

PAPER NAME

Pengaruh Kualitas Produk Makanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ruby Restor

AUTHOR

Cristian Rizqi Anggraini

WORD COUNT

2329 Words

CHARACTER COUNT

14713 Characters

PAGE COUNT

5 Pages

FILE SIZE

215.0KB

SUBMISSION DATE

Apr 11, 2023 11:18 AM GMT+7

REPORT DATE

Apr 11, 2023 11:18 AM GMT+7

● **19% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 11% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 17% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Internet database
- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded sources
- Manually excluded text blocks

PENGARUH KUALITAS PRODUK MAKANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RUBY RESTORAN ROYAL HOTEL N' LOUNGE

Cristian Rizqi Angraini¹, Juhanda²

Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

Email : cr.anggraini@unmuhjember.ac.id

Abstrak

Hotel merupakan sebuah bangunan yang menyediakan akomodasi, makan dan minuman, dimana tamu yang berkunjung tidak hanya bertujuan untuk menginap saja. Makanan dan minuman merupakan produk hotel yang memberikan masukan terbesar nomor dua setelah kamar. Oleh karena itu untuk tetap bersaing dibidang makanan dan minuman baik dengan hotel lain maupun restoran perlu adanya peningkatan kepuasan pelanggan terhadap produk makanandan minuman. Dalam penelitian ini akan membahas tentang pengaruh kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan serta untuk mengetahui pengaruh yang paling dominan antara kualitas makanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Responden dari penelitian ini adalah tamu hotel royal n lounge sebanyak 100 orang dan dipilih secara acak. Proses penelitian ini diawali dengan uji instrumen penelitian, wawancara dan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer dan sekunder. Data yang telah didapat diolah dengan program aplikasi pengolahan statistik. Tahap akhir dalam penelitian ini adalah penyusunan laporan akhir berdasarkan hasil analisis data dan publikasi ilmiah sebagai luaran penelitian ini.

Kata Kunci : Hotel, Kualitas Produk Makanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalita Pelanggan.

Abstract

A hotel is a building that provides accommodation, food and drink, where guests who visit do not only aim to stay. Food and beverages are hotel products that provide the second largest input after rooms. Therefore, to remain competitive in the food and beverage sector, both with other hotels and restaurants, it is necessary to increase customer satisfaction with food and beverage products. This study will discuss the effect of food product quality and customer satisfaction on customer loyalty at the ruby royal hotel n' lounge restaurant. The purpose of this study was to determine the effect of food product quality and customer satisfaction on customer loyalty and to determine the most dominant influence between food quality and customer satisfaction on customer loyalty. The stages of this activity begin with a survey, namely the research instrument test. After obtaining valid instruments, the research team then conducted fieldwork to gather information by interviewing and distributing questionnaires to obtain primary and secondary data. The data that has been obtained is processed with a statistical processing application program. The next stage is the preparation of a final report based on the results of data analysis and scientific publications as the output of this research.

Keywords: Hotel, Quality of Food Products, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

I. Pendahuluan

Pariwisata memainkan peran sentral dalam aktivitas ekonomi yang mampu mewakili beberapa jenis sektor ekonomi dengan perspektif yang menjanjikan, baik dari segi nilai tambah maupun lapangan pekerjaan. Dalam konteks ini, sebuah restoran di dalam hotel sangat penting bagi hotel tersebut karena ia memainkan peran penting dalam menentukan apakah sebuah hotel itu akan mendapatkan peringkat bintang empat atau lima (Bernard Davis, Andrew Lockwood, Ioannis S. Pantelidis 2018). Contohnya di Klang Valley, Malaysia, dimana restoran hotel memiliki potensi pendapatan yang besar terutama selama hari raya dan hari besar nasional yang diadakan oleh negara tersebut. Hal ini menyebabkan penjualan restoran meningkat tajam melebihi musim normal, karena restoran hotel adalah lingkungan sosial utama untuk pertemuan keluarga dan bisnis (Nathan, 2017). Menejemen terbaru menunjukkan bahwa banyak konsep restoran eksklusif dan koki terkenal dunia terletak di dalam area hotel. Restoran dalam hotel adalah elemen penting di dalam hotel dengan layanan penuh (Strate, R.W.; Rappole 1997) dimana tujuan utamanya adalah mempromosikan layanan makanan dan minuman (F&B) kepada tamu di hotel. Namun, mengingat bahwa restoran hotel terletak di dalam hotel, restoran hotel dihadapkan pada ancaman dan peluang yang cukup dinamis yang ditimbulkan oleh dua sektor berbeda dari industri jasa, yaitu sektor hotel dan sektor restoran (Bernard Davis, Andrew Lockwood, Ioannis S. Pantelidis 2018). Dinamika persaingan restoran di dalam hotel agar mampu berlangsung secara baik dan *profitable* sangat bergantung kepada kualitas produk makanan dan pelayanan prima kepada konsumen.

