

Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di mangsi tropical denpasar

Ni Luh Putu Erisca Putri¹⁾, Agung Sri Sulistyawati²⁾, I Nyoman Tri Sutaguna³⁾

Sarjana Terapan Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana
Jl. DR. R.Goris No. 7, Denpasar Telp/Fax : (0361) 223798, E-mail: fpar@unud.ac.id
E-mail: eriscaputri0111@gmail.com, agungsri@unud.ac.id, trisutaguna@unud.ac.id

Abstrak

Judul Usulan Penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mangsi Tropical Denpasar. Tujuan diadakannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan di Mangsi Tropical Denpasar. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi ke lokasi penelitian, wawancara, penyebaran kuesioner, studi kepustakaan dan dokumentasi. Teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu *accidental sampling* dengan jumlah yang ditentukan melalui pendekatan slovin yaitu diperoleh sebanyak 60 orang. Untuk menganalisis data digunakan teknik analisis statistik deskriptif yang dipresentasikan menggunakan *skala likert* dan *statistic inferensial*. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kualitas produk dan pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Dengan menggunakan perbandingan antara thitung dengan ttabel maka diperoleh thitung dari variabel Kualitas Produk atau X1 adalah sebesar 6,740 dengan ttabel sebesar 2,002. Jadi dapat dilihat bahwa thitung > ttabel atau 6,740 > 2,002. Sedangkan variabel kualitas pelayanan atau X2 mempunyai thitung sebesar 2,073 dengan ttabel yaitu sebesar 2,002. Jadi dapat dilihat bahwa thitung > ttabel atau 2,073 > 2,002. Variabel yang lebih dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Dimana nilai kontribusi variabel kualitas produk adalah sebesar 58,43%, sedangkan nilai kontribusi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 15,43%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The title of this research proposal is the effect of product and service quality on customer satisfaction at Mangsi Tropical Denpasar. The purpose of this research is to measure the effect of the influence of products and services on customer satisfaction at Mangsi Tropical Denpasar and how much influence the influence of products and services on customer satisfaction at Mangsi Tropical Denpasar. The types and sources of data used are qualitative and quantitative data. Data collection techniques were carried out using observations to research sites, interviews, distributing questionnaires, literature studies and documentation. The informant technique used purposive sampling technique. The sampling technique used was non-probability sampling, namely accidental sampling with the number determined through the slovin approach, which was obtained as many as 60 people. To analyze the data, descriptive statistical analysis techniques were used which were presented using a Likert scale and inferential statistics. The result of this research shows that product and service quality has a positive and significant influence. By using a comparison between tcount and ttable, the tcount of the Product Quality variable or X1 is 6.740 with a t-table of 2.002. So it can be seen that tcount > ttable or 6,740 > 2,002. While the service quality variable or X2 has tcount of 2,073 with ttable of 2,002. So it can be seen that tcount > ttable or 2,073 > 2,002. The more dominant variable affecting consumer satisfaction is product quality. Where the contribution value of the product quality variable is 58.43%, while the contribution value of the service quality variable is 15.43%.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

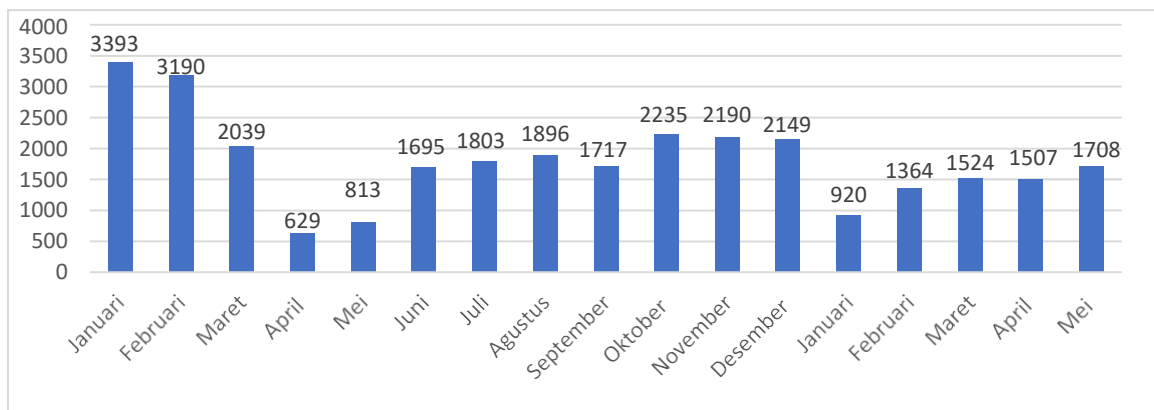
1. PENDAHULUAN

Berkembangnya potensi pariwisata di Bali, juga harus diiringi dengan meningkatnya penyediaan fasilitas-fasilitas pendukung untuk menunjang keperluan wisatawan, dan juga kenyamanan wisatawan. Seperti fasilitas di suatu daya tarik wisata, akomodasi, dan juga rumah makan atau restoran. Hal tersebut yang melatar belakangi para pengusaha tertarik untuk membuka usahanya di Bali khususnya di bidang kuliner. Jenis usaha dibidang kuliner yang saat ini berkembang

pesat adalah restoran. Restoran merupakan usaha yang bersifat komersial dengan tujuan menyediakan pelayanan dibidang makanan dan minuman (Marsum WA, 2005:9). Jika dikelola atau terorganisir dengan baik maka usaha restoran ini akan memiliki masa yang panjang atau kejayaan. Diiringi perkembangan industri pariwisata yang semakin pesat, maka kebutuhan wisatawan dalam bidang kuliner akan terus melonjak sehingga perlunya perhatian lebih terhadap berkembangnya usaha dibidang ini. Wisatawan juga bisa terpicu melalui makanan yang menjadi kebutuhan manusia. Oleh karena itu semakin banyak rumah makan atau restoran yang dibangun untuk menunjang keperluan wisatawan selama berkunjung ke Bali.

Salah satu restoran yang menawarkan konsep unik adalah restoran Mangsi. Mangsi menjadi salah satu pilihan bagi pelanggan dalam bidang kuliner di Kota Denpasar. Mangsi didirikan sejak tahun 2013, sejak tahun itu restoran ini menawarkan pengalaman yang berbeda terkait produk makanan dan minuman yang ditawarkan. Salah satu produk dengan konsep unik yang dimiliki Mangsi adalah minuman kopi yang terdiri dari bumbu rempah seperti kapulaga, cengkeh, jahe, kayumanis, dan temulawak. Tidak hanya kopi rempah, kopi arabika yang memiliki citarasa yang bervariasi juga tersedia di Mangsi. Mangsi Grill and Coffee didirikan tahun 2013 dengan label Mangsi Coffee yang menganut konsep kedai kopi. Tahun 2018 Mangsi Coffee disulap menjadi Mangsi Grill and Coffee yang menjual aneka macam grill. Kendati demikian, Mangsi tetap mempertahankan konsep coffee shop. Produk yang diunggulkan dari Mangsi terbagi menjadi dua (2) yaitu makanan grill dan juga kopinya. Mangsi menyajikan makanan berbasis panggangan dalam waktu maksimal 15 menit. Mangsi juga memiliki saos peneman grill yang berbahan baku rebusan buah kopi, sehingga menghadirkan rasa unik dalam makanan yang disajikan.

