

Karakteristik dan persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan di Luhtu's coffe shop sanur bali

Ni Wayan Ayuk Candra Dewi¹⁾, Ida Bagus Ketut Astina²⁾, I Nyoman Tri Sutaguna³⁾
Program Studi Sarjana Terapan Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana
Jalan DR. R. Goris No. 7 Denpasar, Bali
Email: ayukcandra25@gmail.com

Abstrak

Bali adalah sebuah provinsi dari Republik Indonesia yang terletak diantara Pulau Jawa dan Pulau Lombok, Pulau Bali juga terkenal dengan sebutan Pulau Dewata, Pulau Seribu Pura dan Bali Dwipa. Bali juga mempunyai beberapa pulau kecil yang termasuk dalam wilayah Provinsi Bali, diantaranya adalah pulau *nusa penida*, pulau *nusa lembongan*, pulau *ceeningan*, pulau *serangan*, dan pulau *menjangan*. Ibukota dari Provinsi Bali adalah Denpasar yang terletak di sebelah selatan dari Pulau Bali. Salah satu daerah pariwisata yang terkenal di Bali adalah kawasan wisata Sanur, yang terletak di Kecamatan Denpasar Selatan. Kawasan wisata Sanur ini mempunyai banyak tempat makan yang cukup ramai dikunjungi wisatawan salah satunya Luhtu's Coffe Shop Sanur yang didirikan oleh Luh Putu Sarini pada tahun 2008. Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, penyebaran kuesioner, dan studi kepustakaan. Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *Accidental Sampling* dengan menggunakan rumus skala likert dapat diperhitungkan bahwa kuesioner responden yang digunakan berjumlah 50 responden dengan 20 pertanyaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Dari hasil karakteristik wisatawan yang berkunjung diketahui bahwa tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan di Luhtu's Coffe Shop memperoleh kriteria sangat baik atau sangat memuaskan yang di dapat dari penilaian wisatawan berdasarkan penyebaran kuesioner dan indikator dengan kriteria *performance* (kinerja), *durability* (daya tahan), *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), *features* (fitur), *aesthetics* (estetika), *perceived* (kesan kualitas), dan *serviceability* (pelayanan). Adapun saran yang diberikan kepada pihak Luhtu's Coffe Shop yaitu, dari segi desain kemasan yang dirasa kurang menarik bagi wisatawan, agar dirubah atau ditambahkan gambar – gambar yang lebih menarik lagi, selain itu juga dari segi pelayanan agar dipertahankan.

Kata Kunci: Karakteristik, Persepsi, Kualitas Pelayanan

Abstract

Bali is a province of the Republic of Indonesia located between Java Island and Lombok Island, Bali Island is also famous as the Island of the Gods, Pulau Seribu Pura and Bali Dwipa. Bali also has several small islands which are included in the province of Bali, including Nusa Penida Island, Nusa Lembongan Island, Ceningan Island, Serangan Island, and Island Menjangan. The capital of Bali province is Denpasar, which is located in the south of the island of Bali. One of the famous tourism areas in Bali is the Sanur tourist area, which is located in South Denpasar District. This Sanur tourist area has many eating places that are quite crowded with tourists, one of which is Luhtu's Coffe Shop Sanur, which was founded by Luh Putu Sarini in 2008. In this study using the method of observation, questionnaires, and literature study. The technique of determining the sample used is *Accidental Sampling* using the Likert scale formula can be calculated that the respondents questionnaire used amounted to 50 respondents with 20 questions. The data analysis technique used is descriptive qualitative and quantitative descriptive analysis. From the results of this study, it is known that the level of satisfaction with the quality of service at Luhtu's Coffe Shop obtained a value is very satisfying criteria obtained from rating of tourists based on questionnaires and indicators with performance, durability, conformance to specifications (conformity with specifications), features (features), aesthetics (aesthetics), perceived (impression of quality), and serviceability. The advice given to the Luhtu's Coffe Shop is, in terms of packaging design, which is considered less attractive to tourists, so that it can be changed or added more interesting images, besides that, in terms of service to be maintained.