Dengan demikian, produk dan kualitas produk merupakan kriteria produsen dalam memproduksi dan menawarkannya fungsi produknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (Tjiptono 2014). Berkaitan dengan kualitas produk makanan, peranan pentingnya adalah dalam

keputusan pembelian oleh konsumen (Setiawan and Japariato 2012). Kuncinya adalah penilaian atas kesesuaian produk makanan dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan adalah ukuran sejauh mana kinerja yang dirasakan konsumen pada suatu produk sesuai harapannya, dan mencakup perasaan senang atau kecewa pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler and Keller 2021).

Selanjutnya, produk dan kualitas produk, khususnya pada restoran hotel, berkaitan erat dengan loyalitas pelanggan atau tamu. Loyalitas pelanggan terkait erat dengan keinginan pelanggan untuk membeli sebuah produk makanan, minuman dan yang lainnya atau menggunakan jasa suatu perusahaan dengan tingkat stabilitas yang tinggi. Tingkat loyalitas yang tinggi akan membuat pelanggan dimasa yang akan datang secara intens untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa terpilih (Sangadji and Sopiah 2013). Kualitas makanan merupakan kesesuaian makanan yang dikonsumsi oleh pelanggan, dengan tingkat konsistensi kualitas menu yang didapat dengan penetapan standar untuk produk, dengan cara mengecek point-point yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai (Knight, John B.; Kotschevar 2000). (Tjiptono 2011) menyebutkan adapun Standar dari kualitas produk makanan yakni: warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, arom, tingkat kematangan, dan rasa.

Kerangka teori di atas digunakan untuk meneliti kinerja restoran Ruby pada Royal hotel n' lounge di Jember yang berkaitan dengan kualitas produk restoran dalam upaya untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Salah satu cara untuk memberikan kepuasan konsumen pada restoran Ruby antara lain pemilihan bahan baku produk makanan yang berkualitas dan kualitas rasa masakannya. Selanjutnya ditopang juga oleh program-program sajian, seperti *Birthday party, Family Gathering, candle Light Dinner,*

Lunc/Dinner Meeting, discount voucher, dan kids menu.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Royal Hotel n' Lounge Jember, dengan cara mendapatkan data primer dan sekundernya, baik kualitatif maupun kuantitatif, melalui metode *on site observation* wawancara berstruktur, dan studi pustaka. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang tamu hotel yang menginap ataupun hanya sekedar mengunjungi Ruby Sertoran untuk makan dan minum. Untuk mengetahui besaran pengaruh variabel kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adapun metode analisis data untuk memecahkan masalah dan hipotesis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan pengujian terhadap hipotesis penelitian untuk menguji signifikansi untuk dasar hasil penelitian.

III. Hasil Dan Pembahasan

Berikut hasil dari pengujian regresi linear berganda yang diperoleh pada penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	t _{hitung}	Sig.	Ket
Konstanta	9,588	3,526	0,000	-
Kualitas produk makanan	0,281	4,895	0,000	Signifikan
Kepuasan pelanggan	0,237	4,100	0,000	Signifikan
			F _{hitung}	57,873
			F _{sig}	0,000
			R ²	0,544
			N	100

Dari data pada table 1 dapat diperoleh persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 9,588 + 0,281 X_1 + 0,237 X_2$$

Adapun penjelasan dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 9,588, hal ini menunjukkan bahwa besarnya loyalitas pelanggan pada variabel kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan adalah sama dengan nol. Dengan

demikian ini loyalitas pelanggan akan masih tercapai meskipun tanpa kedua variabel tersebut yang disebabkan oleh faktor lain.