Dalam waktu kurang lebih tujuh tahun, Mangsi telah dipercaya pelanggan di Bali sebagai salah satu restoran favorit. Daya tahan Mangsi telah teruji dengan keberadaan 6 cabang di Denpasar dan Badung. Salah satu outlet Mangsi yang beralamat di Jalan Raya Puputan, Renon Denpasar yaitu Mangsi Tropical at Casa Bunga. Produk unggulan dari Mangsi Tropical ini sendiri juga sama seperti outlet Mangsi lainnya yaitu kopi yang terbuat dari bahan rempah-rempah dan saus peneman grill yang terbuat dari ekstrak Kopi Arabika Kintamani. Adapun menu kopi yang disajikan di Mangsi Tropical yaitu *cappucino*, *coffee latte*, *coffee mocha*, *coffee hazelnut*, *coffee cookies*, *mangsi sensation*, *black ice*, *affogato*, *espresso*, *ristretto*, *long black*, kopi gula aren dan *macchiato*. Untuk menu grill berupa *beef super grill*, *grill chicken*, *beef super grill salad*, *grill chicken salad*, *grill chicken burger*, *grill beef burger*, *grill beef slice butter rice*, *beef super grill butter rice*, dan juga *pizza*. Mangsi Tropical baru berdiri pada tahun 2018, cukup terbilang baru namun tempat ini sudah banyak dikenal dan dikunjungi pelanggan. Mangsi Tropical ini juga merupakan outlet yang memiliki keunggulan serta konsep berbeda dibandingkan dengan outlet Mangsi yang lain maupun restoran lainnya. Sesuai dengan namanya Mangsi Tropical memiliki konsep bangunan tropical yang disuguhkan dengan pemandangan yang sangat asri. Tidak hanya itu saja yang menjadi keunggulan dari Mangsi Tropical, selain konsep yang unik Mangsi Tropical juga menyediakan fasilitas yang lengkap dan dapat menunjang kebutuhan pelanggan dalam melaksanakan berbagai kegiatan-kegiatan. Seperti misalnya fasilitas taman atau garden yang bisa disewakan untuk melaksanakan kegiatan birthday party, gathering, maupun kegiatan yang lainnya. Fasilitas lainnya juga seperti meeting room, yang dapat dimanfaatkan pelanggan dalam melaksanakan meeting dengan rekannya. Mangsi Tropical terletak di pusat kota, dan tentunya berdekatan dengan beberapa restoran dikawasan Renon, oleh karena itu Mangsi Tropical sering kali melakukan pembaharuan-pembaharuan sebagai salah satu bentuk inovasi sekaligus ide-ide baru yang ditawarkan bagi pelanggan melalui pendekatan pasar dengan tujuan menawarkan sesuatu yang baru. Mangsi Tropical ini adalah cabang yang cukup banyak dikunjungi oleh pelanggan, dapat dilihat dari grafik kunjungan berikut:



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Pelanggan ke Mangsi Tropical dari Bulan Januari 2020 - Mei 2021
Sumber: Manager Mangsi Tropical (2021)

Gambar 1.1 memaparkan jumlah kunjungan pelanggan ke Mangsi Tropical mengalami fluktuasi. Jumlah kunjungan tertinggi terjadi pada bulan Januari 2020 dengan jumlah kunjungan sebesar 3393 orang. Berdasarkan informasi dari Manager Mangsi Tropical besarnya angka pengunjung pada bulan Januari hingga Maret ini terjadi karena adanya promosi-promosi yang ditawarkan oleh Mangsi Tropical. Namun untuk bulan selanjutnya mengalami fluktuasi yang cenderung menurun. Untuk jumlah kunjungan pelanggan terendah terjadi pada bulan April 2020, dengan jumlah pelanggan sebanyak 629 orang. Hal ini disebabkan oleh adanya COVID-19, sehingga diberlakukannya PSBB dan juga lockdown.

Manajemen Mangsi Tropical terus berinovasi dalam memberikan sekaligus memanjakan pelanggan melalui indikator dari segi kualitas produk yang ditawarkan, harga produk yang tersedia, hingga jasa pelayanan yang ditujukan bagi para pelanggan, tentunya hal ini didasari untuk meningkatkan kepuasan dari para pelanggan yang datang ke restoran ini. Alhasil apabila pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan, maka kesenjangan antara keinginan terhadap kualitas produk, harga serta pelayanan tidak akan terjadi dan bisa diminimalisir kedepannya. Pelanggan yang puas merupakan keinginan bagi setiap perusahaan termasuk restoran Mangsi Tropical. Apabila pelanggan puas terhadap produk dan jasa yang ditawarkan, maka tidak mungkin bagi sebuah perusahaan akan memenangkan persaingan antar kompetitor lainnya dalam industri makanan dan minuman..

Kualitas produk dan pelayanan menjadi salah satu faktor yang mengindikasikan sekaligus mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kemampuan suatu produk meliputi: ketahanan, ketepatan, keterandalan, serta kemudahan dalam penggunaan penggunaan produk merupakan salah satu indikator dalam menilai kualitas produk yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan sebuah produk untuk memverikan rasa puas sekaligus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2008: 273). Tjiptono & Chandra (2005: 110) memaparkan kualitas menjadi sebuah fenomena yang dinamis berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan sesuai dengan harapan konsumen. Tentu saja tidak mudah untuk mendapatkan kualitas produk yang sesuai keinginan, harus menggunakan standarisasi kualitas agar produk memiliki kualitas yang baik. Tjiptono & Chandra (2005:130-131) memaparkan bahwa penjabaran kualitas dibagi atas delapan dimensi yaitu 1) Kinerja (*performance*) yaitu dimensi ini secara langsung berkaitan dengan fungsi utama dari sebuah produk yang menjadi karakteristik sekaligus pertimbangan bagi pelanggan. 2) Fitur produk (*features*) yaitu karakteristik dari sebuah produk disertai detail tambahan yang memberikan detail manfaat sebuah produk. 3) Keandalan (*reliability*) yaitu dimensi ini menjadi acuan tingkat konsistensi keberhasilan suatu produk dalam menjalankan fungsi aslinya. 4) Kesesuaian (*conformance*) yaitu kesesuaian kinerja produk sekaligus keakuratan spesifikasi berdasarkan keinginan pelanggan. 5) Daya tahan (*durability*) yaitu durasi sekaligus periode dari sebuah produk. 6) Kemampuan untuk diperbaiki (*serviceability*) yaitu dimensi yang berhubungan erat dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan dari suatu produk untuk dimodifikasi serta diperbaiki. 7) Estetika (*aesthetic*) yaitu dimensi ini melihat dan menilai suatu produk melalui tanggapan konsumen, tampilan luar produk yang mampu membuat pelanggan tertarik, rasa produk, serta aroma produk. 8) *Perceived quality* yaitu penilaian pelanggan melalui

citra, merek, atau iklan menjadi indikator penilaian dari segi dimensi ini.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan daya saing sebuah perusahaan terutama di bidang kuliner. Tjiptono (2007) memaparkan bahwa kualitas pelayanan sebagai sebuah upaya untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan dalam mengimbangi harapan sebelum menggunakan produk dan jasa yang ditentukan. Tjiptono (2004: 70) memaparkan lima dimensi dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yaitu: 1) Bukti fisik (*Tangible*) yaitu penampilan dan kemampuan, meliputi sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan; 2) Keandalan (*Reliability*) yaitu tingkat kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan dan ditawarkan; 3) Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu indikator pembantu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan efektif dan efisien; 4) Jaminan (*Assurance*) yaitu sifat yang timbul dari dalam diri pegawai untuk menumbuhkan sekaligus membuat pelanggan percaya kepada perusahaan; 5) Empati (*Empathy*) yaitu sikap perhatian yang tulus dalam membentarkan pelayanan kepada pelanggan. Pelanggan selalu mempunyai harapan sebelum melakukan pembelian, yaitu mendapatkan pelayanan yang memuaskan.

