapat mereka pilih dan nikmati. Sedangkan menurut Darmaatmadja (2011) variasi menu makanan dan minuman adalah menu yang cocok disajikan dan menjadi kebutuhan pelanggan.

Tugas dari sebuah pemasaran sebenarnya bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk suatu produk, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan, sehingga diharapkan dengan penyajian menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para konsumen yang memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan bentuk atau rasa.

Menu memiliki fungsi dasar yaitu untuk memutuskan kebutuhan yang akan disajikan untuk operasi usaha dan alat koordinasi untuk mencapai tujuan manajemen. Menu dapat dikatakan baik bila banyak diminati oleh konsumen dan berhasil mencapai mutu yang diharapkan secara efektif dan obyektif dalam biaya. Terdapat beberapa prioritas dalam menyusun menu, yaitu

- a. Kepentingan konsumen, yakni mengikuti keinginan dan kebutuhan konsumen. Misalnya memberikan pelayanan yang baik
- b. Mutu dari makanan, mengenai hal ini yang perlu diperhatikan adalah konsistensi, aroma atau rasanya, potongan dan bentuk, serta penampilan
- c. Ketersediaan makanan

Menu juga memiliki beberapa struktur menu yaitu *cold appetizer* (hidangan pembuka yang bersifat dingin), *hot appetizer* (hidangan pembuka yang bersifat panas), *soup*, *fish* (hidangan dari ikan), *vegetable* (hidangan sayuran), *main course* (hidangan utama), *sweet dish*

(hidangan manis), *savory* (hidangan asin dan gurih), *dessert* (hidangan penutup). Selain memiliki struktur, menu juga memiliki beberapa jenis yaitu:

1. Berdasarkan cara penyajian jenis menu dikelompokkan sebagai berikut:
  - a. *A La Carte* yaitu setiap makanan atau minuman dilengkapi dengan harga persatuan atau tidak dalam paket, hidangan ini akan diolah ketika sudah ada order yang masuk.
  - b. *Table D'hote* penyajian makanan ini sudah dalam satu paket atau set menu dengan satu harga dalam satu paket, hidangan ini tidak dapat dipilih salah satu ketika order karena harga satu set sudah diatur dan dihitung sedemikian rupa.
  - c. *Buffet Style* atau prasmanan biasanya sudah dalam pesanan skala besar untuk jumlah tamu yang banyak, jadi tamu mengambil makanannya sendiri di meja yang sudah ditata dengan berbagai makanan yang telah diolah oleh dapur biasanya sebelum acara jamuan makan dimulai.
2. Menu berdasarkan waktu, yaitu:
  - a. Hidangan makan pagi atau *breakfast* adalah sajian makanan yang disediakan hotel untuk tamu sarapan yang dimulai sekitar pukul enam pagi sampai sepuluh pagi dengan susunan menu yang beraneka ragam sesuai dengan rotasi menu yang dibuat oleh pihak dapur.
  - b. Hidangan makan siang atau *lunch* adalah susunan menu yang terdiri dari *appetizer*, *soup*, *main course*, *dessert* yang disajikan pada pukul sebelas siang sampai pukul tiga sore.
  - c. Hidangan makan malam atau *dinner* adalah makanan disajikan pada pukul tujuh malam sampai delapan malam yang susunan menunya sama seperti *lunch*.
  - d. Hidangan tengah malam atau *supper* adalah makanan yang disajikan kepada tamu antara pukul sebelas malam sampai pukul dua dini hari.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ismoyo (2017) menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variasi menu terhadap kepuasan tamu. Dengan demikian baik variasi menu yang diberikan restoran kepada tamu yang memiliki buffet menu maka semakin tinggi kepuasan tamu. Variasi menu yang semakin baik akan membuat tamu tidak menyesal telah memilih menu buffet, karena banyaknya pilihan makanan yang disajikan. Semakin baik variasi menu yang disajikan akan menjadikan tamu yang loyal.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Astuti *et al.* (2019) menunjukkan bahwa variasi menu dan cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti variasi menu dan cita rasa yang tinggi cenderung akan memberikan kepuasan bagi konsumen.

