

# PENGARUH KUALITAS MAKANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ROYAL TULIP GUNUNG GEULIS RESORT & GOLF HOTEL BOGOR

Julia R.Skawanti<sup>1</sup>, Riani Prihatini Ishak<sup>2</sup>, Salsabila Alhadar<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, [julia@stpbogor.ac.id](mailto:julia@stpbogor.ac.id)

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, [rianipishak@gmail.com](mailto:rianipishak@gmail.com)

<sup>3</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, [salsabilaalhadar26@gmail.com](mailto:salsabilaalhadar26@gmail.com)

## INFO ARTIKEL

Diterima  
30 Agustus 2024  
Disetujui  
14 Oktober 2024  
Tersedia Secara  
Online  
30 Desember 2024

## ABSTRACT

*Food is one of the main products offered in the tourism industry, especially in hotels. Intense competition among similar businesses requires the Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor to continuously innovate and maintain service quality. Customer complaints regarding food quality not meeting expectations serve as the background for this study. This research adopts a quantitative approach with the aim of presenting data in a structured, comprehensive, valid, and accountable manner. Data analysis was conducted using descriptive quantitative techniques. A total of 100 respondents, consisting of customers or guests who had consumed food at the Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor during 2022, were selected as the sample using Non-Probability Sampling and incidental sampling techniques. Data were collected through a questionnaire and processed using regression analysis with SPSS 28 software. The results of this study indicate a significant influence of food quality on customer satisfaction at the hotel. This is evidenced by a t-value greater than the critical t-value ( $11.356 > 1.984$ ) and a significance value smaller than 0.05 ( $0.01 < 0.05$ ). The relationship is strong, with a correlation coefficient of 0.754, where food quality contributes 56.8% to customer satisfaction, while the remaining 43.2% is influenced by other variables not examined in this study*

*Keywords: Consumer Satisfaction, Food Quality, Royal Tulip Gunung Geulis & Golf Bogor*

## ABSTRAK

Makanan merupakan salah satu produk utama yang ditawarkan dalam industri pariwisata, terutama di hotel. Persaingan yang ketat di antara usaha sejenis mengharuskan Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor untuk terus berinovasi dan mempertahankan kualitas layanannya. Keluhan konsumen terkait kualitas makanan yang tidak sesuai dengan harapan menjadi latar belakang masalah dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk menyajikan data secara terstruktur, komprehensif, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan. Analisis data dilakukan dengan teknik deskriptif kuantitatif. Sebanyak 100 responden, yaitu konsumen atau tamu yang pernah mengonsumsi makanan di Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor selama tahun 2022, dipilih sebagai sampel menggunakan teknik Non-Probability Sampling dan teknik sampling insidental. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menggunakan metode analisis regresi dengan bantuan aplikasi SPSS 28. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di hotel tersebut. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $11,356 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,01 < 0,05$ ). Hubungan yang ditemukan cukup kuat dengan koefisien korelasi sebesar 0,754, dimana kualitas makanan memberikan kontribusi sebesar 56,8% terhadap kepuasan konsumen, sementara 43,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Kepuasan Konsumen, Royal Tulip Gunung Geulis&Golf Bogor.

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Secara umum kepuasan konsumen adalah tingkat emosi konsumen setelah membandingkan apa yang diterimanya dengan apa yang diharapkannya. Meningkatkan ekspektasi konsumen, mengukur kepuasan konsumen, dan mengubah mereka menjadi pelanggan setia. Konsumen dengan sendirinya akan merasa puas apabila apa yang diperolehnya sesuai dengan harapannya. Kepuasan konsumen merupakan dambaan setiap perusahaan. Pemenuhan kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan dapat memberikan keunggulan dibandingkan pesaingnya. Konsumen yang merasa puas terhadap produk atau jasa suatu perusahaan, kemungkinan besar akan kembali lagi. Oleh karena itu, kepuasan konsumen menjadi faktor penting yang dapat diterapkan oleh hotel (Ishak et al., 2023). Hotel merupakan bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial yang menyediakan berbagai fasilitas dan pelayanan termasuk di dalamnya adalah restoran. Restoran merupakan salah satu tempat yang banyak diminati wisatawan domestik maupun wisatawan asing, melalui kualitas makanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta menjadikan konsumen lebih loyal. Salah satu restoran yang menyediakan fasilitas lengkap yaitu *LL One Restaurant* yang terletak di Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor. Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor berada dalam wilayah perbukitan Gadog Bogor, tepatnya di Jl. Pasir Angin, Kecamatan Sukaraja, Bogor, Jawa Barat. Banyaknya usaha sejenis dalam suatu area tertentu dengan produk yang relatif sama, memaksa setiap hotel untuk dapat memberikan serta menyajikan sesuatu yang berbeda dari kompetitor yang ada. Kualitas makanan ini akan berpengaruh pada berapa banyak rating bintang yang wajar untuk disematkan pada penilaian suatu hotel sehingga secara langsung menjelaskan apa yang didapatkan oleh konsumen selama menginap di hotel tersebut dan membangun harapan yang konsumen inginkan.