Keywords: Characteristic, Perception Tourist, Quality Service

1. PENDAHULUAN

Salah satu daerah tujuan wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan yang datang ke Bali adalah Sanur. Di kawasan Pariwisata Sanur ini terdapat banyak hotel-hotel berbintang dan restoran yang menjadi incaran wisatawan domestik maupun manca Negara. Salah satu Coffe Shop yang terkenal di daerah wisata sanur adalah Luhtu's Coffe Shop Sanur. Pemilik Restoran Luhtu's

Coffe Shop ini buka setiap hari mulai pukul 07.00-22.00 Wita. Coffee Shop ini berdiri pada tahun 2008, berawal dari hobinya yang membuat kue. Sembari menikmati sekitar 20 pilihan cake dan cookies. Mulai dari carrot cake, chocolate cake, lemon cheese cake, dan kue-kue lainnya, hingga berbagai macam pie tersedia di sini. Ada pun cookies yang dijual dengan harga Rp 20.000 per toplesnya. Bagi wisatawan yang menderita alergi akan tepung, tempat ini juga menyajikan cake gluten free.

Selain kue-kue tersebut, tempat yang menggunakan kopi illy ini dalam sajian kopinya, juga menawarkan menu makan pagi dan juga makan siang. Untuk menu breakfast, dimulai dari pukul 07.00-11.00 Wita. Menu sarapan yang tersedia di sini, antara lain American Breakfast, English Breakfast, Continental Breakfast, dan juga Indonesian Breakfast. Menu sarapan ini dapat dinikmati mulai harga Rp 35.000 sudah termasuk teh atau kopi Bali. Untuk all day menu, mulai dari makanan Indonesia hingga Western tersaji di sini. Mulai dari Gado Gado, Nasi Goreng Ayam Betutu, Mama Soto Ayam, Sate Ayam, dan masakan lokal lainnya ditawarkan oleh tempat ini. Tak ketinggalan, berbagai sandwich, burger, salad, dan menu-menu khas barat lainnya pun dapat jadi pilihan para tamu. Luhtu's Coffe Shop mempunyai dua ruangan, yaitu di dalam dan di luar.

Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan feedback yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramahmatan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.

Parasuraman, et al. (1985) menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat tergantung pada kualitas jasa yang diberikan, mereka berpendapat bahwa jasa terdiri dari lima dimensi yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dimensi berwujud (*tangible*), dan empati (*empathy*). Jika pelayanan yang diharapkan lebih kecil dari persepsi pelayanan aktual yang diterima, maka pelanggan akan merasa sangat perpuaskan. Jika pelayanan yang diharapkan sama dengan persepsi pelayanan aktual yang diterima, maka pelanggan akan merasa cukup terpuaskan. Namun, jika harapan pelayanan lebih besar dibandingkan dengan persepsi pelayanan nyata yang diterima, maka pelanggan merasa tidak terpuaskan.

Menurut wisatawan yang berkunjung rata-rata yang memberikan penilaian kurang bagus dalam segi kualitas pelayanan. Dimana menurut mereka di Luhtu's Coffe Shop ini memberikan pelayanan kurang memuaskan dalam segi tempat parkir dan fasilitas pendukung lainnya. Pengunjung yang datang ke restoran ini tidak mendapat tempat parkir yang cukup dikarenakan letak restoran ini berada di pinggir pantai. Tempat makan yang letaknya di luar ruangan membuat hal yang tidak diinginkan bisa terjadi, seperti halnya serangga yang bisa saja menghinggapi makanan yang telah disajikan atau daun yang sudah tua bisa saja akan terjatuh ke makanan, karena meja makan persis dibawah pohon yang rindang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh penulis berlokasi di Kawasan Wisata Sanur yaitu di Jalan Pantai Shindu, Sanur. Tempat ini terletak di pusat Kota Denpasar. Dari Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai menuju Sanur dapat di tempuh dengan waktu 30 menit perjalanan dengan menggunakan kendaraan roda dua atau roda empat.

Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik

Karakteristik merupakan ciri-ciri yang melekat pada wisatawan yang berkunjung ke Luhtu's Coffe shop Sanur Bali. Adapun karakteristik dibagi menjadi dua jenis yaitu *tourist descriptor* dan *trip descriptor*. Bagian-bagian dari *tourist descriptor* antara lain meliputi: karakteristik sosio- demografis, karakteristik geografis dan karakteristik psikologis, kemudian

yang termasuk dalam *trip descriptor* antara lain: tujuan perjalanan, lama perjalanan, sumber informasi, jenis transportasi serta jumlah pengeluaran.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan di Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali

Variabel	Indikator	Sub Indikator
Karakteristik Wisatawan	1. <i>Tourist Descriptor</i>	Jenis Kelamin Usia Pendidikan Pekerjaan Status Perkawinan Asal
	2. <i>Trip Descriptor</i>	Tujuan Perjalanan Lama Perjalanan

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian, 2021

2. Faktor Penentu Persepsi Wisatawan

Faktor Penentu Persepsi Wisatawan dalam penelitian ini merupakan penyebab dari wisatawan tersebut dalam berkunjung ke Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali. Faktor-faktor tersebut dapat berupa persepsi terhadap kualitas yang dirasa, persepsi terhadap kualitas makanan, dan persepsi terhadap kualitas pelayanan.