Bisnis tidak hanya beroentasi terhadap profit, tetapi menyangkut manfaat dari suatu produk setelah digunakan sekaligus melalui sikap dari pelanggan itu sendiri seperti royal, rasa puas terhadap produk dan komitmen dalam menggunakan produk tersebut (Mowen dan Minor, 2002). Mangsi Tropical sebagai lokasi diadakannya penelitian ini memiliki berorientasi untuk terus memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Mangsi Tropical dalam proses usahanya harus mampu mempertahankan kualitas produk dan juga pelayanannya demi tercapainya tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan sebagai usaha komersil. Kendati demikian, Mangsi Tropical konsisten dalam mengikuti standar produksi dan Teknik pemasaran secara terampil, namun masih terdapat pelanggan yang memberikan penilaian tidak memuaskan terhadap Mangsi Tropical.

Berdasarkan beberapa *guest comment* yang didapat melalui ulasan yang dituliskan oleh pelanggan di beberapa media, menyatakan bahwa kualitas produk dan juga pelayanan yang ada di Mangsi Tropical masih banyak memiliki kekurangan.

Tabel 1. Tanggapan Pelanggan Terhadap Mangsi Tropical

No	Identitas	Media Ulasan	Tanggapan Pelanggan
1	Ita C	<i>Trip Advisor</i>	Menunggu sekitar 1 jam untuk piring dan cangkir yang sudah kosong untuk di <i>clear up</i> , <i>in fact the crew just sitting right next to me? I need to wait for the unnattantive crew, this si hube different sitting 5 stars cafe with this café.</i>
2	Marienr	<i>Trip Advisor</i>	Pada saat masih ngobrol dan makanan belum habis, pelayan bergantian bertanya apakah sudah bisa diangkat tempat makannya, padahal posisi garpu pisau belum menyatakan selesai dan makanannya pun masih setengah porsi. Lebih dari 5x pelayan bergantian bertanya dalam waktu setengah jam, padahal masih ada meja kosong, terasa diusir karena ditanya berkali-kali.
3	Hendra	<i>Trip Advisor</i>	<i>Confused</i> , memesan parmigiana ketika pesanan tiba parmigiana cukup berbeda dengan restoran lain yakni nugget ayam bulat dengan keju <i>mozzarella</i> . <i>Sorry but the first time and the last.</i>
4	Abraham	Zomato	<i>To start with coffee was too hot, they burnt the milk, food was very standard. Cozy place but their products was so so. I don't think I will come back here any time soon.</i>

5	Afirasetiady	Zomato	Benar-benar kecewa, order capiccono dan foamnya berantakan, benar-benar busa susu di atas kopi. Pesan pizza tapi doughnya masih putih, tepung dimana-mana.
6	Dindaindii	Zomato	<i>I feel really dissapointed at the food.</i> Menu tidak dicantumkan foto dan isi menu secara detail. Pizza terasa aneh karena bahan adonan dan toppingnya dimasukkan kulkas. Chicken parmagiana ayamnya tipis tidak <i>fresh</i> , sayur salad layu.
7	Mascittapратиwi	Zomato	<i>There's nothing special with their coffee, thin taste, small portion of food.</i>
8	Fachrozi	Google	Steak sapi yang buruk, aglio olio yang buruk, tidak semua menu siap saat makan siang, <i>please evaluate how your chef/cook cooking the menu.</i>
9	Pasek Darmawasya	Google	Kualitas makanan perlu ditingkatkan. Tagline nya <i>grill</i> tapi menu <i>grill</i> kurang maksimal. Daging agak keras dan alot.
10	Adi Pardita	Google	Sekarang kedai kopi sudah sangat banyak di Denpasar, jadi rasanya agak ketinggalan zaman, terutama dalam hal variasi menu dan harga.

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2021)

Berdasarkan tanggapan pelanggan pada tabel 1. dapat dilihat bahwa pelanggan mengeluhkan mengenai pelayan yang sangat lambat dalam memberikan pelayanan, dan juga ada yang mengeluhkan bahwa pelayan tidak sopan terhadap pelanggan karena beberapa kali selalu menanyakan apakah piringnya sudah bisa diangkat, padahal makanannya masih ada setengah porsi, seperti mengusir secara halus. Sebagian pelanggan mengeluhkan porsi makanan yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan., banyak yang mengatakan porsi terlalu kecil. Tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan di menu. Beberapa pelanggan menilai bahwa rasa dari makanan dan minuman yang disajikan tidak enak, tidak sesuai dengan tampilan visualnya dan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Makanan yang dihidangkan oleh Mangsi Tropical rasanya berbeda dengan tempat lain yang menjual makanan yang sejenis.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dijelaskan menjadi latar belakang bagi penulis dalam mengkaji sekaligus meneliti mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical, melalui penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mangsi Tropical Denpasar”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Mangsi Tropical yang terletak di Jalan Raya Puputan Renon, Denpasar. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *non-probability* sampling yaitu *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2006:67). Pada penelitian ini, digunakan teknik analisis data kuantitatif dengan menggunakan pendekatan statistik yang terdiri dari dua jenis statistik yang digunakan yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Pada statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui

perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Pada penelitian ini penyajian data menggunakan tabel dan akan dipresentasikan dengan menggunakan *skala likert*. *Skala likert* merupakan teknik analisis statistik deskriptif menggunakan kuesioner dengan dijabarkan pertanyaan-pertanyaan dengan nilai-nilai yang telah diberikan interval dengan kategori jawaban pertanyaan. Sesuai dengan kategori nilai yang diberikan yaitu 1(satu) untuk nilai terendah dan 5 untuk nilai tertinggi, sedangkan untuk mencari rentang (interval) digunakan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \text{Interval Kelas}$$

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

Berdasarkan jumlah interval tersebut maka dapat disusun kategori kepuasan pelanggan seperti tabel di bawah ini:

Tabel 2. Indeks Skala Likert

No	Kriteria Tanggapan	Skor	Indeks
1.	Sangat Baik	5	4,24 – 5,00
2.	Baik	4	3,43 – 4,23
3.	Cukup Baik	3	2,62 – 3,42
4.	Tidak Baik	2	1,81 – 2,61
5.	Sangat Tidak Baik	1	1,00 – 1,80

Sumber: Hasil Modifikasi Skala Likert (Slamet, 1993:19)

Sedangkan analisis data statistic inferensial yaitu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi, dan statistik ini sangat cocok digunakan apabila sampel diambil dari populasi yang sudah jelas dan cara pengambilan sampel dari populasi tersebut dilakukan secara acak. Yang termasuk analisis data statistik inferensial dalam penelitian ini yaitu: 1) Uji Instrumen yakni untuk pengukuran seluruh variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian, yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas; 2) Uji asumsi klasik yakni bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang diperlukan dalam penelitian, dimana terdapat tiga macam uji asumsi klasik yaitu uji Normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas; 3) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk mengetahui adakadanya hubungan kausal atau pengaruh variabel bebas (Independent) Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel terikat (Dependent) Kepuasan Pelanggan (Y); 4) Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat; 5) Uji t, pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. 6) Uji determinasi adalah teknik analisis pengujian yang mengukur besarnya persentase dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Karakteristik Responden

Tabel 3. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	29	48
Wanita	31	52
Jumlah	60	100

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 3. maka dapat dilihat bahwa responden penelitian ini dominan dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 31 orang dengan persentase 52%. Sedangkan responden dengan kelamin laki-laki sebanyak 29 orang dengan persentase 48%.