### Tujuan Penelitian

Pengaruh tingkat pendapatan serta pendidikan seseorang akan menjadikan mereka konsumen yang kritis akan banyak hal, terutama yang berkaitan dengan biaya yang sudah dan akan mereka keluarkan. Fasilitas juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Dengan harga yang hampir sama tetapi fasilitas yang disediakan semakin lengkap maka pelanggan akan semakin puas dan menjadi prioritas bagi konsumen untuk datang kembali dan mendapatkan fasilitas sesuai harapan.

Pada saat pandemi covid-19 berdasarkan data dari manajemen Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor jumlah hunian pada bulan Desember 2021 sebanyak 89,69%, Januari 2022 sebanyak 80,48% dan Februari 2022 sebanyak 52,71%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen masih memilih Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor untuk menginap. Disamping jumlah hunian yang cukup besar diatas 50% meskipun masih adanya keluhan konsumen mengenai kualitas makanan di restoran Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor menjadi latar belakang dilakukannya penelitian ini.

## KAJIAN LITERATUR

Definisi Restoran menurut Marsum dalam (Durachim.ED & Hamzah, 2017), menyatakan bahwa Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik berupa makanan dan minuman.

Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Keler dalam (Skawanti.J.R; Fauziansyah.D, 2019) Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan. Menurut (Wijaya.T, 2018) mengartikan bahwa kualitas barang dan jasa adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang

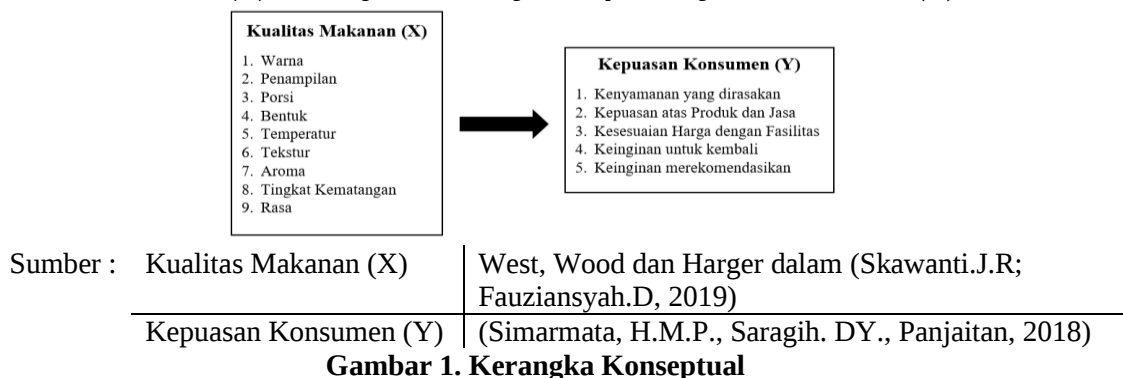
menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan konsumen. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual konsumen terhadap barang dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan atau atribut-atribut tertentu. Kualitas merupakan mutu dan kondisi dari produk atau jasa yang akan digunakan oleh konsumen. Mutu tersebut akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.

Menurut (Amaliyah.N, 2017) makanan berfungsi untuk memelihara proses tubuh dalam pertumbuhan atau perkembangan serta mengganti jaringan tubuh yang rusak, memperoleh energi untuk melakukan aktivitas sehari-hari, mengatur metabolisme dan berbagai keseimbangan air, mineral, dan cairan tubuh yang lain juga berperan di dalam mekanisme pertahanan tubuh terhadap berbagai penyakit.