### ***Kualitas Pelayanan***

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik bagi penyedia jasa (Supranto, 2006). Sedangkan menurut Evans dan Lindsay (2000) kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Adapun beberapa indikator kualitas pelayanan yaitu:

- a. *Tangible* (Bukti Langsung)  
*Tangible* merupakan kualitas pelayanan yang berbentuk fisik seperti ruang tunggu, tempat informasi, perlengkapan dan personil (Zeithaml, 2000)
- b. *Reliability* (Kehandalan)  
*Reliability* merupakan kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat dan tidak pilih kasih (Zeithaml, 2000)
- c. *Responsiveness* (Ketanggapan)  
*Responsiveness* merupakan kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan yang menyenangkan serta tanggap terhadap keinginan konsumen (Zeithaml, 2000)
- d. *Assurance* (Jaminan)

*Assurance* berarti memberikan jaminan kepada pelanggan atas suatu permintaannya dan memberikan rasa nyaman, aman, tenang dan dapat meredakan emosi pelanggan dengan cara bijak karena waktu yang diharapkan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. *Assurance* juga dapat diartikan sebagai jaminan ganti rugi atau permintaan maaf terhadap ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu produk yang telah dibeli.

e. *Emphaty* (Empati)

*Emphaty* yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi (Rangkuti, 2002)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fikri *et al.* (2016) menunjukkan kualitas pelayanan yang meliputi *tangible* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan) dan *emphaty* (empati) secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang. Sedangkan hasil penelitian Nilasari dan Istiatin (2015) menunjukkan terdapat pengaruh simultan (secara bersama-sama) antara kualitas pelayanan yang mencakup *tangible* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), dan *emphaty* (empati) terhadap kepuasan konsumen Dealer PT.Ramayana Motor Sukoharjo.

**Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Kotler, (2001). Tse dan Wilton (2000) juga menyatakan kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap respons ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Ada beberapa tipe atau jenis perasaan puas pelanggan (Tjiptono, 2015), yaitu:

1. *Demanding Customer Satisfaction*

Pada tipe ini konsumen memiliki kepuasan yang sesuai dengan keinginannya dan terpenuhi kebutuhannya dan mengekspresikan kepuasan dengan aktif yaitu berupa pujian kepada industri dan menjadi pelanggan yang akan membeli, memesan dan memakai jasa sebuah industri secara terus-menerus karena ada sebuah keuntungan yang didapat yaitu kepuasan dan kesesuaian dengan permintaan. Pada tipe ini juga apabila konsumen dikecewakan dan permintaan tidak sesuai biasanya maka konsumen atau pelanggan tidak akan sungkan untuk menegur dan komplain dengan hasil yang didapat.

2. *Stable Customer Satisfaction*

Pelanggan tipe ini adalah pelanggan yang menuntut konsistensi industri untuk memberikan sebuah produk yang tetap memiliki kualitas seperti di awal. Komunikasi antara industri dan konsumen tipe ini adalah sebatas relasi jual beli, pada tipe ini juga apabila pelanggan sudah mereka tidak cocok maka akan perlahan-lahan mundur dari relasi tersebut karena tipe ini adalah tipe yang kurang suka terlalu aktif berelasi dengan memberi masukan dan saran kepada sebuah industri karena seharusnya konsistensi produk sepenuhnya menjadi tanggung jawab perusahaan.

3. *Resigned Customer Satisfaction*

Konsumen tipe ini adalah yang paling realistis karena memahami tentang keterbatasan sumber daya ataupun kondisi dirinya, maka dari itu kepuasannya diukur oleh sebuah produk yang telah jadi dan diterima dengan baik sesuai kebutuhan tetapi terkadang tidak sesuai keinginan. Tipe ini biasanya adalah konsumen yang hanya memiliki *budget* terbatas sehingga tidak realistis jika menuntut lebih, intinya adalah mereka dapat menikmati sebuah produk sesuai dengan finansial mereka.

4. *Stable Customer Dissatisfaction*

Konsumen tipe ini adalah konsumen yang tidak puas terhadap suatu hal tetapi tidak melakukan suatu kritik dan masukan. Mereka adalah tipe yang sangat cuek, biasanya tipe

seperti ini memiliki karakter yang cuek dan cenderung membiarkan sebuah relasi berjalan sendiri-sendiri tanpa komunikasi yang baik, akan tetapi tipe ini juga pasrah akan hasil yang didapat walaupun tidak sesuai keinginan karena tidak mau terlalu memusingkan hal-hal yang sangat minim kerugiannya.