Tabel 4. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
15-20 Tahun	10	17
21-25 Tahun	31	51
26-30 Tahun	10	17
31-35 Tahun	3	5
36-40 Tahun	4	7
>40 Tahun	2	3
Jumlah	60	100

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 4. maka dapat diketahui bahwa karakteristik pelanggan berdasarkan usia yang berkunjung ke Mangsi Tropical yaitu, pelanggan dengan usia 21-25 tahun berjumlah 31 orang dengan persentase 51%, posisi terbanyak kedua disusul golongan usia 15-20 tahun dan 26-30 tahun dengan jumlah yang sama yaitu masing-masing 10 orang atau 17%. Selanjutnya golongan usia 36-40 tahun sebanyak 4 orang atau 7%, golongan usia 31-35 tahun sejumlah 3 orang atau 5%, dan golongan >40 tahun sebanyak 2 orang atau 3%.

Tabel 5. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	25	41
Wirausaha	10	17
Pegawai Swasta	13	22
Pegawai Negeri Sipil	6	10
Yang Lain	6	10
Jumlah	60	100

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 5. dapat dilihat bahwa karakteristik pelanggan yang berkunjung ke Mangsi Tropical berdasarkan pekerjaan didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah 25 orang atau 41%, disusul oleh golongan pegawai swasta sebanyak 13 orang atau dengan persentase 22%. Golongan pekerjaan wirausaha sebanyak 10 orang atau 17%, golongan Pegawai Negeri Sipil memiliki jumlah yang sama dengan pekerjaan yang lain yaitu dengan persentase yaitu 10% atau masing-masing 6 orang.

Tabel 6. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD	0	0
SMP/Mts	1	2
SMA/SMK	21	35
Diploma/Sarjana	37	61
Yang Lain	1	2
Jumlah	60	100

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 6. maka dapat diketahui bahwa karakteristik pelanggan yang berkunjung ke Mangsi Tropical, jika dilihat dari pendidikan terakhir yang paling dominan adalah Diploma/Sarjana yaitu 37 orang atau dengan persentase 61%, selanjutnya dengan pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 21 orang atau 35%. Pendidikan SMP/Mts dan Yang lainnya memiliki

persentase yang sama yaitu 2% atau masing-masing 1 orang. Sedangkan tidak ada responden dengan pendidikan terakhir SD.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1 Kali	17	28
2-3 Kali	34	57
4-5 Kali	6	10
>5 Kali	3	5
Jumlah	60	100

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa karakteristik pelanggan yang berkunjung ke Mangsi Tropical berdasarkan frekuensi pembelian yang paling dominan adalah responden dengan pembelian 2-3 kali sebanyak 34 orang atau 57%, disusul dengan frekuensi pembelian 1 kali dengan jumlah 17 orang atau 28%, 4-5 kali sebanyak 6 orang atau dengan persentase 10% dan >5 sebanyak 3 orang atau 5%.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung

Tujuan Berkunjung	Jumlah Responden	Persentase (%)
<i>Garhering</i>	8	13
<i>Meeting</i>	21	35
<i>Birthday/Wedding Party</i>	7	12
Hanya Untuk Makan dan Minum	24	40
Jumlah	60	100

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 8. maka dapat diketahui bahwa tujuan pelanggan berkunjung ke Mangsi Tropical yang paling dominan adalah hanya untuk makan dan minum yaitu sebanyak 24 orang atau 40%, tujuan paling banyak kedua yaitu untuk meeting sebanyak 21 orang atau 35%. Tujuan berkunjung untuk gathering sebanyak 8 orang atau 13%, dan yang terakhir yaitu untuk *birthday/wedding party* sebanyak 7 orang atau 12%.

Tabel 9. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Saat Berbelanja

Rata-Rata Pengeluaran	Jumlah Responden	Persentase (%)
< Rp 50.000	5	9
Rp 50.000 – Rp 150.000	34	57
Rp 151.000 – Rp 250.000	11	18
Rp 251.000 – Rp 350.000	8	13
>Rp 350.000	2	3
Jumlah	60	100

Sumber: Diolah Dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 9. dapat diketahui bahwa karakteristik pelanggan yang berbelanja ke Mangsi Tropical jika dilihat dari rata-rata pengeluaran saat berbelanja adalah sebanyak 5 orang atau 9% memiliki rata-rata pengeluaran < Rp 50.000, pelanggan dengan rata-rata pengeluaran Rp 50.000 - Rp 150.000 adalah 57% atau sebanyak 34 orang, rata-rata pengeluaran Rp 151.000 - Rp 250.000 adalah sebanyak 11 orang atau dengan persentase 18%, pelanggan dengan rata-rata pengeluaran berbelanja Rp 251.000 - Rp 350.000 adalah sebanyak 8 orang atau 13%, dan rata-rata pengeluaran pelanggan >Rp 350.000 adalah sebanyak 2 orang atau dengan persentase 3%.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Orang yang Diajak Berkunjung

Teman Berkunjung	Jumlah Responden	Persentase (%)
Teman	39	65
Keluarga	13	22
Pasangan	8	13
Jumlah	60	100

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 10. dapat dilihat bahwa karakteristik yang berkunjung ke Mangsi Tropical berdasarkan orang yang diajak berkunjung yaitu sebanyak 65% atau 39 responden berpendapat bahwa orang yang diajak berkunjung adalah teman, pelanggan yang berkunjung dengan keluarga sebanyak 13 orang atau dengan persentase 22%, dan pelanggan yang berkunjung dengan pasangan sebanyak 13% atau 8 orang.

3.1.2 Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di Mangsi Tropical

Frekuensi persepsi pelanggan ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan umum responden dari variabel penelitian yang dinyatakan dalam skala *likert*. Penilaian responden akan diklasifikasikan kedalam 5 skala, mulai dari terendah dengan nilai 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Kurang Setuju), 4 (Setuju), dan yang paling tinggi yaitu nilai 5 (Sangat Setuju). Maka berikut adalah hasil perhitungan skala likert persepsi pelanggan terhadap pengaruh kualitas produk, pelayanan dan kepuasan pelanggan Mangsi Tropical.