Sedangkan kualitas makanan menurut Knight dan Kotschevar dalam (Suhartanto, 2018) menyatakan bahwa tingkat konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan standar untuk produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Poin-poin tersebut meliputi resep dan pengukuran yang benar, persiapan, temperatur, peralatan, kondisi produk selama persiapan, kebersihan, porsi dan faktor lainnya. Produk makanan akan mempunyai standar sendiri meskipun terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan. Menurut Kotler dalam (Suhartanto, 2018) mendefinisikan kualitas makanan sebagai kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Sedangkan menurut West, Wood dan Harger, dalam (Skawanti.J.R; Fauziansyah.D, 2019) secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas makanan atau disebut juga *food quality* antara lain warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa.

Kepuasan pengunjung menurut Kotler dalam (Skawanti.J.R, 2022) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Richard Oliver dalam (Zeithaml.VA dkk, 2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yaitu respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dimensi kepuasan konsumen menurut (Simarmata, H.M.P., Saragih. DY., Panjaitan, 2018) antara lain kenyamanan yang dirasakan, kepuasan atas produk jasa, kesesuaian harga dengan fasilitas, keinginan untuk kembali dan keinginan merekomendasikan.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini menggambarkan hubungan dari variabel independen dalam hal ini kualitas makanan (X) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).



Hipotesa yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H0 : Kualitas Makanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor.

H1 : Kualitas Makanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang berlandaskan pada filsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik pada periode tahun 2022. Menurut Sugiyono dalam (Skawanti.J.R; Fauziansyah.D, 2019) penelitian deskriptif yaitu penelitian

yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. **Teknik pengumpulan data** yang digunakan adalah observasi, angket dan tinjauan pustaka. **Sumber data** diperoleh melalui dua cara yaitu melalui data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui observasi dan kuesioner sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui media atau sumber lain seperti buku, internet, dan jurnal.

**Populasi** menurut (Sugiyono, 2017) yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah tamu yang menginap di Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor berdasarkan kurun waktu tertentu. Sedangkan **sampel** menurut (Sugiyono, 2017) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin ( $n=N/(1+Ne^2)$ ) dengan teknik *non-probability sampling* dengan *sampling insidental*. **Variabel Penelitian** dalam penelitian ini menggunakan Variabel independen atau variabel X yaitu Kualitas Makanan terdiri dari sembilan variabel sedangkan variabel dependen atau variabel Y adalah Keputusan Konsumen dengan lima variabel.

Dalam penelitian ini dilakukan dua jenis analisis, yaitu analisis statistik dan analisis non statistik. Teknik analisis yang dilakukan adalah analisis statistik, dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana. Alat ukur penelitian terlebih dulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian, dilakukan uji prasyarat regresi, yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri atas Uji normalitas, heteroskedastisitas dan auto korelasi. Untuk mempermudah pengolahan data digunakan aplikasi SPSS 28.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sample dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor dari kurun waktu bulan Desember 2021 sampai dengan Februari 2022 dengan total tamu sebanyak 29.631 tamu tetapi sampel yang digunakan adalah 100 responden (hasil perhitungan rumus Slovin yaitu  $n=N/(1+Ne^2)$  atau  $n=29361/(1+29631 \times 0.1^2)$  hasil akhir 99,9662 dibulatkan menjadi 100 responden). Dari 100 responden tersebut terdiri dari laki-laki 45 orang dan perempuan 55 orang dengan rentang usia <18 tahun sebanyak 4 orang, usia 18-25 tahun sebanyak 79 orang, usia 26-32 tahun sebanyak 14 orang, usia 33-40 tahun sebanyak 2 orang dan usia > 40 tahun sebanyak 1 orang. Adapun pendidikan terakhir responden terdiri dari SMK/SMK 67 orang, Diploma 14 orang dan Sarjana 19 orang. Sedangkan berdasarkan pekerjaan terdiri dari pelajar 10 orang, mahasiswa 45 orang, pegawai swasta 20 orang, PNS 3 orang dan wirausaha 10 orang dan lain-lain 12 orang. Berdasarkan area domisili terdiri dari area Bekasi 12 orang, Bogor 41 orang, Jakarta 14 orang dan lain-lain 33 orang. Berdasarkan jumlah kunjungan responden ke Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor antara lain 1 kali sebanyak 46 orang, 2 kali sebanyak 26 orang dan lebih dari 3 kali sebanyak 28 orang.

Berikut merupakan rekapitulasi hasil dekriptif statistik kualitas makanan Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor.

