

PENGARUH KEBERAGAMAN MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL ASTON KUPANG

Friend Zakharia*

*Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Kupang
Jalan Adisucipto Kampus Penfui-Kupang NTT
Email: fzakharia5@gmail.com

Abstract

Hotel Aston Kupang is a four-star hotel with 179 rooms on 18 floors that is responsible for all the quality of services offered including menu diversity that makes guests satisfied. In this study using descriptive statistical research methods and inferential statistics with 80 respondents by determining the number of samples using simple random sampling techniques. Data collection techniques using questionnaires, observations, irregular interviews and literature studies. This research uses data analysis techniques including: validity test, reliability test, simple linear regression test and the coefficient of determination. Based on simple linear regression analysis, the t value of 4.189 is more than t table 1.679, indicating that menu diversity has an effect on consumer satisfaction. The coefficient results obtained r squared value of 0.34 which means the effect of menu diversity on customer satisfaction at the Aston Kupang hotel is 34%.

Keywords : Menu Diversity, Customer Satisfaction

Abstrak

Hotel Aston Kupang merupakan hotel bintang empat dengan 179 kamar di 18 lantai yang bertanggung jawab atas segala kualitas pelayanan yang ditawarkan termasuk keragaman menu yang membuat para tamu puas. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian statistik deskriptif dan statistik inferensial dengan jumlah responden 80 orang dengan penentuan jumlah sampel menggunakan teknik simple random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, observasi, wawancara berkala dan studi literatur. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana dan koefisien determinasi. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai t hitung sebesar 4,189 lebih besar dari t tabel 1,679 yang menunjukkan bahwa keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil koefisien diperoleh nilai r squared sebesar 0,34 yang berarti pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Aston Kupang sebesar 34%.

Kata Kunci : Keanekaragaman Menu, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Salah satu sektor industri yang mampu mendukung peningkatan perekonomian Indonesia. Seperti halnya sebuah industri, industri pariwisata juga membutuhkan sarana dan prasarana penunjang salah satunya adalah hotel, karena ketika melakukan suatu perjalanan wisatawan akan sangat membutuhkan tempat untuk beristirahat dengan di lengkapi beberapa fasilitas penunjang lainnya.

Industri pariwisata seperti hotel dan restoran akhir-akhir ini sangat berkembang sebagai salah satu produsen penyedia jasa yang sering dikunjungi, melihat dari pengertian sebuah hotel yaitu suatu perusahaan yang di kelola oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Hotel harus di kelola secara potensial sehingga wisatawan dapat menggunakan sarana dan prasarana yang tersedia serta mendapatkan kepuasan dalam menerima *service* selama menginap. Selain menginap wisatawan juga membutuhkan pelayanan makanan dan minuman dimana *department* yang bertanggung jawab dalam penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman harus memcermati keadaan yakni keberhasilan usaha hotel tidak hanya di pengaruhi oleh tingkat hunian kamar tetapi juga di pengaruhi oleh beberapa faktor lain yang membuat konsumen merasapuas.

Menurut (Ali, Waluyo dan Listiyorini 2013) kelengkapan menu mulai dari rasa, ukuran dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut memiliki makna yang sama dengan keragaman menu. (Qin dan Prybutok 2010:81) berpendapat bahwa konsumen memerlukan pilihan dalam memilih suatu makanan atau minuman yang mereka inginkan. Hal ini di karenakan konsumen memiliki selera yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Keragaman menu merupakan faktor yang penting untuk dapat memperluas target pasar dan memenuhi keinginan konsumen yang berbeda.

Kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan

harapan- harapannya (Tjiptono,2011:146). Dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima akan membuat konsumen merasa puas dalam menggunakan barang dan jasanya yang ditawarkan, yang akan berimplikasi pada pembelian ulang yang akan dilakukan oleh parakonsumen.