5. *Demanding Dissatisfaction*

Pada tipe ini adalah tipe yang aktif menuntut apabila keinginan tidak terpenuhi dengan baik, kebutuhan dan keinginan harus terpenuhi dengan baik. Apabila keinginan dan kebutuhan tidak terealisasi maka emosi yang dikeluarkan akan meluap-luap dan menimbulkan protes yang berujung pada pemutusan hubungan antara konsumen dan perusahaan. Pada intinya tipe ini menuntut kualitas dan kesempurnaan suatu produk dikarenakan beberapa hal salah satunya karena konsumen berani membayar lebih.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Yuliati (2016) menunjukkan kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung masuk dalam kategori sangat baik. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan selalu setia menggunakan jasa pengiriman JNE.

### ***Pengertian Hotel***

Pengertian hotel menurut KBBI adalah suatu bangunan yang memiliki kamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan sebagai tempat untuk makan yang sedang dalam perjalanan, akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan untuk semua orang yang sudah membayar biaya sewa untuk mendapatkan pelayanan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengertian hotel adalah suatu akomodasi komersial yang menyediakan kamar beserta fasilitas yang ada untuk peristirahatan para wisatawan, perjalanan bisnis maupun orang-orang yang ingin menginap di hotel dan juga penyedia makanan dan minuman dan fasilitas lainnya.

Adapun klasifikasi hotel yaitu

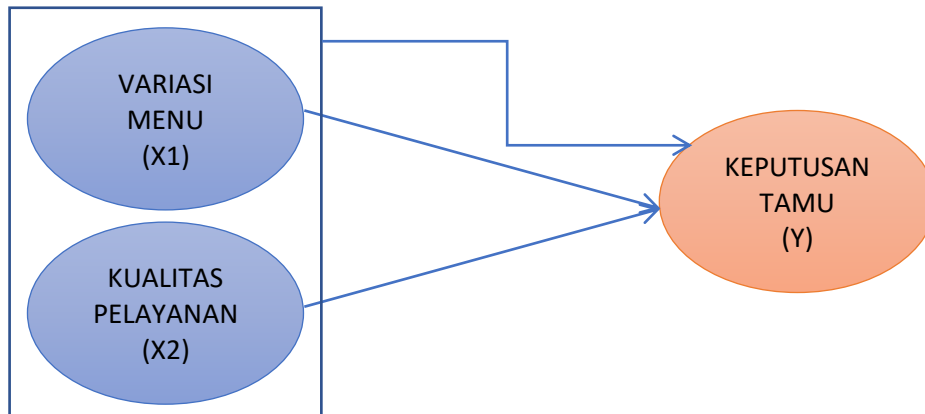
1. Fisik
  - a. Besar kecilnya hotel dengan kuantitas kamar dalam setiap jenis hotel
  - b. Lokasi yang strategis, lingkungan yang memiliki kualitas udara yang sejuk dan bersih dengan terciptanya taman untuk menyegarkan mata
  - c. Fasilitas umum yang disediakan untuk digunakan tamu seperti *restroom*, telepon umum, kolam renang, *sport center*.
  - d. Memiliki fasilitas untuk operasional hotel seperti dapur, tempat pencucian linen, kantor depan sebagai penyambut tamu, dan penunjang operasional seluruh bagian yang ada dalam hotel
  - e. Kualitas bangunan yang membuat tamu merasa nyaman dan puas dengan biaya sewa yang dikeluarkan
2. Operasional
  - a. Seluruh *staff* memahami tugas dan tanggung jawab masing-masing sesuai yang tercantum dalam struktur bagan organisasi untuk memudahkan dan memahami tugas dan batasan-batasan dalam mengerjakan tugas dan bertindak.
  - b. Perekrutan karyawan harus sesuai standar yang ada dengan menyesuaikan tingkat pendidikan dan *skill* yang mereka miliki sesuai dengan kebutuhan hotel.
3. Pelayanan
  - a. *Grooming* yang baik sesuai standar yang telah ditentukan hotel maupun penguasaan komunikasi dan etika dengan baik, mulai dari postur, gesture dan tutur kata yang ramah dan harus tersenyum.
  - b. Pelayanan yang diberikan harus sesuai permintaan dan kebutuhan tamu.
  - c. Hotel yang tergolong besar dengan jumlah tamu yang menginap banyak pelayanan



harus dibuka 24 jam.

Persyaratan yang harus dijalankan dan dipenuhi hotel tercantum dalam buku Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel (SK No. KM 37/PW304/mppt-86). Pemerintah pariwisata akan memeriksa sebuah bentuk fisik bangunan penginapan untuk memastikan apakah layak untuk diakui sebagai hotel dengan golongan hotel sesuai penetapannya.

**Gambar 1. Kerangka Berpikir**



### **Hipotesis**

- H1 : Variasi menu berpengaruh terhadap kepuasan tamu Hotel Victory Kefamenanu  
 H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu Hotel Hotel Victory Kefamenanu  
 H3 : Variasi menu dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu Hotel Victory Kefamenanu  
 H4 : Variasi menu lebih dominan terhadap kepuasan tamu Hotel Victory Kefamenanu

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory research*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari 2 (dua) variabel bebas terhadap variabel terikat untuk menguji hipotesis yang diajukan. Populasi dalam penelitian ini seluruh tamu di Hotel Victory Kefamenanu yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*indefinite*). Jumlah sampel 31 orang responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dan *purposive sampling* yaitu menggunakan syarat tertentu seperti : (1) Tamu yang sedang menggunakan jasa Hotel Victory Kefamenanu, (2) Tamu yang dapat memberikan jawaban dari pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka dan skala likert dari 1-5. Teknik analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS for Windows versi 22 yang terdiri dari: uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, uji korelasi, koefisien determinasi, regresi linier berganda, uji t, dan uji F, dan uji dominan.

### **PEMBAHASAN**

Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS for Windows versi 22. Berikut rekapitulasi hasil yang diperoleh:

#### **Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas**

##### **1. Uji Validitas**

Pengujian validitas menggunakan metode koefisien, instrumen dapat dikatakan valid apabila lebih kecil dari  $< 0,05$ . Berikut hasil perhitungan validitas instrumen disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

<i>Variabel</i>	<i>Item Pertanyaan</i>	<i>Koefisien</i>	<i>Signifikan</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Variasi Menu (X<sub>1</sub>)</i>	X1.1	0.876	0.000	Valid
	X1.2	0.819	0.000	Valid
	X1.3	0.876	0.000	Valid
	X1.4	0.828	0.000	Valid
<i>Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</i>	X2.1	0.914	0.000	Valid
	X2.2	0.864	0.000	Valid
	X2.3	0.891	0.000	Valid
	X2.4	0.837	0.000	Valid
	X2.5	0.828	0.000	Valid
<i>Kepuasan Tamu (Y)</i>	Y.1	0.861	0.000	Valid
	Y.2	0.890	0.000	Valid
	Y.3	0.921	0.000	Valid
	Y.4	0.861	0.000	Valid

*Sumber: Data primer (diolah), tahun 2021*

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel menghasilkan angka signifikan 0,000 (kurang dari tingkat *alpha* yaitu 0,05). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Adapun untuk koefisien reliabilitas dengan perhitungan dengan rumus, selanjutnya ditafsirkan dengan berpedoman pada kriteria keterandalan yang dikemukakan oleh Arikunto (2012) bahwa kriteria keterandalan untuk variabel yang diamati dianggap memadai apabila koefisien Alpha 0,60-0,70. Kriteria indeks koefisien reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2. Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas**

<b>No.</b>	<b>Interval Indeks Reliabilitas</b>	<b>Kriteria</b>
1	< 0.200	Sangat rendah
2	0.200-0.399	Rendah
3	0.400-0.599	Cukup
4	0.600-0.799	Tinggi
5	0.800-1.00	Sangat tinggi

*Sumber: Arikunto, 2012.*

Selanjutnya, berpijak pada data yang ditampilkan pada tabel di atas dapat dijelaskan pula bahwa semua item sebagai pengukur dari variabel-variabel yang diamati adalah reliabel, karena nilai alpha cronbach dari variabel-variabel yang diuji memiliki SIA (*Standardized Item Alpha*) yang lebih besar dari nilai reliabilitas yang diperbolehkan, yaitu 0,6. Artinya, berapa kalipun pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang dikembangkan peneliti disampaikan kepada responden yang berbeda, tanggapan dari para responden tersebut tidak akan terlalu jauh berbeda.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linear berganda, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari pengaruh dari variabel independen dan variabel dependen.

Pada penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Hotel Victory Kefamenanu.

**Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Analisis Data**

Model	Koefisien Regresi ( $\beta$ )	Std.eror	Beta	t hitung	Sig.
(Const.)	2,347	1,920		3,181	.000
X1 = Variasi Menu	0,520	0,175	0,419	2,911	.000
X2 = Kualitas Pelayanan	0,399	0,114	0,507	3,517	.000
R	= 0.869				
R Square	= 0.756				
Adjst. R Square	= 0.738				
F hitung	= 43,280				
Sig. F	= 0.000				
Alpha	= 0.050				

Sumber : Data Primer (diolah), tahun 2021

$$Y = 2,347 + 0,510X_1 + 0,399X_2 + e$$

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda serta persamaan di atas, dapat diketahui bahwa nilai *constant* sebesar 2,347, koefisien regresi dari variabel independen Variasi Menu ( $X_1$ ) sebesar 0,510 dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,399, berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Tamu Hotel Victory Kefamenanu ( $Y$ ). Variable independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel Variasi Menu ( $X_1$ ), hal ini dikarenakan banyak sedikitnya variasi menu dapat mempengaruhi kepuasan tamu. Semakin banyak menu yang bervariasi, maka akan semakin tinggi pula kepuasan tamu.

Pada tabel 3 diperoleh data bahwa nilai *R square* sebesar 0,756 dan nilai *adjusted R square* sebesar 0,738. Berdasarkan nilai *adjusted R square* maka dapat dinyatakan bahwa persentase pengaruh variabel bebas (variasi menu dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan tamu) menunjukkan nilai sebesar 73,8%, sedangkan sisanya, sebesar 26,2% (100%-73,8%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model atau penelitian ini misalnya: harga, kualitas produk, lokasi dan lain sebagainya.

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  (Variasi Menu) dan  $X_2$  (Kualitas Pelayanan) secara bersama-sama mempengaruhi variabel  $Y$  (Kepuasan Tamu) secara signifikan. Hal ini dapat ditunjukkan berdasarkan nilai Sig. F (0,000) yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (0,005).

Hasil uji t menunjukkan bahwa  $X_1$  (Variasi Menu) dan  $X_2$  (Kualitas Pelayanan) secara parsial mempengaruhi variabel  $Y$  (Kepuasan Tamu) secara signifikan. Hal ini berdasarkan pada nilai Sig (0,000) dari setiap variabel yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  (0,05). Nilai koefisien regresi pada setiap variabel bebas menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel tersebut terhadap variabel  $Y$ .

Variabel variasi menu berpengaruh dominan terhadap kepuasan tamu di Hotel Victory Kefamenanu berdasarkan nilai koefisien *beta standardized* tertinggi. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien *beta standardized* dari variabel variasi menu ( $X_1$ ) memiliki angka tertinggi (dominan), yaitu sebesar 0,510, jika dibandingkan dengan nilai *beta standardized* variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0.399. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel variasi menu ( $X_1$ ) merupakan variabel yang paling berpengaruh (dominan) terhadap kepuasan tamu di Hotel Victory Kefamenanu.



## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variasi Menu ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Victory Kefamenanu.
2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Victory Kefamenanu.
3. Variasi Menu ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Victory Kefamenanu.
4. Variasi Menu ( $X_1$ ) merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan tamu di Hotel Victory Kefamenanu.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta: Jakarta
- Darmaatmadja, Stiya. 2011. *Rahasia Sukses Bisnis Restoran*. MedPress: Yogyakarta
- Evans dan Lindsay. 2000. *Membangun Kepuasan*. Rineka Cipta: Jakarta
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat: Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Tama, Jakarta
- Supranto. 2006. *Pengukuran Kualitas Layanan*. UGM: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*. Andi Offset: Yogyakarta
- Tse dan Wilson. 2000. *Visi Kualitas Jasa*. Gramedia: Jakarta
- Zeithaml, Valeria A. 2000. *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York

### **Artikel dari website dengan nama penulis**

- Astuti Ferlinda, Welsa Henny dan Kurniawan Ign. 2019. Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso. *Manajemen Dewantara*, 3(1), 151-160
- Fikri Sirhan, Wiyani Wahyu, Suwandaru Agung. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 120-134
- Ismoyo Dipo Dimas. 2017. Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa Makanan Buffet Dinner Terhadap Kepuasan Tamu Restoran Gris Di Crowne Plaza Semarang. *Jurnal Gemawisata*, 13(1), 66-73
- Stenly. 2016. *Analisis dan Aplikasi Persepsi Menu Makanan, Harga, Layanan dan Lingkungan Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Kafetaria Universitas Klabat*. Manado : Fakultas Ilmu Komputer Universitas Klabat.
- Nilasari Eswika dan Istiatin. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13(1), 11-12
- Panjaitan dan Yuliati. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289