Tabel 1. Dekriptif Statistik Kualitas Makanan (X)

|                |         | Statistics |      |      |      |      |      |      |      |      |
|----------------|---------|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                |         | Q1         | Q2   | Q3   | Q4   | Q5   | Q6   | Q7   | Q8   | Q9   |
| N              | Valid   | 100        | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
|                | Missing | 0          | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| Mean           |         | 4.43       | 4.53 | 4.21 | 4.41 | 4.17 | 4.19 | 4.46 | 4.31 | 4.29 |
| Std. Deviation |         | .671       | .627 | .743 | .698 | .842 | .775 | .702 | .761 | .795 |

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 1, indikator tertinggi pada penampilan (Q2) dengan nilai 4,53 dan aroma (Q7) dengan nilai 4,46 karena makanan yang disajikan memiliki warna yang menarik, penampilan yang indah, serta aroma makanan yang disajikan sudah sesuai harapan konsumen. Sedangkan nilai terendah pada indikator temperatur (Q5) dengan nilai 4,17 karena setiap konsumen memiliki keinginan

yang berbeda satu dengan yang lainnya.

Tabel 2. Dekriptif Statistik Kepuasan Konsumen (Y)

| Statistics     |         | Q10  | Q11  | Q12  | Q13  | Q14  | Q15  |
|----------------|---------|------|------|------|------|------|------|
| N              | Valid   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  |
|                | Missing | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    | 0    |
| Mean           |         | 4.49 | 4.48 | 4.59 | 4.26 | 4.48 | 4.46 |
| Std. Deviation |         | .772 | .674 | .683 | .719 | .689 | .784 |

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Pada tabel 2, indikator tertinggi pada kepuasan atas produk dan jasa (Q12) sebesar 4,59 dan diikuti oleh indikator kenyamanan yang dirasakan (Q10) sebesar 4,49. Sedangkan nilai terendah pada indikator kesesuaian harga dan fasilitas (Q13) sebesar 4,26

Tabel 3. Dekriptif Statistik Keseluruhan

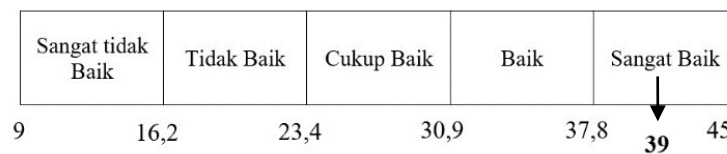
| Descriptive Statistics |     |         |         |       |                |
|------------------------|-----|---------|---------|-------|----------------|
|                        | N   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
| Kualitas makanan       | 100 | 21      | 45      | 39.00 | 5.215          |
| Kepuasan Konsumen      | 100 | 11      | 30      | 26.76 | 3.557          |
| Valid N (listwise)     | 100 |         |         |       |                |

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Berdasarkan data pada tabel 3 serta diinterpretasikan dengan menggunakan garis kontinum menurut (Riduwan & Sunarto, 2017) dalam (Gustamaji.P, 2019) dengan rumus sebagai berikut: Rentang Skala = (Nilai Presentasi Maksimal – Presentasi Minimal)/Skala Nilai, maka variabel Kualitas Makanan (X) dengan menggunakan rumus tersebut dimana :

Nilai Presentase Maksimal  $\rightarrow 5 \times 9 \times 1 = 45$

Nilai Presentasi Minimal  $\rightarrow 1 \times 9 \times 1 = 9$   $\rightarrow$  Mean: 39

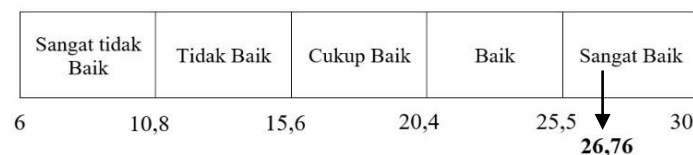


sehingga nilai *mean* kualitas makanan (X) pada tabel 3 dengan angka 39 berada pada garis kontinum baik cenderung sangat baik.