Aston Kupang Hotel and Convention Center ialah hotel berbintang empat yang berlokasi di Jalan Timor Raya No 142 Kelapa Lima, Kupang, Nusa Tenggara Timur yang mulai beroperasi sejak 8 tahun terakhir yaitu tepatnya pada tanggal 2 Mei 2014 dengan jumlah kamar 179 dengan 18 lantai dan dilengkapi berbagai jenis-jenis tipe kamar serta fasilitas tambahan seperti ballroom, meeting room, Chinese restaurant, Gourmed Coffeeshop and balcony , Ritz Bar, Leet Sky Dining and Lounge dan Fitness Center serta fasilitas penunjang lainya seperti laundry 24 jam, Martha Tilaar Spa, swimmingpool, smoking area, 24 jam free wifi, musholah dan antar jemput bandara.

Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Kotler dan Keller,2007:136). Sedangkan menurut (Engels dalam Raharjani 2005:6), keragaman produk merupakan kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman,luas,dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Keberagaman produk tidak hanya menyangkut jenis dan lini produk tetapi juga menyangkut kualitas, desain, bentuk, kemasan, ukuran dan juga ketersediaan produk setiap saat yang harus diperhatikan oleh pemilik perusahaan terhadap keanekaragaman produk yang dihasilkan secara keseluruhan. Kunjungan tamu pada hotel Aston dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Aston Kupang and Convention Center (April-Juni 2022)

No	Bulan	Jumlah Kunjungan Tamu
1	April	289
2	Mei	377
3	Juni	290
Total		956

sumber: Hotel Aston Kupang

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa jumlah kunjungan tamu pada hotel Aston Kupang tahun 2022 dari bulan april-juni tidak

menentu. Jumlah kunjungan tertinggi tamu terjadi pada bulan mei 2022 yaitu sebanyak 377 tamu. Dilihat dari tabel pada bulan april jumlah kunjungan tamu hanya sebanyak 289, sedangkan pada bulan juni jumlah kunjungan 290 tamu.

Saat penulis melakukan pengamatan langsung, penulis menemukan masalah yang sering terjadi. Salah satunya adalah ketika tamu ingin memesan menu yang tertera dibuku menu kerap kali menu tersebut tidak tersedia untuk dipesan tamu, seperti beberapa menu *dessert* dan *main course*. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan bagi konsumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengajukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Keberagaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aston Hotel Kupang and Convention Center”.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah yaitu: “Bagaimana Pengaruh Keberagaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aston Kupang Hotel and Convention Center” ?

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keberagaman menu terhadap kepuasan konsumen pada Aston Hotel and Convention Center

2. Manfaat Penelitian

Penulis berharap dengan diadakan penelitian ini maka dapat memberikan manfaat tidak hanya kepada penulis tetapi juga berguna bagi pihak-pihak terkait.

Adapun manfaat yang di maksud dari penelitian ini, yaitu: Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan rekomendasi kepada industry agar lebih memperhatikan penerapan keberagaman atau variasi menu agar mendapatkan kepuasan konsumen yang maksimal.

TINJAUAN PUSTAKA

Keberagaman Menu

Menu berasal dari bahasa prancis “*Le Menu*” yang berarti daftar makanan yang disajikan kepada tamu diruang makan. Dalam lingkungan rumah tangga, menu diartikan sebagai

susunan makanan atau hidangan tertentu. Oleh orang Inggris , menu disebut juga *bill of Fare*. Menu merupakan pedoman bagi orang yang menyiapkan makanan atau hidangan dan merupakan penuntun bagi mereka yang menikmatinya. Dengan mengetahui menu, maka akan tergambar apa dan bagaimana makanan tersebut dibuat. Menurut Peelart, seorang ahli Gastronomi yang sangat terkenal, menu dikenal untuk pertama kalinya pada tahun 1541 ketika Duke Of Brunsick menuliskan segala sesuatu yang akan dihidangkan dalam sebuah pesta yang dilaksanakannya. Pemakaian kata “menu” mengalami perkembangan, terutama setelah revolusi Prancis. Menu diartikan sebagai suatu mode yang harus dan pasti ada pada setiap jamuan maka.