Tabel 2. Variabel dan Indikator Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan di Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali

Variabel	Indikator	Sub Indikator
Persepsi Wisatawan	1. Terhadap Kualitas yang Dirasakan	Kualitas produk yang dihasilkan Kualitas jasa
	2. Terhadap Kualitas Makanan	Variasi menu Rasa Porsi Presentasi Makanan
	3. Terhadap Kualitas Pelayanan	Keramahan dan kesopanan pelayan dalam melayani konsumen Keterampilan pelayan dalam memberikan informasi kepada konsumen Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen Merespon keluhan konsumen dengan baik

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian, 2021

Data berdasarkan sumbernya pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan kuesioner. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *quota sampling* yang mengacu pada pendapat Hair et Al, 1995 (dalam Kiswanti 2010) yang menyatakan bahwa sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10.

$N = \text{Jumlah indikator} \times 5$

$= 10 \times 5$

$= 50 \text{ N.}$

$N = \text{Ukuran sampel}$

Sampel diambil menggunakan *accidental sampling* dimana responden dipilih secara acak oleh peneliti yang secara kebetulan bertemu dan dianggap cocok untuk mewakili populasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, Analisis Data Kuantitatif dengan bantuan program software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25, Analisis Statistik Deskriptif, dan analisis skala likert.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Wisatawan

Hasil olah data berdasarkan dari hasil penelitian antara lain:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	0-14 tahun	10	20%
2	15-24 tahun	12	24%
3	25-44 tahun	15	30%
4	45-64 tahun	3	6%
5	>65 tahun	10	20%
	Total	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 3 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini yang berjumlah 50 orang. Wisatawan yang berusia 25-44 tahun terbanyak yang berjumlah 15 orang dengan persentase 30 persen, 15-24 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 24, lebih dari 65 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 20 persen, 0-14 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 20 persen, dan 45-64 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 6 persen. Mengacu pada penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berusia 25-44 tahun lebih banyak mengunjungi Luhtu's *coffe shop* sanur dengan jumlah 15 dari 50 responden.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	27	54%
2	Perempuan	23	46%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 4 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini yang berjumlah 50 orang wisatawan yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 27 orang dengan persentase sebanyak 54 persen, dan berjenis kelamin perempuan berjumlah 23 orang dengan persentase 46 persen. Mengacu pada penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa wisatawan laki – laki lebih banyak mengunjungi Luhtu's *coffe shop* sanur daripada wisatawan perempuan yang diperoleh sebanyak 27 dari 50 responden.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Prancis	3	6%
2	Australia	5	10%
3	Vietnam	3	6%
4	Canada	3	6%
5	Amerika	2	4%
6	Amsterdam	2	4%

7	Kolumbia	2	4%
8	Rusia	4	8%
9	Jakarta	4	8%
10	Denpasar	14	28%
11	Bandung	4	8%
12	Surabaya	4	8%
	Total	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 5 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini yang berjumlah 50 orang wisatawan yang berasal dari Prancis sebanyak 3 orang dengan persentase 6 persen, Australia sebanyak 5 orang dengan persentase 10 persen, Vietnam sebanyak 3 orang dengan persentase 6 persen, Canada sebanyak 3 orang dengan persentase 6 persen, Amerika sebanyak 2 orang dengan persentase 4 persen, Amsterdam sebanyak 2 orang dengan persentase sebanyak 4 persen, Kolumbia 2 orang dengan persentase sebanyak 4 persen, Rusia 4 orang dengan persentase sebanyak 8 persen, Jakarta 4 orang dengan persentase sebanyak 8 persen, Denpasar sebanyak 14 orang dengan persentase sebanyak 28 persen, Bandung 4 orang dengan persentase sebanyak 8 persen, Surabaya 4 orang dengan persentase sebanyak 8 persen. Mengacu kepada data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berasal dari Denpasar lebih banyak mengunjungi Luhtu's *coffe shop* sanur selama penelitian berlangsung dengan jumlah 14 dari 50 responden.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	7	14%
2	Pegawai	10	20%
3	Wiraswasta	5	10%
4	Lain-lain	28	56%
	Jumlah	20	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 6 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini yang berjumlah 50 orang wisatawan yang memiliki jenis pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 7 orang dengan persentase sebanyak 14 persen, bekerja sebagai Pegawai sebanyak 10 orang dengan persentase sebanyak 20 persen, Wiraswasta 5 orang dengan persentase sebanyak 10 persen, dan Lain-lain sebanyak 28 orang dengan persentase sebanyak 56 persen. Mengacu kepada data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang bekerja lain – lain lebih banyak mengunjungi Luhtu's *coffe shop* sanur selama penelitian berlangsung dengan jumlah 28 dari 50 responden.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Menikah	23	46%
2	Belum Menikah	27	54%
3	Cerai	0	0%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 7 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini yang berjumlah 50 orang wisatawan yang memiliki status perkawinan menikah sebanyak 23 orang dengan persentase sebanyak 46 persen, dan status perkawinan belum menikah sebanyak 27 orang dengan persentase sebanyak 54 persen. Dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang memiliki status belum menikah lebih banyak mengunjungi Luhtu's *coffe shop* sanur daripada wisatawan yang berstatus menikah.

Mengacu kepada data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang belum menikah lebih banyak mengunjungi Luhtu's *coffe shop* sanur selama penelitian berlangsung dengan jumlah 27 dari 50 responden.

Tabel 8. Karakteristik Responden berdasarkan Pengorganisasian Perjalanan

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Sendiri	9	18%
2	Keluarga	22	44%
3	Teman	15	30%
4	Travel Agent	4	8%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 8 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang wisatawan, sebagian besar melakukan perjalanan wisata bersama keluarga sebanyak 22 orang dengan persentase 44 persen, melakukan perjalanan sendiri sebanyak 9 orang dengan persentase 18 persen, Teman sebanyak 15 orang dengan persentase 30 persen, dan Travel agent sebanyak 4 orang dengan persentase 8 persen. Mengacu kepada data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang datang mengunjungi Luhtu's *coffe shop* sanur bersama keluarga lebih banyak selama penelitian berlangsung dengan jumlah 22 dari 50 responden.

Tabel 9. Karakteristik Responden berdasarkan Waktu Melakukan Perjalanan

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Liburan sekolah/kuliah	7	14%
2	Ada pekerjaan/bisnis	26	52%
3	Berlibur bersama perusahaan	17	34%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 9 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang wisatawan, sebagian besar melakukan perjalanan wisata karena ada pekerjaan atau bisnis sebanyak 26 orang dengan persentase 52 persen, Berlibur dengan perusahaan sebanyak 17 orang dengan persentase 34 persen dan melakukan perjalanan wisata karena liburan sekolah/kuliah sebanyak 7 orang dengan persentase 14 persen. Mengacu kepada data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang mengunjungi Luhtu's *coffe shop* sanur dengan tujuan berlibur karena ada pekerjaan/bisnis selama penelitian berlangsung dengan jumlah 26 dari 50 responden.

Tabel 10. Karakteristik Responden berdasarkan Lama (jam) Waktu Perjalanan Menuju Luhtu's *Coffe Shop* Sanur Bali

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 1 jam	25	50%
2	1-2 jam	25	50%
3	2-3 jam	0	0%
4	3-4 jam	0	0%
5	> 4 jam	0	0%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 10 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang wisatawan, wisatawan melakukan perjalanan ke Luhtu's *Coffe Shop* Sanur selama kurang dari 1 jam sebanyak 25 orang dengan persentase 50 persen, dan 1-2 jam sebanyak 25 orang dengan persentase 50 persen. Mengacu kepada data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang mengunjungi Luhtu's *coffe shop* sanur dengan jarak tempuh <1 jam dan 1-2 jam selama penelitian berlangsung berjumlah sama 25 dari 50 responden.

Tabel 11. Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Luhtu's *Coffe Shop* Sanur Bali

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1 kali	21	42%
2	2 kali	14	28%
3	Lebih dari 2 Kali	15	30%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 11 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang wisatawan, sebagian besar wisatawan berkunjung ke Luhtu's *Coffe Shop* Sanur sebanyak 1 kali dengan jumlah 21 orang dengan persentase 42 persen, 1 kali sebanyak 14 orang dengan persentase 28 persen, dan Lebih dari 2 kali sebanyak 15 orang dengan persentase 30 persen. Mengacu kepada data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung 1 kali ke Luhtu's *coffe shop* sanur selama penelitian berlangsung dengan jumlah paling banyak yakni 21 dari 50 responden.