2. $b_1 = 0,281$, hal ini menunjukkan apabila variabel kepuasan pelanggan sama dengan nol, maka peningkatan variabel kualitas produk makanan sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,281 satuan.
3. $b_2 = 0,237$ hal ini menunjukkan apabila variabel kualitas produk makanan sama dengan nol, maka peningkatan variabel kepuasan pelanggan sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,237 satuan.

Pengujian Hipotesis, yakni Uji t.

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variable independen terhadap variabel dependen, yakni dengan cara membandingkan nilai signifikansi t-hitung dengan tingkat signifikan (α) yaitu 5%. Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada Tabel 1. Adapun besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel kualitas produk makanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi variabel kualitas produk makanan (X_1) $< \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, sehingga H_0 ditolak, dengan demikian membuktikan bahwa secara parsial variabel kualitas produk makanan (X_1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Kualitas produk makanan terhadap loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya atau Hal diterima.

- b. Pengaruh variabel kepuasan pelanggan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi variabel kepuasan pelanggan (X_2) $< \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, sehingga H_0

ditolak, dengan demikian membuktikan bahwa secara parsial variabel kepuasan pelanggan (X2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan konsumen terbukti kebenarannya atau Ha2 diterima.

Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 1 yang menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan tingkat signifikan sebesar 5%, hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak. Sehingga, hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya (Ha-3 diterima).

Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Nilai koefisien determinasi berganda (R^2) ditujukan untuk mengetahui besarnya sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Apabila nilai kecocokan model mendekati satu maka akan semakin baik. Pada tabel.1 diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,544, dimana perubahan loyalitas pelanggan sebesar 54,4% dipengaruhi oleh variabel kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebesar 45,6% disebabkan oleh faktor lainnya yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

Hasil Analisis Koefisien Korelasi Parsial (r_{partial})

Analisis koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang mendominasi

terhadap variabel terikat yaitu dengan melihat variabel yang memiliki nilai t-hitung tertinggi serta nilai signifikansi (sig.) terkecil. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge adalah variabel kualitas produk makanan (X1).

Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan bukti empiris atas pengaruh kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan dalam menciptakan loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Setelah dilakukan pengujian statistik secara parsial (individu) dengan menggunakan uji t dan dengan menggunakan uji F, berikut ini adalah analisis lebih lanjut dari hasil analisis regresi, yakni:

Pertama, variabel kualitas produk makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh yang positif dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas produk makanan akan meningkatkan loyalitas pelanggan konsumen. Hal ini dapat dimaknai kualitas produk makanan yang dinilai melalui bahan makanan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge memiliki kombinasi warna yang baik dan menarik (tidak terlihat pucat), makanan yang disajikan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge memiliki kesegaran dan kebersihan yang baik sehingga penampilannya menarik bagi konsumen, makanan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge memiliki porsi penyajian yang baik dan sesuai dengan standar, makanan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge disajikan dengan bentuk yang menarik dimana cara pemotongan bahan bervariasi, makanan yang disajikan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge disajikan dengan variasi temperature yang baik sehingga sesuai dengan selera konsumen, makanan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge memiliki variasi tekstur yang beragam dan sesuai dengan jenis makanan, makanan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge memiliki aroma yang khas

dan menarik selera konsumen, makanan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge memiliki disajikan dengan tingkat kematangan yang baik, dan makanan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge memiliki cita rasa yang enak merupakan faktor yang menentukan terciptanya loyalitas pelanggan di Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge.

Kedua, variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh yang positif dapat diartikan bahwa semakin baik kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan konsumen. Hal ini dapat dimaknai kepuasan pelanggan yang dinilai melalui pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk makanan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge karena rasanya yang enak dan pas untuk dinikmati dalam keadaan apapun, sehingga pelanggan merasa puas terhadap harga makanan yang ditawarkan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge, pelanggan merasa sangat puas terhadap kualitas layanan di Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge dimana staf restoran tetap sabar dan ramah melayani baik dalam keadaan ramai atau sepi, pelanggan merasa memiliki pengalaman yang berbeda dengan makan di Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge, dan pelanggan merasa makan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge sangat dapat diandalkan merupakan faktor yang menentukan terciptanya loyalitas pelanggan di Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge.