Pada saat ini perkembangan dan bentuk-bentuk menu sangat menarik. Istilah menu mempunyai dua arti yang berbeda

a. Menu berarti daftar makanan yang dihubungkan dengan kartu, kertas, atau media lainnya yang didalamnya mencantumkan berbagai macam jenis makanan.

b. Menu juga berarti jenis hidangan atau makanan yang tersedi untuk tamu.

Pada dasarnya penyusunan menu perlu divariasikan seiring dengan tuntutan selera konsumen atau tamu yang selalu menginginkan menu yang tidak monoton. Untuk mengubah menu harus dipertimbangkan faktor-faktor seperti selera mayoritas, tersedianya bahan baku dipasaran, peralatan, keahlian juru masak dan lain-lain. Dilihat cara menu itu diubah, dapat dibagi menjadi dua sifat yaitu:

1. *Static Menu*

Penggantian dilakukan setiap enam bulan sekali dan biasanya menu telah disusun dari berbagai macam pilihan sehingga mampu bertahan sampai enam bulan bahkan lebih. Contoh *A la carte*. *A la carte* menu adalah suatu daftar makanan dimana untuk masing-masing makanan tersebut tercantum harga sendiri-sendiri. Artinya, tamu memiliki kesempatan untuk memilih makanan untuk memilih makanan sesuai dengan selernya dan kemampuan untuk membayar.

2. *Cycle Menu*

Perubahan dan pergantiannya satu minggu sekali atau setiap hari. Biasanya hanya terdiri dari satu atau dua macam pilihan (pilihan terbatas). *Special today menu*. *Special today menu* adalah menu khusus untuk hari itu saja

atas dasar permintaan tamu. Kelompok barang yang berhubungan dan berfungsi dengan cara yang kompetibel namun berbeda tapi berhubungan, hal ini disebut dengan system produk (Kotler dan Keller 2015 :15). Keragaman produk dapat berbentuk tambahandari suatu produk inti yang menambah nilai suatu produk. Adapun yang menjadi indikator dari keragaman produk adalah sebagai berikut:

1. Ukuran produk yang beragam, meliputi penambahan ukuran volume atau isi, ukuran berbeda setiap jenis kemasan, ukuran sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Jenis produk yang beragam, meliputi inovasi baru berbagai macam variasi rasa.
3. Bahan produk yang beragam meliputi label, dan varian rasa.
4. Desain produk yang beragam.

Kepuasan Konsumen

Pada hakekatnya sebuah bisnis sangat tergantung dengan konsumen. Namun demikian, para pelaku bisnis juga harus menyadari bahwa umumnya konsumen tidak mau peduli dan tidak mau tahu masalah sehari-hari yang dialami oleh pelaku bisnis karena yang ada di pikiran konsumen adalah apa yang mereka butuhkan harus terpenuhi tanpa mau tahu bagaimana sulitnya memenuhi semua keinginan konsumen tersebut. Untuk dapat mewujudkan kepuasan pelanggan secara total bukanlah hal yang gampang. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Pada prinsipnya strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing restoran harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu restoran. Dalam (Sangadji dan Sopiah 2013:181), kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan dimana pelanggan membandingkan pengalaman mereka setelah melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam

persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

Dalam (Kotler dan Keller 2016:153),kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan akan kinerja produk tergantung dari banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas pelanggan dengan merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menguntungkan dari suatu produk dengan merek yang mereka sudah merasa positif. Dalam (Tjiptono 2012:301) Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Dari beberapa defenisi diatas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu pemenuhan harapan. Pelanggan dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang hotel berikan apabila harapan pelanggan akan produk/pelayanan yang hotel berikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka.