Tabel 11. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden							
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Total	Rata - Rata	Ket
1	Makanan yang dihidangkan oleh Mangsi Tropical rasanya lebih enak dibandingkan dengan tempat lain yang menyediakan makanan sejenis	0	1	13	33	13	238	3,96	Setuju
2	Varian produk makanan yang disajikan oleh Mangsi Tropical menarik untuk dicoba	0	0	15	30	15	240	4,00	Setuju
3	Varian produk minuman yang disajikan oleh Mangsi Tropical menarik untuk dicoba	0	0	5	38	17	252	4,20	Setuju
4	Porsi makanan yang disajikan oleh Mangsi Tropical sesuai dengan keinginan/kebutuhan pelanggan	0	2	11	29	18	243	4,05	Setuju
5	Porsi minuman yang disajikan oleh Mangsi Tropical sesuai dengan keinginan/kebutuhan pelanggan	0	0	17	30	13	236	3,93	Setuju
6	Tampilan makanan yang disajikan Mangsi Tropical menarik	0	0	7	38	15	248	4,13	Setuju
7	Tampilan minuman yang disajikan Mangsi Tropical menarik	0	1	6	29	24	256	4,26	Sangat Setuju

8	Mangsi Tropical menyajikan menu makanan yang bervariasi	0	0	13	33	14	241	4,02	Setuju
9	Mangsi Tropical menyajikan menu minuman yang bervariasi	1	0	8	35	16	245	4,08	Setuju
10	Penyajian makanan yang disajikan tertata rapi	0	0	6	34	20	254	4,20	Setuju
11	Makanan yang disediakan Mangsi Tropical higienis/sehat	0	0	4	37	19	255	4,25	Sangat Setuju
12	Minuman yang disediakan Mangsi Tropical higienis/sehat	0	0	6	38	16	250	4,16	Setuju
13	Aneka makanan yang disajikan Mangsi Tropical menggugah selera pelanggan	0	0	10	33	17	247	4,11	Setuju
14	Aneka minuman yang disajikan Mangsi Tropical menggugah selera pelanggan	0	0	12	32	16	244	4,06	Setuju
15	Makanan yang disajikan oleh Mangsi Tropical sesuai dengan menu yang ditawarkan	0	0	10	30	20	250	4,16	Setuju
16	Minuman yang disajikan oleh Mangsi Tropical sesuai dengan menu yang ditawarkan	0	0	7	34	19	252	4,20	Setuju
17	Rasa makanan yang disajikan Mangsi Tropical sesuai dengan tampilan visual	0	4	10	33	13	235	3,91	Setuju
18	Rasa minuman yang disajikan Mangsi Tropical sesuai dengan tampilan visual	0	2	11	35	12	237	3,95	Setuju
19	Penyajian makanan Mangsi Tropical menarik	0	1	6	35	18	250	4,16	Setuju
20	Penyajian minuman Mangsi Tropical menarik	0	0	9	35	16	247	4,11	Setuju
21	Makanan di Mangsi Tropical beraroma sedap	0	0	5	38	17	252	4,20	Setuju
22	Makanan yang disajikan Mangsi Tropical memiliki ciri khas	1	2	13	31	13	233	3,88	Setuju
23	Minuman yang disajikan Mangsi Tropical memiliki ciri khas	0	2	15	30	13	234	3,90	Setuju
24	Makanan yang disajikan Mangsi Tropical bergizi	0	1	17	33	9	230	3,83	Setuju
25	Minuman yang disajikan Mangsi Tropical aman dikonsumsi	0	0	4	37	19	255	4,25	Setuju
26	Mutu makanan yang disajikan Mangsi Tropical sesuai dengan keinginan anda	1	0	8	41	10	239	3,98	Setuju
27	Mutu minuman yang disajikan Mangsi Tropical sesuai dengan keinginan anda	0	1	5	35	19	252	4,20	Setuju

28	Produk makanan yang dijual Mangsi Tropical paling unggul di antara pesaing sekitar	0	4	21	27	8	219	3,65	Setuju
29	Produk minuman yang dijual Mangsi Tropical paling unggul di antara pesaing sekitar	0	4	17	32	7	222	3,70	Setuju
Total Skor								117,49	Setuju
Rata-Rata								4,05	

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 11. dapat diketahui bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas produk berada pada kategori setuju yaitu pada interval 3,43 – 4,23. Hal ini dapat dilihat berdasarkan penilaian responden mengenai variabel kualitas produk mendapatkan skor rata-rata 4,05 yakni masih berada pada rentang setuju, namun belum mencapai target sangat setuju. Masih banyak pelanggan yang memberikan tanggapan kurang setuju bahkan sampai ada sangat tidak setuju dengan beberapa pertanyaan yang ada di masing-masing indikator.

Tabel 12. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden							
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Total	Rata - Rata	Ket
1	Mangsi Tropical memiliki tempat yang bersih dan rapi sehingga dapat memberikan kenyamanan	0	0	3	35	22	259	4,31	Sangat Setuju
2	Karyawan Mangsi Tropical berpenampilan rapi dan menarik.	0	0	6	38	16	250	4,16	Setuju
3	Fasilitas pelengkap (meja, kursi, wastafel,wifi, dll) yang disediakan Mangsi Tropical dalam keadaan baik.	0	0	7	31	22	255	4,25	Sangat Setuju
4	Pemesanan makanan dan minumandi Mangsi Tropical dilayani dengan cepat.	0	1	7	38	14	245	4,08	Setuju
5	Pelayan Mangsi Tropical memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan.	0	0	10	33	17	247	4,11	Setuju
6	Karyawan Mangsi Tropical lamban dalam menangani pesanan.	0	9	9	28	14	227	3,78	Setuju
7	Kasir Mangsi Tropical menghitung harga pemesanan dengan cermat.	0	1	8	36	15	245	4,08	Setuju
8	Karyawan Mangsi Tropical selalu siap ketika dibutuhkan.	0	1	4	38	17	251	4,18	Setuju
9	Pengunjung tidak perlu menunggu terlalu lama dari memesan sampai makanan disajikan.	1	0	13	35	11	235	3,91	Setuju
10	Karyawan Mangsi Tropical selalu tanggap terhadap keluhan yang diajukan pelanggan.	0	0	6	37	17	251	4,18	Setuju

11	Karyawan Mangsi Tropical memberikan pelayanan dengan sopan.	0	0	2	38	20	258	4,30	Sangat Setuju
12	Keamanan parkir terjamin.	0	0	4	36	20	256	4,26	Sangat Setuju
13	Karyawan Mangsi Tropical memberikan pelayanan yang nyaman dan ramah bagi Anda.	0	1	4	37	18	252	4,20	Setuju
14	Karyawan Mangsi Tropical memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan pelanggan	0	0	2	40	18	256	4,26	Sangat Setuju
15	Karyawan Mangsi Tropical tidak memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan Anda.	1	10	5	30	14	226	3,76	Setuju
Total Skor								61,88	Setuju
Rata-Rata								4,12	

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 12. dapat diketahui bahwa pelanggan Mangsi Tropical secara keseluruhan memiliki pandangan terhadap kualitas pelayanan yang baik, hal dapat dilihat berdasarkan penilaian responden mengenai indikator variabel kualitas pelayanan secara umum yang mendapatkan rata-rata skor 4,12 yakni berada pada rentang setuju. Mangsi Tropical memiliki tempat yang bersih dan rapi sehingga dapat memberikan kenyamanan menjadi indikator tertinggi dalam variabel kualitas pelayanan dengan skor 4,31. Sedangkan indikator karyawan Mangsi Tropical tidak memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan Anda menjadi indikator yang mendapatkan nilai terendah yaitu 3,76.