Sedangkan variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan rumus yang sama dimana :

Nilai Presentase Maksimal  $\rightarrow 5 \times 6 \times 1 = 30$

Nilai Presentasi Minimal  $\rightarrow 1 \times 6 \times 1 = 6$   $\rightarrow$  Mean: 26,79



nilai *mean* kepuasan konsumen (Y) pada tabel 3 dengan angka 26,76 berada pada garis kontinum baik cenderung sangat baik

## Teknik Analisa Data

### 1. Uji Validitas

#### a. Uji validitas Kualitas Makanan (X)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kualitas Makanan (X)

| No | Daftar Pernyataan                                                                   | Pearson Correlation | Sig. | Valid |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------|-------|
| 1  | Warna makanan yang disajikan terlihat segar, serasi, dan menarik perhatian konsumen | .757                | .001 | Valid |
| 2  | Penampilan makanan sangat menarik                                                   | .732                | .001 | Valid |
| 3  | Porsi makanan sudah sesuai                                                          | .749                | .001 | Valid |
| 4  | Bentuk dari makanan yang disajikan terlihat unik dan menarik                        | .830                | .001 | Valid |
| 5  | Makanan yang disajikan sudah memiliki temperatur yang sesuai                        | .790                | .001 | Valid |
| 6  | Tekstur makanan sudah sesuai, lembut dan mudah dicerna                              | .863                | .001 | Valid |
| 7  | Aroma makanan yang disajikan menggugah selera makan konsumen                        | .778                | .001 | Valid |
| 8  | Tingkat kematangan makanan sudah sesuai                                             | .882                | .001 | Valid |
| 9  | Rasa makanan sudah sesuai dengan ekspektasi                                         | .765                | .001 | Valid |

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Pada tabel 4, data hasil olah dari aplikasi SPSS 28 dari setiap butir pernyataan variabel kualitas makanan (X) memiliki nilai hitung signifikansi dalam *Pearson Correlation* dibawah 0,05 maka dapat dikatakan valid.

b. Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

| No | Daftar Pernyataan                                                                                                           | Pearson Correlation | Sig. | Valid |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------|-------|
| 1  | Konsumen merasa nyaman menginap di Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor                                      | .739                | .001 | Valid |
| 2  | Konsumen merasa puas akan produk dan jasa yang diberikan                                                                    | .816                | .001 | Valid |
| 3  | Konsumen merasa puas dengan keanekaragaman makanan yang ditawarkan oleh Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor | .799                | .001 | Valid |
| 4  | Harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan                                                               | .854                | .001 | Valid |
| 5  | Konsumen ingin kembali berkunjung ke Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor                                    | .864                | .001 | Valid |
| 6  | Konsumen akan merekomendasikan Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor                                          | .870                | .001 | Valid |

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Pada tabel 5, data hasil olah dari aplikasi SPSS 28 dari setiap butir pernyataan variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai hitung signifikansi dalam *Pearson Correlation* dibawah 0,05 maka dapat dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten. Reliabilitas dihitung menggunakan SPSS 28 menggunakan *Cronbach Alpha*, dimana *construct* dianggap reliabel apabila koefisien Alphanya  $> 0,70$  ((Sugianto.E, 2015) dalam (Gustamaji.P, 2019))

a. Uji Reliabilitas Kualitas Makanan (X)

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Makanan (X)

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .923             | 9          |

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Pada tabel 6, untuk variabel Kualitas Makanan (X) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,923  $> 0,07$  sehingga dapat dikatakan *reliabel*.

b. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .904             | 6          |

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Pada tabel 7, untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar

0,904 > 0,07 sehingga dapat dikatakan *reliabel*.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang sudah ada berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan pengujian *Kolmogorov Smirnov* dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ .

Tabel 8. Hasil Perhitungan Uji Normalitas Data Menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

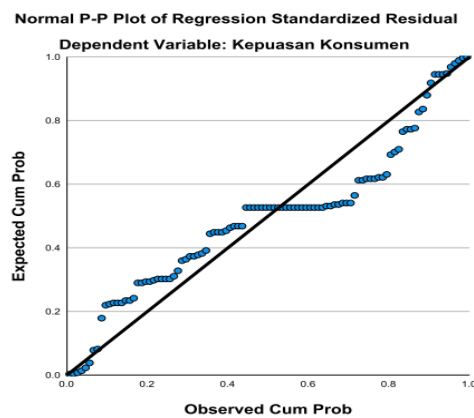
|                          |                |  | Unstandardized Residual |
|--------------------------|----------------|--|-------------------------|
| N                        |                |  | 100                     |
| Normal Parameters a,b    | Mean           |  | 0                       |
|                          | Std. Deviation |  | 2.33702                 |
| Most Extreme Differences | Absolute       |  | .169                    |
|                          | Positive       |  | .169                    |
|                          | Negative       |  | -.129                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z     |                |  | 1.691                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)   |                |  | .007                    |
| Exact Sig. (2-tailed)    |                |  | .006                    |
| Point Probability        |                |  | .000                    |

a. Test distribution is Normal.