IV. KESIMPULAN

Adapun beberapa kesimpulan dan didapat dari hasil analisis yakni sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas produk makanan terhadap loyalitas pelanggan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge.
2. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge.
3. Terdapat pengaruh secara simultan Ruby

Restoran Royal Hotel N' Lounge kualitas produk makanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Kualitas produk makanan berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan Ruby Restoran Royal Hotel N' Lounge

V. Daftar Pustaka

- Bernard Davis, Andrew Lockwood, Ioannis S. Pantelidis, Peter Alcott. 2018. *Food and Beverage Management*. 6th ed. Abingdon, UK: Routledge.
- Knight, John B.; Kotschevar, Lendal H. 2000. *Quantity: Food Production, Planning, and Management*. John Willey and Sons.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2021. *Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ Pearson Education Limited.
- Sangadji, Etta mamang, and Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Setiawan, Margaretha Fiani, and Edwin Japarianto. 2012. "Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Ganep's Di Kota Solo." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1(1):1-6.
- Strate, R.W.; Rappole, C. L. 1997. "Strategic Alliances between Hotels and Restaurants." *EurekaMag*. doi: 10.1016/s0010-8804(97)89508-8.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. 3rd ed. Yogyakarta: Andi Offset.

● **19% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 11% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 17% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Universitas Muhammadiyah Ponorogo on 2019-10-23 Submitted works	3%
2	Putu Yuli Wulandari. "Pengaruh kualitas produk makanan terhadap kep..." Crossref	2%
3	Universitas Jember on 2016-11-24 Submitted works	1%
4	STIE Kesuma Negara Blitar on 2019-07-31 Submitted works	1%
5	Universitas Merdeka Malang on 2021-09-19 Submitted works	<1%
6	Universitas Muhammadiyah Ponorogo on 2019-02-20 Submitted works	<1%
7	Maghfirotika At-Tamama Zidan, Rusdi Hidayat Nugroho. "Pengaruh Sal..." Crossref	<1%
8	Universitas Muhammadiyah Ponorogo on 2019-08-03 Submitted works	<1%
9	Universitas Muria Kudus on 2018-09-05 Submitted works	<1%

10	Universitas Pelita Harapan Submitted works	<1%
11	Universitas Islam Malang on 2021-04-22 Submitted works	<1%
12	Universitas Muhammadiyah Ponorogo on 2019-10-29 Submitted works	<1%
13	iGroup on 2013-07-05 Submitted works	<1%
14	Tuti Anggraeni, Nugraha Nugraha, Maya Sari, Dodi Sukmayana. "Penga... Crossref	<1%
15	Atika Ronaa, Siti Ning Farida. "Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Im... Crossref	<1%
16	Binus University International on 2019-06-24 Submitted works	<1%
17	Universitas Airlangga on 2019-10-07 Submitted works	<1%
18	Universitas Bengkulu on 2023-03-31 Submitted works	<1%
19	stipram on 2023-02-13 Submitted works	<1%
20	Олександр Петрович Крупський, Юлія Михайлівна Стасюк. "ОРГА... Crossref	<1%
21	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-... Submitted works	<1%

-
- 22** RETNO AYU MULFI. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MERE... <1%
Crossref
-
- 23** Universitas Bunda Mulia on 2021-06-08 <1%
Submitted works
-
- 24** Universitas Putera Batam on 2019-06-19 <1%
Submitted works

● Excluded from Similarity Report

- Internet database
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded text blocks
- Bibliographic material
- Cited material
- Manually excluded sources

EXCLUDED SOURCES

Bellevue Public School on 2022-01-24 1%

Submitted works

M. Riszaldi Dwi Cahya N., Acep Samsudin, Kokom Komariah. "Kekuatan Serv..." <1%

Crossref

STIE Perbanas Surabaya on 2020-04-19 <1%

Submitted works

Ambo Enre Enre, Debora Hutagalung, Henri Abdiel Simbolon, Marcella Theresi... <1%

Crossref

Aprielia Winata, Budi Prabowo. "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelay..." <1%

Crossref

EXCLUDED TEXT BLOCKS

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa -Prinsip,Penerapan

Imam Subekhi, Baruna Hadibrata. "THE EFFECT OF PRICE, QUALITY OF SERVICE, BRAND IMAGE OF INTER..."

Knight, John B.; Kotschevar, Lendal H. 2000.Quantity: Food Production, Planning, a...

Sheffield Hallam University on 2014-01-23