Tabel 13. Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden							
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Total	Rata - Rata	Ket
1	Saya merasa puas setelah menikmati makanan di Mangsi Tropical	0	0	3	44	13	250	4,16	Setuju
2	Saya merasa puas setelah menikmati minuman di Mangsi Tropical	0	0	6	38	16	250	4,16	Setuju
3	Saya memperoleh pengalaman lebih baik dibandingkan dengan tempat kuliner lain yang sejenis	0	0	15	31	14	239	3,98	Setuju
4	Makanan yang disediakan Mangsi Tropical sesuai dengan selera saya	0	0	7	39	14	247	4,11	Setuju
5	Minuman yang disediakan Mangsi Tropical sesuai dengan selera saya	1	1	8	34	16	243	4,05	Setuju
6	Saya berminat berkunjung kembali ke Mangsi Tropical karena produk yang disajikan memuaskan	1	0	9	32	18	246	4,10	Setuju

7	Saya merekomendasikan Mangsi Tropical sebagai salah satu tempat tujuan kuliner kepada kenalan saya karena produk yang disajikan sangat memuaskan	0	0	4	36	20	256	4,26	Sangat Setuju
Total Skor								28,85	Setuju
Rata-Rata								4,12	

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 13. tanggapan responden dari tujuh indikator yang digunakan menunjukkan nilai rata-rata 4,12 yang masuk ke dalam interval 3,43 – 4,23 yang artinya bahwa responden setuju. Dari ketujuh indikator yang mendapatkan skor tertinggi yaitu indikator saya merekomendasikan Mangsi Tropical sebagai salah satu tempat tujuan kuliner kepada kenalan saya karena produk yang disajikan sangat memuaskan dengan skor 4,26.

3.1.3 Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui setiap butir pertanyaan valid atau tidak valid yaitu dengan syarat apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut valid, begitu juga sebaliknya. Nilai r_{hitung} untuk pengujian ini dapat diketahui melalui hasil pengolahan data melalui SPSS. Sedangkan nilai r_{tabel} untuk $n=60$ dan taraf kesalahan (α) 5% adalah sebesar 0,254 ($df = n-2$). Dari proses uji validitas yang sudah dilakukan terhadap 60 responden, maka dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Item X1	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0,530	0,254	Valid
2	0,565	0,254	Valid
3	0,496	0,254	Valid
4	0,550	0,254	Valid
5	0,596	0,254	Valid
6	0,385	0,254	Valid
7	0,528	0,254	Valid
8	0,553	0,254	Valid
9	0,649	0,254	Valid
10	0,318	0,254	Valid
11	0,470	0,254	Valid
12	0,602	0,254	Valid
13	0,647	0,254	Valid
14	0,657	0,254	Valid
15	0,590	0,254	Valid
16	0,578	0,254	Valid
17	0,704	0,254	Valid
18	0,746	0,254	Valid
19	0,606	0,254	Valid
20	0,489	0,254	Valid
21	0,587	0,254	Valid
22	0,360	0,254	Valid
23	0,614	0,254	Valid
24	0,649	0,254	Valid
25	0,601	0,254	Valid

26	0,650	0,254	Valid
27	0,650	0,254	Valid
28	0,526	0,254	Valid
29	0,557	0,254	Valid

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 14. mengenai hasil pengujian validitas, diketahui bahwa dua puluh Sembilan pertanyaan mengenai variabel kualitas produk dapat dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh item pertanyaan memiliki nilai rhitung lebih besar dari rtabel yaitu sebesar 0,254.

Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Item X2	rhitung	rtabel	Kesimpulan
1	0,554	0,254	Valid
2	0,687	0,254	Valid
3	0,596	0,254	Valid
4	0,636	0,254	Valid
5	0,548	0,254	Valid
6	0,487	0,254	Valid
7	0,680	0,254	Valid
8	0,671	0,254	Valid
9	0,643	0,254	Valid
10	0,507	0,254	Valid
11	0,534	0,254	Valid
12	0,409	0,254	Valid
13	0,532	0,254	Valid
14	0,594	0,254	Valid
15	0,324	0,254	Valid

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 15. dapat diketahui bahwa lima belas item pertanyaan yang terdapat di dalam variabel kualitas pelayanan dapat dikatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari rhitung pada masing-masing item pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar daripada rtabel yang sebesar 0,254.

Tabel 16. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Y	rhitung	rtabel	Kesimpulan
1	0,609	0,254	Valid
2	0,746	0,254	Valid
3	0,521	0,254	Valid
4	0,695	0,254	Valid
5	0,706	0,254	Valid
6	0,701	0,254	Valid
7	0,608	0,254	Valid

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 16. mengenai hasil uji validitas kepuasan pelanggan, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang terdapat pada variabel kepuasan pelanggan sebanyak tujuh dapat dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari rhitung (*Corrected Item-Total Correlation*) pada masing-masing item pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar daripada rtabel yang sebesar 0,254.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Suatu variabel dinyatakan *reliabel* apabila memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas yang menggunakan program SPSS versi 25.0 for windows.

Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	R Standar	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,924	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,824	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,770	0,60	Reliabel

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 17. dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari kualitas produk (X1) sebesar 0,924, nilai *cronbach alpha* kualitas pelayanan adalah 0,824 sedangkan nilai *cronbach alpha* dari kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,770/ Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 (*cronbach alpha* > 0,60). Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen dari ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

3.1.4 Hasil Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Untuk mendapatkan hasil uji yang lebih pasti, normalitas dapat diuji dengan menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov. Untuk melihat data normal dapat menggunakan pedoman nilai *P-value* pada kolom *Asimp.Sig (2-tailed)* > *level of significant* ($\alpha = 0,05$) maka data dapat berdistribusi dengan normal, begitu juga sebaliknya jika *P-value* pada kolom *Asimp.Sig (2-tailed)* < *level of significant* ($\alpha = 0,05$) berarti data tidak berdistribusi normal.