Menurut (Tjiptono 2014:101), bahwa kepuasan konsumen memiliki indikator yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan meliputi:

a. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antar kinerja produk yang diharapkan.

b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

c. Fasilitas penunjang yang dipadatkan sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

2. Minat berkunjung kembali merupakan Kesiapan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait meliputi:

a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan. b. Berminat untuk berkunjung

kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai

3.Kesediaan merekomendasikan merupakan Kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga meliputi:

- a.Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b.Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c.Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa

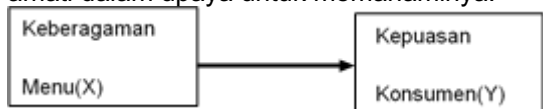
Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2012 :88).

Kerangka berpikir merupakan suatu model atau gambaran berupa sebuah konsep yang menjelaskan mengenai suatu hubungan antar variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.

Hipotesis

Menurut (Nasution 2000) hipotesis adalah dugaan sementara tentang apa yang kita amati dalam upaya untuk memahaminya.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah: Pengaruh Variabel X terhadap Y (Pengaruh keberagaman menu terhadap kepuasan konsumen).

Ha : Keberagaman Menu berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada hotel Aston Kupang.

H0 :Keberagaman Menu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada hotel Aston Kupang

Jenis Penelitian

Dalam penelitian, jenis penelitian yang digunakan adalah Jenis penelitian kuantitatif . Jenis penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian

yang diperoleh dan dihitung atau diukur secara langsung baik itu berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2010).

Data primer yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini adalah melalui pembagian kuisioner kepada tamu yang menjadi sumber utama data dan berhubungan langsung dengan keberagaman menu dan kepuasan konsumen pada hotel Aston Kupang. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada seperti catatan atau laporan dari perusahaan. Data ini untuk mendukung data primer (Hasan2002:58).

- \bar{X} : Rata-Rata hitung
- : Jumlah Kunjungan Tamu Di hotel
- $\sum x_1$: Aston Kupang pada bulan Maret-Mei 2021
- n : Jumlah minggu pada bulan Maret-Mei
- \bar{X} : Mei
- $\frac{1}{12}(956) = \frac{956}{12} = 79,6 = 80$

Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampling acidental. Sampling acidental adalah teknik sampling yang mengambil sampel secara kebetulan di temui..Sampel dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang ditemui pada saat penelitian.

Dalam menentukan sampel yang digunakan untuk penelitian ini, penulis menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu *accidental sampling*, dikarenakan anggota sampel dari populasi dilakukan secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, dan bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Untuk menentukan jumlah sampel yang diambil, penulis menggunakan rumus *Slovin*, (Sinambela,2014:98).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

:

e : Tingkat kesalahan yang ditolerir (0,1-10%) (kesalahan penetapan sampel) . Tingkat eror = 5% , dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%.

Maka, total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{80}{1+80(5\%)^2} = \frac{80}{1+80(0,0025)} = \frac{80}{1,2} = 66,6666 = 67$$

Berdasarkan hasil diatas, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 67 responden.

Analisis Pendahuluan

Uji Validitas

Untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak maka diterapkan kriteria statistik sebagai berikut: Jika nilai rhitung < dari nilai rtabel atau nilai rhitung < nilai rkrisis 0,30 maka item item pernyataan pada kusioner adalah tidak valid.

Jika nilai rhitung > nilai rtabel atau nilai rhitung > dari nilai rkrisis 0,30 maka item item pernyataan pada kusioner adalah valid .

Berikut adalah hasil uji validitas melalui aplikasi spss 22 pada indikator Keberagaman Menu (X) dan Kepuasan konsumen (Y)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

variabel	Pernyataan	R hitung	R kritis	Keterangan
X	P1	0,962	0,30	Valid
	P2	0,765	0,30	Valid
	P3	0,710	0,30	Valid
	P4	0,867	0,30	Valid
	P5	0,899	0,30	Valid
	P6	0,925	0,30	Valid
	P7	0,451	0,30	Valid
Y	P1	0,607	0,30	Valid
	P2	0,544	0,30	Valid
	P3	0,633	0,30	Valid
	P4	0,436	0,30	Valid
	P5	0,544	0,30	Valid
	P6	0,653	0,30	Valid
	P7	0,653	0,30	Valid
	P8	0,560	0,30	Valid

sumber: olahan penulis menggunakan SPSS 22

Berdasarkan data hasil uji validitas pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan pada variabel X (keberagaman menu) dan variabel Y (kepuasan konsumen)

dalam kuesioner penelitian adalah valid. Hal ini karena nilai R_{hitung} > R_{tabel} dimana nilai dari R_{tabel} adalah 0,30.

Uji Reabilitas

Untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan realibel atau tidak maka diterapkan kriteria statistik sebagai berikut: Jika nilai alpha cronbach < 0,60 maka item item pernyataan pada kusioner adalah tidak realibel. Jika nilai alpha cronbach > 0,60 maka item pertanyaan pada kusioner adalah reliable.

Tabel 6. Uji Reabilitas Variabel X

Cronbach alpha	Number of items
0,911	7

sumber: olahan penulis menggunakan SPSS 22

Berdasarkan uji reliabilitas variabel keberagaman menu (X) pada tabel diatas, diketahui Cronbach's Alpha 0,911 > 0,60 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kusioner yang digunakan dalam mengukur variabel keberagaman menu (X) dapat dikatakan *reliable* atau bisa diandalkan.

Tabel 7. Uji Reabilitas Variabel Y

Cronbach alpha	Number of items
0,713	8

sumber: olahan penulis menggunakan SPSS 22

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel kepuasan konsumen (Y) pada tabel diatas, diketahui bahwa Cronbach's Alpha 0,713 > 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kusioner yang digunakan dalam mengukur variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dikatakan *reliable* atau bisa diandalkan.

Identitas responden

Identitas responden dalam penelitian ini yang dapat diklarifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan asal daerah. Berikut adalah deskripsi identitas responden hotel Aston Kupang yang diklarifikasikan dalam bentuk tabel. Karakteristik responden

Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik	Tingkatan	Jumlah	Presentase
Usia	18-29	24	36%
	30-35	29	43%
	36-41	14	21%

Total	67	100 %
-------	----	-------

sumber: olahan penulis menggunakan SPSS 22
 Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden dalam penelitian yang berusia antara 20-30 tahun adalah sebanyak 41 orang (87,3%), jumlah responden yang berusia antara 31-40 tahun adalah sebanyak 5 orang (10,5 %), jumlah responden yang berusia antara 41-50 tahun adalah sebanyak 1 orang (2,2%).
 Tabel 9.Karakteristik responden berdasarkan usia

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pria	22	32.8 %
Wanita	45	67.2 %
Total	67	100 %

sumber: olahan penulis menggunakan SPSS 22
 Berdasarkan data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden pria sebanyak 23 orang (48,9 %) dan jumlah responden wanita adalah sebanyak 24 orang (51,1 %). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh wanita.
 Deskripsi jawaban responden terhadap indikator penelitian

Melalui pernyataan yang diberikan oleh penulis dalam kuesioner yang disebarakan untuk penelitian, dapat diketahui tanggapan responden terhadap keberagaman menu dan kepuasan konsumen setelah itu dicari rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk memudahkan penentuan penilaian rata-rata dari setiap jawaban responden maka digunakan rumus panjang interval kelas menurut. Sudjana(2010:79) sebagai berikut.

$$p = \frac{\text{rentang}}{\text{banyak kelas}}$$

keterangan : P : panjang kelas interval
 rentang: Data Terbesar-data terkecil
 banyak kelas : 5

jadi panjang kelas interval adalah :

$$P = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Untuk skala intervalnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel. 10. Skala interval untuk variabel keberagaman menu dan kepuasan konsumen

No.	Kelas Interval	Tingkat Hubungan
1.	1,00-1,79	Sangat Tidak Bisa (STB)/Sangat Rendah (SR)
2.	1,80-2,59	Kurang Baik (KB/Rendah)
3.	2,60-3,39	Cukup Baik (CB)/ Cukup Tinggi (CT)
4.	3,40-4,19	Baik (B)/Tinggi (T)

5.	4,20-5,00	Sangat Baik (SB)/Tinggi Sekali (TS)
----	-----------	-------------------------------------

Tabel 11. Rekapitulasi penilaian responden terhadap variabel (X) keberagaman menu

No	Pernyataan	S	S	K	T	S	Tota	Rat	K
		S	S	S	S	T	l	a-	et
		S	S	S	S	T	S	Rat	
								a-	
								Rat	
								a	
1.	Ukuran produk makanan yang ada di hotel Aston beragama tergantung dari jenis produk	9	27	11	0	0	186	3,95	B
2.	Jenis produk makanan yang ada di hotel Aston beragama	6	34	7	0	0	187	3,97	B
3.	Bahan produk makanan yang ada di hotel Aston beragama	6	38	3	0	0	191	4,06	B
4.	Desain produk makanan di hotel Aston beragama	7	28	12	0	0	183	3,89	B
5.	Stok menu makanan pada hotel Aston selalu ada	5	33	9	0	0	184	3,91	B
6.	Semua menu makanan yang ada pada hotel Aston masih segar	11	24	12	0	0	187	3,97	B

7.	Menu makanan yang ada pada hotel Aston sangat lengkap	6	37	4	0	0	190	4,02	B
	Jumlah							18,26	
	Rata-rata							4,565	B

sumber: olahan penulis menggunakan SPSS 22
Tabel 12. Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Variabel (Y) kepuasan Konsumen.

No	Pernyataan	S	S	R	T	S	T	Total	Rata-Rata	Ket
1.	Konsumen merasa puas dengan produk makanan yang di beli karena sesuai dengan harapan konsumen	4	29	14	0	0	0	178	3,78	B
2.	Konsumen bersedia untuk melakukan kunjungan dan pembelian ulang terhadap produk makanan yang dibeli	1	26	20	0	0	0	169	3,59	B
3.	Konsumen bersedia untuk merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada kerabat dekat, sahabat, keluarga, kenalan dan orang lain.	5	38	4	0	0	0	189	4,02	B
4.	Produk yang	4	37	6	0	0	0	186	3,95	B

	diterima sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen									
5.	Konsumen merasa puas dengan keberagaman menu makanan yang ada pada hotel Aston	1	26	20	0	0	0	169	3,59	B
6.	Konsumen setuju dengan kualitas makanan yang ada pada hotel Aston	2	31	14	0	0	0	176	3,74	B
7.	Menu makanan yang ada pada hotel Aston kurang bervariasi dan tidak sesuai dengan harapan	2	31	14	0	0	0	176	3,74	B
8.	Konsumen merasa puas dengan kinerja yang ditunjukan oleh staf hotel La Hasiend	8	30	9	0	0	0	187	3,97	B
	Jumlah								18,09	
	Rata-rata								4,52	B

sumber: olahan penulis menggunakan SPSS 22
Analisis Regresi Linear
Tabel 13. Analisis Regresi Linear Sederhana Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.164	2.561		7.029	.000
keberagaman menu	.441	.091	.583	4.819	.000

Dependent Variable: kepuasan konsumen

sumber: olahan penulis menggunakan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

$$Y = 18.164 + 0,441x$$

Dimana :

Y : nilai yang diprediksikan (variabel dependent atau kepuasan konsumen)

a : konstanta atau bila harga X=0

b : koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada variable indepen. Bila b (+) maka naik dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

x : nilai variabel independen (keberagaman menu) sehingga dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

nilai konstanta 18.164, artinya jika nilai keberagaman menu pada Hotel Aston adalah sebesar 18.164 maka koefisien regresi dari kepuasan konsumen adalah sebesar 0,441. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan nilai keberagaman menu sebesar satu point maka nilai kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,441. Begitu juga sebaliknya apabila keberagaman menu mengalami penurunan sebesar satu point maka nilai kepuasan konsumen juga akan mengalami penurunan sebesar 0,441.

1. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Untuk mengetahui pengujian hipotesis, dapat dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Df = n-2 yakni 47-2 = 45

Taraf signifikan 0,05 atau 5%

t_{tabel} : 1.679

t_{hitung} : 4.189

Dari uji t di atas terdapat angka t_{tabel} sebesar 1.679. Dikarenakan t_{tabel} 1,679 < t_{hitung} = 4.189 dengan nilai signifikan 0,05 maka data dinyatakan bahwa keberagaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan ini maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

2. Koefisien Determinasi

Tabel 14 Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.583 ^a	.340	.326	2.017

sumber: olahan penulis menggunakan SPSS 22

Berdasarkan hasil tabel model summary diatas maka nilai R square sebesar 0,340, atau 34 % artinya bahwa variabel Keberagaman Menu (X) mempengaruhi Kepuasan konsumen pada hotel Aston sebesar 34 % sementara sisanya 66 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 15 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval	Tingkat Hubungan
1.	0,00-0,0199	Sangat Rendah
2.	0,20-0,399	Rendah
3.	0,40-0,599	Sedang
4.	0,60-0,799	Kuat
5.	0,80-1,000	Sangat kuat

sumber: Sugiyono,2010:214

Berdasarkan hasil pada tabel 24 mengenai koefisien determinasi model summary maka diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,583, sehingga menurut pedoman interpretasi koefisien korelasi pada tabel diatas nilai ini termasuk dalam tingkat hubungan sedang antara variabel Keberagaman Menu terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen.

Pembahasan

Penelitian ini mengenai pengaruh keberagaman menu terhadap kepuasan konsumen yang dapat dibuat dalam pembahasan sebagai berikut:

- Berdasarkan rekapitulasi karakteristik perhitungan jawaban responden berdasarkan usia yang paling dominan adalah 20-30 tahun yakni sebanyak 87,3% sebanyak 41 orang, berdasarkan jenis kelamin yang dominan adalah wanita dengan jumlah sebanyak 24 orang dengan jumlah presentase sebanyak 51,1%, berdasarkan pekerjaan adalah wiraswasta yang berjumlah 19 orang dengan jumlah presentase 40,4%, dan berdasarkan asal daerah yang paling dominan adalah kupang dengan jumlah 29 orang dengan jumlah presentase sebanyak 61,7%.
- Hasil rekapitulasi perhitungan jawaban kuisisioner dengan jumlah 15 item pernyataan dimana variabel X memiliki 7 pernyataan dan variabel Y memiliki 8 pernyataan. Pada variabel X yaitu keberagaman menu diperoleh rata-rata

4,565 dan berada pada kategori sangat baik, hal ini diperoleh melalui hasil rekapitulasi data dan diperoleh nilai tertinggi adalah 4,06 dan nilai terendah adalah 3,89. Sedangkan variabel Y yaitu kepuasan konsumen diperoleh nilai rata-rata 4,563 dan berada pada kategori sangat baik hal ini diperoleh melalui hasil rekapitulasi data dan diperoleh nilai tertinggi adalah 4,02 dan nilai terendah adalah 3,59.

- c. Dari data penelitian yang dikumpulkan baik untuk X (keberagaman menu) maupun Y (kepuasan konsumen) maka perhitungan regresi linear sederhana yang didapatkan adalah $Y = 18.164 + 0,441x$ dimana nilai (a) sebesar 18.164 dan nilai (b) sebesar 0,441. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara keberagaman menu (X) dan kepuasan konsumen (Y).
- d. Berdasarkan hasil output, diketahui nilai koefisien determinasi atau R square adalah sebesar .340 atau setara dengan 34%. Hal ini berarti bahwa variabel keberagaman menu (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 34% sementara sisanya 66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- e. Hasil nilai t_{hitung} terdapat angka t_{hitung} sebesar 4.189. Dikarenakan nilai t_{hitung} $4.189 > t_{tabel}$ 1.679 dengan nilai signifikan 0,05 maka data dinyatakan bahwa keberagaman menu (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan ini maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka hasil uji hipotesis adalah keberagaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada hotel Aston Kupang.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji pengaruh variabel keberagaman menu terhadap kepuasan konsumen pada hotel Aston Kupang. Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel keberagaman

menu (X) diperoleh hasil jawaban responden tertinggi yaitu pada indikator "bahan produk makanan yang ada di hotel Aston beragam" dengan nilai rata-rata 4,06 dan hasil jawaban terendah terdapat pada indikator "desain produk makanan yang ada di hotel Aston beragam" dengan nilai rata-rata sebesar 3,89.

2. Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden pada variabel kepuasan konsumen (Y) diperoleh hasil jawaban responden tertinggi yaitu pada indikator "konsumen bersedia untuk merekomendasikan produk yang telah dibeli kepada kerabat dekat, sahabat, keluarga, kenalan dan orang lain" dengan nilai rata-rata sebesar 4,02 dan hasil jawaban terendah terdapat pada indikator "konsumen bersedia untuk melakukan kunjungan dan pembelian ulang" dengan nilai rata-rata sebesar 3,59.
3. Berdasarkan hasil rekapitulasi perhitungan jawaban kuisioner dengan jumlah 15 item pernyataan yang dibagikan kepada 47 responden dimana variabel X memiliki 7 pernyataan dan variabel Y memiliki 8 pernyataan. Pada variabel X yaitu keberagaman menu diperoleh nilai rata-rata 4,565 dan berada pada kategori sangat baik, Sedangkan variabel Y yaitu kepuasan konsumen diperoleh nilai rata-rata 4,563 dan berada pada kategori sangat baik
4. Berdasarkan hasil output pada model summary variabel keberagaman menu (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 34% sementara sisanya 66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Dari perhitungan regresi linear sederhana maka didapatkan nilai $Y = a + bx$ dimana $a = 18.164$ dan $b = 0,441$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara keberagaman menu (X) dan kepuasan konsumen (Y) pada hotel Aston Kupang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan antara lain:

1. Berdasarkan pada penelitian ini diharapkan kepada pihak hotel Aston untuk dapat meningkatkan aspek dalam keberagaman menu dengan meningkatkan bahan produk makanan sesuai dengan menu yang ada dalam buku menu agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang berkunjung ke hotel Aston Kupang karena pada aspek ini yang berada pada kuisioner yang peneliti bagikan indikator mengenai bahan produk yang beragam mendapatkan respon atau jawaban dengan nilai rendah.
2. Bagi peneliti selanjutnya harus lebih banyak lagi mengembangkan variabel-variabel yang diteliti dengan memperhatikan variabel mana yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain keberagaman menu
3. sehingga hasil penelitian dapat berkembang dan menjadi lebih baik lagi

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Muhamad Wahyu, Handoko Djoko Waluyo, and Sari Listiyorini. "Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, cita Merek, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (2013)

Larasati, Dian Anggun. "Implementasi Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah (Studi Pada Pajak Hiburan Penyelenggaraan Konser Musik di Hotel Kota surakarta Tahun 2015-2016)." (2017)

Materi, Admin.(2020).*Pengertian Hotel Menurut Para Ahli*. Retrieved from <http://materibelajar.co.id//pengertian-hotel>. 10-04- 2021.

Mertayasa,I, Gede, Agus. (2012). *Food and Beverage Service Operational*.

Mertayasa,I, Gede, Agus. (2012). *Food and Beverage Service Operational*. Yogyakarta : CV Andi Offset.

Qin, H and Prybutok, V.R 2010. "Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention in Fast Food Restaurant". *International Journal of Quality and services Sciences*, Vol. 1,p 78-95.

Rada. (2021).*Pengertian Teknik Pengumpulan Data Menurut para ahli*. Retrieved from <https://dosenpintar.com/teknik-pengumpulan-data/> 15-05- 2021.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi. Yogyakarta

Saryono,A (2010). *Metodologi Kualitatif dalam bidang kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2010, 98-99

Sugiyono.(2010).*Metodepenelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sulastiyono. A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono. F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offse