b. User-Specified

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Berdasarkan pada tabel 8, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu  $0,07 > 0,05$  yang artinya data terdistribusi dengan normal. Selain dengan menggunakan pengujian *Kolmogorov Smirnov*, pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan analisis grafik P-Plot berikut ini:



Sumber : Data olah penelitian, 2022

Gambar 1. Grafik P-P Plot Kualitas Makanan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari gambar 1 dapat dilihat bahwa pola penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, maka model regresi yang digunakan ini memenuhi asumsi uji normalitas.

### 4. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui keterkaitan variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 9. Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
|       |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)       | 6.709                       | 1.781      |                           | 3.767  | <.001 |                         |       |
|       | Kualitas makanan | .514                        | .045       | .754                      | 11.356 | <.001 | 1.000                   | 1.000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Nilai  $t_{\text{tabel}}$  untuk  $df = n - 2$  ( $100 - 2 = 98$ ) dan probabilitas 5% adalah sebesar 1,984. Dari hasil uji t yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas makanan (X) memiliki nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $11,356 > 1,984$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya kualitas makanan (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf

Bogor.

## 5. Pengujian Hipotesis

Tabel 10. Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis                                                            | Koefisien | p-value | Keputusan               |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|---------|-------------------------|
| H1 : Kualitas Makanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) | 0.514     | 0.01    | H <sub>1</sub> Diterima |

Sumber : Data olah penelitian, 2022

Berdasarkan data pada tabel 9 dan hasil pengujian hipotesis pada tabel 10 maka nilai koefisien sebesar 0,514 dengan nilai p-value lebih kecil daripada 0,05 ( $0,001 < 0,005$ ) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor.

## 6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan regresi linear yang hanya melibatkan 2 variabel, yaitu variabel X dan variabel Y. Persamaan regresi dari X terhadap Y dirumuskan sebagai berikut :  $Y = a + bX$  dimana

$$Y = 6,709 + 0,514 X$$

Keterangan :

- Nilai *Constant* (a) yaitu sebesar 6,709. Hal ini berarti bahwa jika terjadi perubahan variabel Kualitas Makanan (X) sebesar 0, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) bernilai 6,709.
- Nilai koefisien regresi variabel kepuasan konsumen bernilai positif yaitu sebesar 0,514 dengan arti bila kualitas makanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,514 atau sebesar 51,4%.

Pembuktian hipotesa dapat dilihat pada tabel 9, yang memperlihatkan bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar 0,01 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor.

## 7. Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar hubungan variabel kualitas makanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen (Y). Berikut adalah tabel uji korelasi dan koefisien determinasi.

Tabel 11. Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi

### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .754 <sup>a</sup> | .568     | .564              | 2.34891                    |

a. Predictors: (Constant), Kualitas makanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data olah penelitian, 2022

### a. Uji Korelasi

Uji korelasi bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang dapat dilihat dengan tingkat signifikan, jika ada hubungannya maka akan dicari seberapa kuat hubungan tersebut.

Tabel 12. Interpretasi Koefisien Korelasi

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00 - 0,199       | Sangat Rendah    |
| 0,20 - 0,399       | Rendah           |
| 0,40 - 0,599       | Cukup Kuat       |
| 0,60 - 0,799       | Kuat             |
| 0,80 – 1,000       | Sangat Kuat      |

Sumber : (Sugiyono, 2017)

Pada tabel 11, nilai koefisien korelasi (R) yang didapatkan yaitu sebesar 0,754, maka nilai tersebut jika dikaitkan dengan tabel 12 memiliki arti bahwa kualitas makanan (X) dengan kepuasan konsumen (Y) memiliki hubungan yang kuat karena berada diantara 0,60 – 0,799.