Tabel 18. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51404144
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.049
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 18. dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah sebesar 0,200. Disebabkan *Asimp.Sig (2-tailed)* > *level of significant* ($\alpha = 0,05$) atau $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data untuk variabel adalah berdistribusi dengan normal. Dengan

menggunakan tiga jenis uji yaitu grafik histogram, *p-plot* dan uji Kolmogorov smirnov maka ketiga uji tersebut memiliki hasil yang sama yaitu data dapat berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk analysis lebih lanjut.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 19. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficient s ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearit y Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.58 5	2.338		.250	.803		
	Kualitas Produk	.18 0	.027	.689	6.7 40	.000	.438	2.281
	Kualitas Pelayanan	.11 4	.055	.212	2.0 73	.043	.438	2.281

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 25 dapat dilihat pada Tabel 19. diatas, maka didapatkan hasil nilai *tolerance* pada variabel bebas (*independent*) yaitu kualitas produk dan pelayanan adalah sebesar 0,438 lebih besar dari bilai batas yang ditentukan yaitu 0,10 atau $0,438 > 0,10$. Sedangkan untuk nilai VIP pada variabel bebas (*independent*) yaitu kualitas produk dan pelayanan adalah sebesar 2,281 lebih kecil dari 10,00 atau $2,281 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolineritas antara masing-masing variabel bebas dan dapat digunakan untuk memprediksi penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dengan metode glejser ini adalah jika nilai signifikansi (sig) antara variabel *independent* dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan metode glejser dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.716	1.505		.476	.636
	Kualitas Produk	.002	.017	.026	.132	.895
	Kualitas Pelayanan	.003	.035	.015	.075	.941

a. *Dependent Variable:* Abs_Res

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 20. dapat dilihat pada bagian signifikansi (sig) bahwa variabel Kualitas Produk (X1) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,895 dan dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,941 yang dimana kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini dapat

dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dengan menggunakan dua metode tersebut yaitu *scatterplots* dan metode glejser, didapatkan hasil yang sama yaitu tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada data dalam penelitian ini.

3.1.5 Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mangsi Tropical secara Simultan

1. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 21. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.585	2.338		.250	.803
	Kualitas Produk	.180	.027	.689	6.740	.000
	Kualitas Pelayanan	.114	.055	.212	2.073	.043

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan hasil tersebut dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian yaitu: $Y = 0,585 + 0,180 X_1 + 0,114 X_2$. Konstanta sebesar 0,585 dapat diartikan bahwa jika kualitas produk dan kualitas pelayanan diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan hanya sebesar 0,585. Koefisien regresi dari kualitas produk adalah sebesar 0,180. Menyatakan bahwa, setiap kenaikan tingkat kualitas produk sebesar satu poin maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,180, begitu juga sebaliknya. Koefisien regresi dari kualitas pelayanan adalah sebesar 0,114. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,114, begitu juga sebaliknya.

2. Uji F

Tabel 22. Hasil Uji F Kualias Produk dan Kualitas Pelayanan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	382.403	2	191.202	80.582	.000 ^b
	Residual	135.247	57	2.373		
	Total	517.650	59			

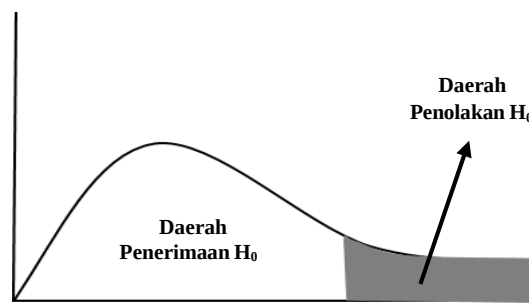
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Dari tabel Anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai $Sig < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Dimana kesimpulannya adalah signifikan yang artinya bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical.

Adapun cara lain yang digunakan untuk melihat uji F adalah dnegan cara membandingkan Fhitung dengan Ftabel. Dimana Ftabel adalah sebesar 3,16 dan diketahui bahwa Fhitung sebesar 80,582. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $80,582 > 3,16$, artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical.



$F_{\text{tabel}} (3,16)$

$F_{\text{hitung}} (80,582)$

Gambar 2. Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 dengan Uji F-test

Sumber: Diolah Dari Data Penelitian (2021)

3.1.6 Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mangsi Tropical secara Parsial

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara parsial atau individual terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical maka digunakan Uji t.

Tabel 23. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.585	2.338		.250	.803
	Kualitas Produk	.180	.027	.689	6.740	.000
	Kualitas Pelayanan	.114	.055	.212	2.073	.043

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Pengaruh dari masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Hipotesis:

H_{01} = Kualitas produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical

H_{a1} = Kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical

Hasil Uji t pada variabel kualitas produk atau X_1 diperoleh probabilitas signifikan (Sig) sebesar 0,000. Nilai Sig < 0,05 atau 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang dapat diartikan adanya signifikan yang berarti secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika menggunakan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} maka diperoleh t_{hitung} dari variabel Kualitas Produk atau X_1 adalah sebesar 6,740 dengan t_{tabel} sebesar 2,002. Jadi dapat dilihat bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau 6,740 > 2,002. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hipotesis:

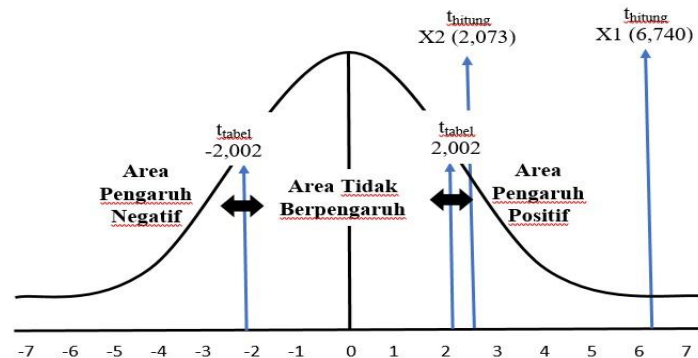
H_{02} = Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical

H_{a2} = Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan

Pelanggan di Mangsi Tropical

Hasil Uji t pada variabel kualitas pelayanan atau X2 didapatkan nilai probabilitas signifikan (Sig) sebesar 0,043. Nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $0,043 < 0,05$. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak H_a diterima, yang dapat diartikan signifikan yaitu secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu variabel kualitas pelayanan atau X2 mempunyai thitung sebesar 2,073 dengan ttabel yaitu sebesar 2,002. Jadi dapat dilihat bahwa $\text{thitung} > \text{ttabel}$ atau $2,073 > 2,002$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical.

Sesuai dengan penjelasan tersebut, penentuan kurva uji t dapat dilihat gambar 3 berikut:



Gambar 3. Kurva Uji t

Sumber: Diolah Dari Data Penelitian (2021)

3.1.7 Variabel yang Dominan Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Mangsi Tropical

Untuk menguji variabel dominan, terlebih dahulu harus diketahui kontribusi dari masing-masing variabel bebas (X) yang diuji terhadap variabel terikat (Y). Kontribusi masing-masing variabel diketahui dari koefisien determinasi regresi variabel bebas dan terikat. Berikut adalah tabel yang menunjukkan kontribusi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat:

Tabel 24. Kontribusi Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Variabel	Nilai Beta	Nilai Korelasi X dan Y	Kontribusi (%)
Kualitas Produk	0,689	0,848	58,43
Kualitas Pelayanan	0,212	0,728	15,43

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 24. dapat dilihat bahwa nilai kontribusi variabel kualitas produk adalah sebesar 58,43%, yang artinya adalah sebesar 58,43% kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical dipengaruhi oleh kualitas produk dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan nilai kontribusi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 15,43%, dapat diartikan bahwa sebesar 15,43% kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk melihat hubungan pengaruh antara dua variabel yaitu *independent* (Kualitas produk dan pelayanan) dan variabel *dependent* (kepuasan pelanggan) dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi berikut:

Tabel 25. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.739	.730	1.540
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				

Sumber: Diolah dari Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 23. dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,739. Hal ini dapat diartikan bahwa 0,739 atau 73,9% kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical dipengaruhi oleh kualitas produk dan juga pelayanan. Sisanya sebesar 26,1% (100% - 73,9%) dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.2 PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical Denpasar. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 60 orang. Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah wanita. Hal ini didukung oleh pendapat Nugroho dan Kartawijaya (2012) yang menyatakan bahwa wanita lebih tertarik dan mendominasi dalam hal berbelanja daripada pria. Dimana pria tidak terlalu suka untuk berbelanja dan tidak mudah dipengaruhi oleh hal yang baru. Responden ini dapat dikatakan sebagai pelanggan. Karena jika dilihat dari data frekuensi pembelian, yang paling dominan adalah melakukan pembelian sebanyak 2-3 kali. Seperti yang dikemukakan oleh Lupiyoadi dan Hamdani (2006) menyatakan bahwa yang dapat dikatakan pelanggan adalah seseorang yang secara berulang-ulang datang ke tempat yang sama untuk membeli barang atau memperoleh jasa yang diinginkan karena merasa puas dengan barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu responden yang berkunjung ke Mangsi Tropical ini dapat dikatakan sebagai pelanggan. Secara simultan atau bersama sama kualitas produk dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartika Nur (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedaibangsawan Klaten, dimana pada penelitian ini kualitas produk dan juga pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa hipotesis diterima yaitu kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Mangsi Tropical. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Sukmawati (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Café Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Dimana pada penelitian tersebut secara parsial atau individual Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Penelitian ini juga membuktikan bahwa hipotesis diterima yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Mangsi Tropical. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami Sulistyaningrum (2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Koki Tappanyaki Express. Dalam penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di restoran Koko Tappanyaki Express. Penelitian ini juga didukung oleh Sunyoto (2013: 45) yang menyatakan kualitas pelayanan sebagai tolak ukur dalam memberikan penilaian terhadap barang dan jasa yang memberikan nilai guna sekaligus fungsi sesuai yang diharapkan. Kualitas pelayanan dilihat berdasarkan persepsi pelanggan yang menerima pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Hal ini juga didukung oleh Kotler (2003:210) yang membeberkan bahwa pengertian dari kualitas pelayanan menjadi suatu kegiatan dalam rangka melayani k pelanggan, pemenuhan kebutuhan sekaligus penyerahan barang sesuai prosedur. Berdasarkan beberapa masukan dari pelanggan Mangsi Tropical masih perlu melakukan pembenahan terkait pelayanan yang diberikan guna menciptakan pelayanan yang berkualitas baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai pengaruh kualitas produk

dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical Denpasar, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mangsi Tropical. Variabel yang lebih dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk.

Ucapan Terima Kasih

Dalam penyusunan usulan penelitian ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan berupa bimbingan, petunjuk, maupun saran-saran dari berbagai pihak, sehingga usulan penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh sebab itu, dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Laporan Akhir ini, khususnya kepada Bapak Dr. I Nyoman Sunarta, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana beserta jajarannya. Ibu Dra. AA Putri Sri, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Pengelolaan Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana. Ibu Agung Sri Sulistyawati SST.Par.,M.Par selaku dosen pembimbing I dalam laporan akhir ini, penulis mengucapkan terima kasih karena telah memberikan bimbingan, masukan, serta saran dalam menyusun laporan akhir. Bapak I Nyoman Tri Sutaguna, SST.Par.,M.Par selaku dosen pembimbing II dalam laporan akhir ini, penulis mengucapkan terima kasih karena telah memberikan bimbingan, masukan, serta saran dalam menyusun laporan akhir dan memberikan dukungan moral. Bapak Agus Muriawan Putra, S.ST.Par.,M.Par, Ibu Ni Made Ariani, SE.,M.Par dan Ibu Luh Gede Leli Kusuma Dewi, S.Psi.,M.Par selaku dosen penguji Laporan Akhir, penulis mengucapkan terimakasih atas masukan serta saran sehingga laporan ini menjadi lebih baik. Bapak Karmana dan Bapak Kertiyasa selaku Manager Operasional Outlet Mangsi Tropical yang telah bersedia memberikan izin kepada penulis agar dapat melakukan penelitian dan membantu dalam memberikan informasi serta data-data yang diperlukan. Orang tua penulis yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan baik secara moral maupun material.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ariestayasa, Eva. (2019) 'Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan *Housekeeping Department* di The Trans Resort Bali'. *Laporan Akhir*. Denpasar: Program Studi Diploma IV Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.
- Badan Pusat Statistik. (2020) Kantor Dinas Pariwisata Bali
- Dewi, Rindu Nadian., Rahmat Hidayat. (2015) 'Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam'. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 3, no. 1, 2015, 32-40. Diakses melalui [181-Article Text-497-1-10-20170314 (1).pdf] pada 10 Oktober 2020.
- Hayati, Yetty Husnul., Gracia Sekartaji. (2015) 'Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo'. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*. Vol 1 No. 1 Tahun 2015, Hal. 49-56. Diakses pada [https://core.ac.uk/download/pdf/229276285.pdf] pada 16 Oktober 2020.
- Khotimah, Annur H. (2015) 'Penyusunan Struktur Organisasi, Deskripsi Jabatan dan Spesifikasi Jabatan Restaurant Rumah Makan Cibiuk Depok'. *Jurnal Psikologi*. Vol. 8 No. 2. Diakses melalui [1649-3759-1-SM (1).pdf] pada 9 Oktober 2020.
- Mandasari, Dian.dkk. (2019) 'Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan Mangsi Grill and Coffee Denpasar'. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*. Vol. 7, No.3, 336-346. Diakses melalui [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/1b9d5727a81baf0255370e32ae96338f.pdf] pada 24 Oktober 2021.
- Putro, Shandy Widjoyo.dkk. (2014) Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya'. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.2, No.1, 1-9. Diakses melalui

- [<https://media.neliti.com/media/publications/140294-ID-pengaruh-kualitas-layanan-dan-kualitas-p.pdf>] pada 2 November 2020.
- Puri, Melya. (2016) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung'. *Laporan Akhir*. Bandar Lampung: Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
- Rahmawati, Kartika Nur. (2017) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedaibangsawan Klaten'. *Laporan Akhir*. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
- Restofokus. (2015) *Tugas Captain Barista*. Diakses melalui [<https://www.restofocus.com/2015/10/tugas-captain-barista.html>] pada 18 Mei 2020.
- Sutaguna, I. N. T. (2017) 'Pengembangan Pengolahan Tape sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Desa Wisata Bongkasa Pertiwi Abianseml Badung'. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(1), 46–52.
- Suwiningih, Eka. (2021) 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Mangsi Tropical'. *Laporan Akhir*. Denpasar: Program Studi Diploma IV Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.
- Sukmawati, Rina. (2017) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta'. *Laporan Akhir*. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sulistyaningrum, Utami. (2014) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Koki Tappanyaki Express'. *Laporan Akhir*. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
- Suyiono. (2010) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, Samsudin., Kusherdyana. (2016) *Pengantar Statistik Pariwisata Aplikasinya dalam Bidang: Pariwisata, Usaha Perjalanan, dan Perhotelan*. Bandung: Alfabeta.
- Yulyani, Ita. (2018) 'Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Cepat Saji Riz's Chicken Kampung Baru Unila Bandar Lampung Tahun 2017/2018'. *Laporan Akhir*. Bandar Lampung: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.