Tabel 12. Karakteristik Responden berdasarkan Informasi Tentang Luhtu's *Coffe Shop* Sanur Bali

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Internet	18	36%
2	Brosur	0	0%
3	Teman	32	64%
	Jumlah	50	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 12 menunjukkan karakteristik responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang wisatawan, wisatawan terbanyak mengetahui informasi melalui Teman sebanyak 32 orang dengan persentase 64 persen, dan melalui Internet sebanyak 18 orang dengan persentase 36 persen.

Persepsi Wisatawan

Tabel 13. Persepsi Wisatawan Terhadap Indikator Kualitas yang Dirasa

No	Indikator	SB	B	C	KB	SKB	Skor	Rata-rata	Keterangan
1	Kualitas produk yang dihasilkan oleh Luhtu's <i>Coffee Shop</i> Sanur Bali	14	35	1	-	-	213	4,26	Sangat Baik
2	Kualitas jasa/pelayanan yang diberikan oleh Luhtu's <i>Coffee Shop</i> Sanur Bali.	21	24	5	-	-	216	4,32	Sangat Baik
	Skor						429	4,29	Sangat Baik

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel 13, dapat dilihat bahwa persepsi wisatawan terhadap indikator kualitas yang dirasa secara keseluruhan mendapatkan skor rata – rata sebesar 4,29 dan dapat dikategorikan dalam kategori sangat baik. Pernyataan “kualitas produk yang dihasilkan di Luhtu's *Coffe Shop* Sanur Bali” mendapatkan jawaban sangat baik dari 14 responden dengan rata – rata keseluruhan jawaban sebesar 4,26 dan dapat di kategorikan ke dalam kategori sangat baik, sementara pernyataan ke dua yaitu “Kualitas jasa/pelayanan yang diberikan oleh Luhtu's *Coffee Shop* Sanur Bali” mendapat jawaban sangat baik sebanyak 21 dari 50 responden dengan rata – rata keseluruhan mencapai 4,32 dan dapat dikategorikan ke dalam kategori sangat baik. Dari hasil penjabaran itu dapat disimpulkan bahwa dari jawaban yang telah diakumulasi dari 50 responden menyatakan bahwa persepsi wisatawan terhadap indikator kualitas pelayanan masuk ke dalam kategori sangat baik dengan skor sebesar 429 dan dengan rata – rata 4,29.

Tabel 14. Persepsi Wisatawan Terhadap Indikator Kualitas Makanan

No	Indikator	SB	B	C	KB	SKB	Skor	Rata-rata	Keterangan
1	Cita rasa yang dihasilkan oleh produk – produk di Luhtu’s Coffee Shop Sanur Bali sesuai dengan selera	20	27	3	-	-	217	4,43	Sangat Baik
2	Kesesuaian porsi dengan harga.	23	24	3	-	-	220	4,40	Sangat Baik
3	Menu yang ditawarkan bervariasi, banyak pilihan dan beragam.	18	26	5	1	-	211	4,22	Sangat Baik
Skor							648	4,35	Sangat Baik

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel 14, dapat dilihat bahwa persepsi wisatawan terhadap indikator kualitas makanan secara keseluruhan mendapatkan skor rata – rata sebesar 4,35 dan dapat dikategorikan dalam kategori sangat baik. Pernyataan “Cita rasa yang dihasilkan oleh produk – produk di Luhtu’s Coffee Shop Sanur Bali sesuai dengan selera” mendapatkan jawaban sangat baik dari 20 responden dengan rata – rata keseluruhan jawaban sebesar 4,43 dan dapat di kategorikan ke dalam kategori sangat baik, sementara pernyataan ke dua yaitu “Kesesuaian porsi dengan harga yang diberikan oleh Luhtu’s Coffee Shop Sanur Bali” mendapat jawaban sangat baik sebanyak 23 dari 50 responden dengan rata – rata keseluruhan mencapai 4,40 dan dapat dikategorikan ke dalam kategori sangat baik. Dan pertanyaan ketiga yaitu “Menu yang ditawarkan bervariasi, banyak pilihan dan beragam di Luhtu’s Coffee Shop Sanur Bali” mendapat jawaban sangat baik sebanyak 18 dari 50 responden dengan rata – rata keseluruhan mencapai 4,22 dan dapat dikategorikan ke dalam kategori sangat baik. Dari hasil penjabaran itu dapat disimpulkan bahwa dari jawaban yang telah diakumulasi dari 50 responden menyatakan bahwa persepsi wisatawan terhadap indikator kualitas pelayanan masuk ke dalam kategori sangat baik dengan skor sebesar 648 dan dengan rata – rata 4,35.

Tabel 15. Persepsi Wisatawan Terhadap Indikator Kualitas Pelayanan

No	Indikator	SB	B	C	KB	SKB	Skor	Rata-rata	Keterangan
1	Karyawan dengan sigap membantu tamu dalam proses pelayanan di Luhtu’s Coffee Shop Sanur Bali	15	26	7	2	-	204	4,08	Baik
2	Keramah- tamahan karyawan saat memberikan pelayanan Luhtu’s Coffee Shop Sanur Bali.	17	23	10	-	-	207	4,14	Baik
3	Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi terkait dengan Luhtu’s Coffee Shop Sanur Bali.	20	24	6	-	-	214	4,28	Sangat Baik
4	Kemampuan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman.	18	30	2	-	-	216	4,32	Sangat Baik
5	Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan	18	24	7	1	-	209	4,18	Baik
Skor							1.0504,02		Baik

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel 15, dapat dilihat bahwa persepsi wisatawan terhadap indikator kualitas pelayanan secara keseluruhan mendapatkan skor rata – rata sebesar 4,02 dan dapat

dikategorikan dalam kategori baik. Pernyataan “Karyawan dengan sigap membantu tamu dalam proses pelayanan di Luhtu’s *Coffee Shop* Sanur Bali ” mendapatkan jawaban sangat baik dari 15 responden dengan rata – rata keseluruhan jawaban sebesar 4,08 dan dapat di kategorikan ke dalam kategori baik, sementara pernyataan ke dua yaitu “Keramah – tamahan karyawan saat memberikan pelayanan Luhtu’s *Coffee Shop* Sanur Bali” mendapat jawaban sangat baik sebanyak 17 dari 50 responden dengan rata – rata keseluruhan mencapai 4,14 dan dapat dikategorikan ke dalam kategori baik. Dan pertanyaan ketiga yaitu “Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi terkait dengan Luhtu’s *Coffee Shop* Sanur Bali.” mendapat jawaban sangat baik sebanyak 20 dari 50 responden dengan rata – rata keseluruhan mencapai 4,28 dan dapat dikategorikan ke dalam kategori sangat baik. Dan pertanyaan keempat yaitu “Kemampuan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman” mendapat jawaban sangat baik sebanyak 18 dari 50 responden dengan rata – rata keseluruhan mencapai 4,32 dan dapat dikategorikan ke dalam kategori sangat baik. Dan pertanyaan kelima yaitu “Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan” mendapat jawaban sangat baik sebanyak 18 dari 50 responden dengan rata – rata keseluruhan mencapai 4,18 dan dapat dikategorikan ke dalam kategori sangat baik. Dari hasil penjabaran itu dapat disimpulkan bahwa dari jawaban yang telah diakumulasi dari 50 responden menyatakan bahwa persepsi wisatawan terhadap indikator kualitas pelayanan masuk ke dalam kategori baik dengan skor sebesar 1.050 dan dengan rata – rata 4,02.

Uji Validitas

Suatu instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat (Ghozali, 2005).

Bila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, berarti pernyataan tersebut dikatakan valid

Bila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Nilai $Df = N - 2$

$Df = 50 - 2$

$Df = 0.278$

Tabel 16. Hasil Output Uji Validitas

Item Kuesioner	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item 1	0.550	0.278	Valid
Item 2	0.667	0.278	Valid
Item 3	0.592	0.278	Valid
Item 4	0.541	0.278	Valid
Item 5	0.677	0.278	Valid
Item 6	0.701	0.278	Valid
Item 7	0.784	0.278	Valid
Item 8	0.650	0.278	Valid
Item 9	0.490	0.278	Valid
Item 10	0.679	0.278	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa semua item kuesioner penelitian dinyatakan valid, karena memiliki nilai $r \text{ Hitung} > r \text{ Tabel}$.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan agar dapat diketahui konsistensi alat ukur atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan dalam pengambilan data. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17. Hasil Output Case Processing Summary

Case Processing Summary		
	Valid	Excluded ^a Total
Cases	50	100.0
	0	.0
	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Tabel 18. Hasil Output Reliability Statistic

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.836	10

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai alpha untuk variabel persepsi adalah sebesar 0.836 maka dapat dikatakan bahwa instrument dalam penelitian ini adalah realibel, dengan nilai alpha melebihi dari standar minimal 0,600.

4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari analisis wisatawan yang berkunjung ke Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali yakni:

- 1) Pada dimensi usia, wisatawan yang berkunjung ke Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali rata-rata wisatawan yang berusia diatas 20 tahun. Pada dimensi jenis kelamin, wisatawan yang mengunjungi Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali sebagian besar wisatawan laki-laki. Pada dimensi daerah asal, wisatawan yang berkunjung ke Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali lebih banyak berasal dari Denpasar. Pada dimensi jenis pekerjaan, wisatawan yang berkunjung ke Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali sebagian besar bekerja lain-lain.
- 2) Pada dimensi status perkawinan, wisatawan yang berkunjung ke Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali lebih banyak berstatus belum menikah. Pada dimensi pengorganisasia perjalanan, wisatawan yang berkunjung ke Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali sebagian besar mengunjungi Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali bersama dengan keluarga. Pada dimensi waktu melakukan perjalanan wisatawan yang berkunjung ke Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali sedang ada pekerjaan. Pada dimensi Lama (jam) waktu perjalanan menuju Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali, pada dimensi ini wisatawan yang berkunjung menempuh jarak menuju Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali rata-rata kurang dari 1 jam dan 1-2 jam. Pada dimensi frekuensi berkunjung, sebagian besar wisatawan yang mengisi kuisioner berkunjung ke Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali baru sekali. Pada dimensi informasi tentang Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali, sebagian besar wisatawan yang mengunjungi Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali mendapatkan informasi melalui teman.
- 3) Persepsi Wisatawan terhadap kualitas pelayanan di Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali cukup baik, berikut merupakan kesimpulan persepsi wisatawan pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan di Luhtu's Coffe Shop Sanur Bali.
- 4) Pada dimensi kualitas yang dirasa memiliki dua indikator, pada indikator kualitas produk yang dihasilkan mendapatkan penilaian sangat baik dan terhadap indikator kualitas jasa/pelayanan mendapatkan nilai sangat baik. Dapat disimpulkan dimana total keseluruhan dari dimensi kualitas yang dirasa ini mendapatkan penilaian sangat baik. Pada dimensi kualitas makanan memiliki 3 (tiga) indikator. Yang pertama indikator cita rasa yang dihasilkan oleh produk mendapatkan penilaian sangat baik, indikator kesesuaian porsi dengan harga mendapatkan penilaian sangat baik, dan yang terakhir menu yang ditawarkan bervariasi, banyak pilihan dan beragam mendapatkan penilaian sangat baik. Dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas makanan mendapatkan penilaian sangat baik. Dimensi

terhadap kualitas pelayanan memiliki 5 (lima) indikator. Indikator karyawan dengan sigap membantu tamu mendapatkan penilaian baik, indikator keramah-tamahan karyawan saat memberikan pelayanan mendapatkan penilaian baik, indikator kemampuan karyawan dalam informasi mendapatkan penilaian sangat baik, indikator kemampuan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman mendapatkan penilaian sangat baik. Dan indikator kemampuan karyawan dalam menangani keluhan mendapatkan penilaian baik. Dapat disimpulkan dalam dimensi kualitas pelayanan mendapatkan penilaian baik.

Ucapan Terima Kasih

Puja dan Puji syukur penulis haturkan kehadiran Ida Sang Hyang Widhi Wasa atau Tuhan Yang Maha Esa, jurnal ini dapat diselesaikan dengan judul “Karakteristik Dan Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Di Luhtu’s Coffe Shop Sanur Bali, tak lupa Penulis mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan yang baik dari awal hingga akhir penulisan jurnal ini, tidak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak dan Ibu dosen serta staff fakultas pariwisata Universitas Udayana yang telah membantu penulis dalam hal administrasi, serta doa dari Orang Tua dan dukungan dari teman teman semuanya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, (2013), *Pengaruh Karakteristik Individu, Motivasi dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan Kabupaten Donggala*, (online).
- Alma, Bucari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Ahmed et al., 2014. *Effect Of Brand Trust And Customer Satisfaction On Brand Loyalty In Bahawalpur*. *Journal of Sociological Research*. ISSN 1948-5468 2014. Vol. 5, No. 1.
- Almalifah (2005:33), *Jurnal Administrasi Bisnis: Pengaruh Karakteristik Individu Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*.
- Andrews, Sudhir. 2008. *Textbook of Food and Beverage Management*. New Delhi. Tata McGraw-Hill.
- Arismayanti (2017), *Jurnal Pariwisata: Persepsi Wisatawan Terhadap Pelayanan Pramusaji Di Mostic Restoran Pada Hotel Dewi Sri Legian Kuta Kabupaten Badung Bali*.
- Armstrong dan Kotler. 1996. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Astuti (2015), *Jurnal Pariwisata: Analisis Tingkat Kepuasan Tamu Terhadap Pelayanan Pramusaji Di Sunset Restaurant Pada Hotel Puri Raja Legian, Kuta Bali*.
- Azwar (1986), *Validitas Dan Reliabilitas*. Jakarta Rineka Cipta.
- Bennet, Seaton, 1996, *Marketing Tourism Product*, Oxford: Alden Press
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Jumlah Wisatawan Asing ke Bal Tahun 2014 - 2019*. Diakses tanggal 28 April 2019.
- Budiningsih (2009:51).
<https://letohotel.blogspot.com/2017/01/pengertian-cafe-menurut-ahli.html?m=1>
- Burkat dan Medik, *Psikologi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Byomantara (2017).
<https://www.google.co.id/amp/s/m.mediaindonesia.com/amp/ampdetail/126586-hanya-2-persen-destinasi-bali-terganggu-aktivitas-gunung-agung.html>
- Darmajati RS. (2001). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta
- Dewa Made Orbit Gunawan, Ni Made Ariani, Dan Ni Ketut Arismayanti (2017). *Laporan Akhir Program: Persepsi Wisatawan Terhadap Pelayanan Pramusaji Di Mostic Restoran Pada Hotel Dewi Sri Legian Kuta Kabupaten Badung Bali*, Universitas Udayana
- Ekinci et al 2008 ., *Jurnal Bisnis Dan Manajemen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Penggunaan Layanan Secara Daring*
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen (3rd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit

Universitas Diponegoro

- GN Joko Adi Negara, Ni Komang Pradnya Yanti, Ni Made Erpia Ordani (2015). *Jurnal: Analisis Tingkat Kepuasan Tamu Terhadap Pelayanan Pramusaji Di Sunset Restaurant Pada Hotel Puri Raja Di Legian, Kuta, Bali*
- Irwan (2010:12). *Kontruksi Dan Reproduksi Kebudayaan Yogyakarta*: Pustaka Belajar.
- Kamus Istilah Pariwisata dan Perhotelan (2003:6).
<https://letohotel.blogspot.com/2017/01/pengertian-cafe-menurut-ahli.html?m=1>
- Kotler. Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusumasitta. (2014). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa: Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum Di Taman Mini Indonesia Indah*.
- Kusumaningrum (2009:17), *Tesis PS Magister Kajian Pariwisata. Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Mary B Gregoire (2010, p. 11), *Food Service Organization Pearson Education*.
- Nazir (1988:438), *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oka, A.Yoety.2000. *Customer Service: Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Jakarta: Paradnya Paramitha.
- Parasuraman, et al (1985), *Jurnal Herni Justiana Astuti: Analisis Kepuasan Konsumen (Serqual Model Dan Important Performance Analysis Model*
- Putra, F. W., & Sulistyawati, E. (2018). *E-Jurnal Manajemen: Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Rumah Makan Bakmi Tungku di Kabupaten Bandung)*.
- Potter dan Hotchkiss (1995: 90-112), *Jurnal Perhotelan: Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'cost Surabaya*.
- Rumekso (2002:2), *Housekeeping Hotel*. Yogyakarta. ANDI.

- Seaton & Benet (1956:64) *Jurnal Pariwisata: Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Green Bowl Ungasan Kuta Selatan Bali*.
- Smith (1997:81),
http://repository.upi.edu/32149/9/S_MRL_1306009_Bibliography.pdf
- Sugiyono, (2015), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Sulistyowati, E., & Maliyan, S. (2015). *Jurnal Maksipreneur: Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara dengan Kepuasan Wisatawan Nusantara sebagai Variabel Intervening*.
- Suharsono, Bambang Tejo. (2007). *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Mutu Produk Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. Program Studi Magister Manajemen Pasca Sarjana: UNDIP
- Suharman (2005), *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi.
- Sudhir (2008), *Jurnal Kepariwisata: Persepsi Wisatawan Mancanegara Dalam Memilih Restoran Di Kelurahan Ubud Gianyar, Bali*.
- Siregar, Sofian. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri
- Sugiyono. (2007), *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung. Tjiptono, Fandy *Manajemen JASA*. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Undang – undang No.10 Tahun 2009. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10Tahun2009UU.HTM>
- Walgito (2004:70), *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta.
- Wibowo, H. A., & Fausi, M. (2017). *Pelayanan Konsumen*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung. Angkasa
- Zaei dan Zaei (2013), *Jurnal Ekonomi Dan Humaniora: Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Desa Wisata Blimbingsari Jembrana*.
- Zeithaml, et al (1996), *Jurnal Ilmu Administrasi: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention*.
- Zeithaml dan Bitner (2006), *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm* Singapore: MC-Graw Hill.