### b. Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 11, nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,568 atau 56,8%, dimana nilai tersebut memiliki arti bahwa persentase pengaruh kualitas makanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor yaitu sebesar 56,8% sedangkan sisanya sebesar 43,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan analisis deskriptif pada variabel kualitas makanan (X), responden memberikan penilaian baik. Sedangkan pada variabel kepuasan konsumen (Y), responden memberikan penilaian baik cenderung sangat baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor, dibuktikan dengan hasil statistik uji t yang memperlihatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  yakni  $11,356 > 1,984$  dengan nilai sig hitung lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa  $H_1$  yang menyatakan kualitas makanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

#### 8. Uji Heteroskedastisitas dan Uji Auto Korelasi

Uji heteroskedastisitas telah dilakukan untuk memeriksa apakah ada varians residual yang tidak konstan pada model regresi. Uji ini dilakukan menggunakan metode pola penyebaran residual melalui grafik scatterplot residual terhadap nilai prediksi, dimana model tidak mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Uji autokorelasi telah dilakukan untuk mendeteksi hubungan antara residual-residual dalam model regresi. Metode yang untuk menguji autokorelasi adalah uji Durbin-Watson. Hasil uji Durbin-Watson berkisar dengan nilai mendekati 2. Hal ini menunjukkan tidak adanya autokorelasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Ishak & Azizah, 2022) Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul dari kinerja atau hasil kerja seseorang dan mempengaruhi harapan seseorang. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan memuaskan, dan sebaliknya konsumen akan kecewa jika tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Setiap perusahaan berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi faktor penting bagi sebuah perusahaan, namun juga menjadi kunci terpenting bagi sebuah perusahaan. Konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk atau jasa akan menggunakan jasa atau produk tersebut kembali. Hal ini tentunya penting bagi setiap perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaiknya. Ketika mengevaluasi kualitas layanan, fokusnya tidak hanya pada beberapa faktor evaluasi tertentu seperti kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasional, dan faktor pribadi, tetapi juga pada persepsi konsumen

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan serta analisa data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Royal Tulip Gunung Geulis Resort & Golf Bogor. Dari hasil analisis korelasi hubungan pengaruh kualitas makanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan angka R sebesar 0,754, hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen.

Sedangkan untuk koefisien determinasi diperoleh angka sebesar 0,568 (56,8%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel kualitas makanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) memberikan kontribusi sebesar 56,8%, dimana 43,2% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti..

### REFERENSI

- Amaliyah.N. (2017). *Penyehatan makanan dan minuman-A* (1st ed.). Deepublish.
- Durachim.ED, & Hamzah, F. (2017). Restoran Bisnis Berbasis Standar Kompetensi. *Jurnal Pariwisata*, 4(1), 10–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/par.v4i1.1701>
- Gustamaji.P. (2019). *Analisis Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Swiss Belresidences Kalibata Jakarta*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor.
- Ishak, R. P., & Azizah, S. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Whiz Prime Hotel Malang. *Bogor Hospitality Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.55882/bhj.v6i1.34>

- Ishak, R. P., Mayasari, D., Skawanti, J. R., & Andani, R. (2024). The Influence of Service Quality, Facilities and Location on The Decision to Stay at The Bountie Hotel and Convention Center Sukabumi. *TRJ Tourism Research Journal*, 8(1), 39. <https://doi.org/10.30647/trj.v8i1.241>
- Ishak, R. P., Utami, N. R., & Kurniawan, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Hotel Salak The Heritage Bogor. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 3(3), 206–211. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v3i3.55672>
- Riduwan, & Sunarto. (2017). *Pengantar statistika untuk penelitian : pendidikan sosial ekonomi komunikasi dan bisnis* (7th ed.). Alfabeta Bandung.
- Simarmata, H.M.P., Saragih. DY., Panjaitan, N. . (2018). Peningkatan Kualitas Layanan untuk Kepuasan Pelanggan Hotel. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK & BI)*, 1(1), 43–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.37600/ekbi.v1i1.44>.
- Skawanti.J.R; Fauziansyah.D. (2019). Analisis Kualitas Produk MieNampol di Cafe MieNampol Bogor. *Bogor Hospitality Journal*, 3(2), 38–49. <https://doi.org/10.55882>
- Skawanti.J.R, S. . (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Raisha Butik Hotel Bogor. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 111–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1>
- Sugiarto.E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis*. Suaka Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Suhartanto, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik, Makanan dan Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan, Citra Restoran, dan Word of Mouth (Studi Kasus Pada Hotel Manohara Center of Borobudur Study)*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Wijaya.T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa : desain servqual, QFD, dan Kano* (2nd ed.). PT. Indeks.
- Zeithaml.VA dkk. (2018). *Services Marketing : Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill.