KEPUASAN KONSUMEN PADA MENU *BEST SELLER* (NASI GORENG PANGERAN) DI RESTORAN HOTEL PANGERAN BEACH PADANG

Oleh : Saima Putri

Pembimbing: Mariaty Ibrahim

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This research aims to determine Customer Satisfaction with the Best Seller Menu (Nasi Goreng Pangeran) at the Pangeran Beach Hotel Padang, including 5 sub-variables (1) Product Quality, (2) Service Quality, (3) Emotional Factors, (4) Price, (5) Cost. This research uses quantitative methods using a Likert scale and the data collection techniques used are observation, questionnaires and documentation. The research population was guests who visited and ordered the Nasi Goreng Pangeran menu at the Hotel Pangeran Beach Padang restaurant and the research sample size was 100 people. Based on the research results, it can be concluded that consumers who order and eat Prince fried rice at the Pangeran Beach Padang Hotel restaurant can be said to be very satisfied with a total score of 7341 where the overall score range of 7150-8800 falls into the "Very Satisfied" category. (can be seen in table 4.11 of the results of the recapitulation of respondents' responses).

From these results it can also be interpreted that the Hotel Pangeran Beach Padang restaurant has met consumer expectations regarding the Pangeran Fried Rice menu. For the Pangeran Beach Padang Hotel restaurant to be able to maintain and increase results, we are very satisfied with the quality of the products and the quality of service, especially on the best-selling menu. And for the price of Prince's fried rice which has the lowest score, it would be better if Hotel Pangeran Beach Padang could reconsider the price offered for this menu, or could increase the quality of Prince's fried rice so that it is comparable to the price offered. And for the Head of Department to be able to hold training for all employees in the restaurant to improve the quality of service provided to guests because that is the key to the hospitality industry.

Keywords: Customer Satisfaction, Best Seller, Menu, Restaurant

1. Latar Belakang

Sumatera Barat adalah salah satu daerah di Indonesia yang mengalami dampak baik dari industri pariwisata terutama kota Padang. Banyak wisatawan luar dan dalam negeri yang berkunjung ke kota Padang dengan tujuan berlibur dan juga keperluan bisnis. Kota Padang menawarkan

berbagai macam objek wisata mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata modern, hingga wisata kuliner. Hal ini berdampak pada tingginya tingkat pengunjung hotel. Selain itu dapat juga dilihat dari meningkatnya pembangunan hotel mulai dari hotel non bintang hingga yang berbintang 5. Terutama pada hotel yang terletak di pusat kota yang mana lebih mempermudah

wisatawan memenuhi kebutuhan selama berlibur. Tidak hanya menawarkan jasa kamar, makanan, dan minuman, hotel juga menawarkan berbagai jenis jasa lainnya guna memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan yang menginap maupun yang tidak. Berikut ini merupakan data hotel berbintang 4 (Empat) yang ada di Padang, Sumatera Barat.

Tabel 1.1

Hotel Bintang 4 di Padang

No.	Nama Hotel	Alamat
1.	Hotel Santika Premiere Padang	Jl. Ahmad Yani No. 20, 25112 Padang, Indonesia
2.	Rocky Plaza Hotel Padang	Jl. Permindo No. 40, 25124 Padang, Indonesia
3.	Mercure Padang	Jl. Purus IV No. 8, 25116 Padang, Indonesia
4.	Hotel Pangeran Beach	Jl. Purus IV No. 8, 25116 Padang, Indonesia

Sumber: Booking.Com (Diakses Pada Tanggal 15 Februari 2023)

Hotel Pangeran Beach merupakan hotel besar dan berbintang yang ada di Padang. Hotel ini berbintang 4 yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No.79,

Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat 25115. Hotel Pangeran Beach merupakan hotel kedua yang dibangun setelah Hotel Pangeran City Padang yang beralamat di jl. Dobi No. 3-5 Padang. Kemampuan Hotel Pangeran Beach dalam menarik pelanggan berarti harus mengenali, memenuhi, dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik yang kemudian diusahakan bagaimana caranya untuk mempertahankan pelanggan agar royal dan setia. Hotel Pangeran Beach yang berada di tepi pantai menjadikan hotel ini sebagai tempat ideal untuk keceriaan liburan pantai yang sempurna dan eksplorasi keindahan alam Sumatra Barat. Dan letak hotel ini juga tidak jauh dari pusat kota dan pusat perbelanjaan seperti mall dan pasar. Hotel Pangeran Beach juga sering dijadikan tempat berbagai event mulai dari event kecil hingga yang besar. Hotel ini juga sering dipilih sebagai tempat menginap oleh orang luar negri yaitu bule dikarenakan lokasi pantai yang berada dibelakang hotel sehingga memudahkan mereka untuk berjemur. Ini terbukti dan dapat dilihat langsung dari ulasan yang diberikan oleh tamu yang pernah berkunjung di hotel Pangeran Beach Padang.

Pada tahun 2019 tingkat *occupancy* di hotel Pangeran Beach Padang ialah sebesar 76,58%. Pada tahun 2020 tingkat kunjungan/hunian mengalami penurunan menjadi 50,53%. Hal itu dikarenakan adanya virus Covid-19 yang menyerang seluruh negara di dunia termasuk Indonesia. Hal itu sangat berdampak pada industri pariwisata khususnya perhotelan. Dimana pada saat itu pemerintah mengeluarkan peraturan untuk tidak melakukan kunjungan wisata. Dan pada tahun 2021 hotel Pangeran Beach kembali mengalami peningkatan yaitu

sebesar 69,10% kunjungan. Begitu juga pada tahun 2022 mengalami peningkatan menjadi 71,57% kunjungan. Dari data target kunjungan dan kenyataan yang terjadi, akan mempermudah pihak hotel mengetahui kepuasan dari seorang konsumen/tamu yang berkunjung. Jika setiap tahun terjadi penurunan tingkat kunjungan, hal itu menandakan adanya masalah atau adanya ketidakpuasan seorang tamu/pengunjung. Dengan data ini juga pihak hotel nantinya mampu memperbaiki hal hal yang menjadi masalah penurunan tingkat kunjungan dan bisa memikirkan atau mencari cara agar tingkat kunjungan kembali meningkat sehingga dapat mencapai target yang ditentukan oleh hotel.

Tabel 1.3
Data Target Kunjungan ke Hotel
Pangeran Beach Padang

No.	Tahun	Tingkat Kunjungan
1.	2019	70%
2.	2020	74%
3.	2021	80%
4.	2022	84%

*Sumber : Accounting Departement
Hotel Pangeran Beach Padang, 2023*

Setiap perusahaan pasti memiliki target pasar tersendiri, begitu juga dengan hotel, setiap hotel pasti memiliki target kunjungan yang telah ditetapkan sebelumnya. Target setiap tahunnya pasti berbeda dan biasanya setiap tahun perusahaan akan memiliki target yang

besarannya selalu meningkat. Terlihat pada tahun 2019 Hotel Pangeran Beach memiliki target kunjungan sebesar 70% dan mereka berhasil mencapai target tersebut, dimana pada tahun 2019 kenyataan kunjungan yang terealisasi melebihi target yang telah ditentukan yaitu sebesar 76,58%. Pada tahun 2020 target kunjungan naik menjadi 74% tetapi kenyataan yang terjadi kunjungan tamu ke Hotel Pangeran Beach tidak mencapai target, hanya sebesar 50,53%. Hal ini dikarenakan covid-19 yang melanda. Pada tahun selanjutnya yaitu di tahun 2021 memiliki target kunjungan sebesar 80% namun kenyataannya hanya terealisasi sebesar 69,10%. Lalu tahun terakhir yaitu 2022 memiliki target sebesar 84% sama seperti tahun sebelumnya tidak mencapai target hanya terealisasi sebesar 71,57%.

Pada sebuah hotel restoran merupakan salah satu wadah yang dijadikan sebagai bisnis makanan atau dalam bidang *food and beverages* yang mana bisnis ini banyak diminati oleh masyarakat. Makanan merupakan suatu kebutuhan pokok bagi setiap orang dan dapat menghasilkan keuntungan pada setiap produsen baik itu di hotel maupun lainnya. Masyarakat sekarang banyak menghabiskan dan memilih untuk makan diluar seperti di restoran, rumah makan, mall, dibandingkan dirumah karena selain efisiensi juga dijadikan sarana refreshing, baik bersama keluarga maupun kerabat. Hotel Pangeran Beach menjalankan bisnis restoran yang berorientasi pada konsumen atau tamu dengan memberikan segala

kemudahan dan pelayanan yang memuaskan.

Restoran Hotel Pangeran Beach menyediakan bermacam-macam menu dengan nama menu yang unik mulai dari masakan daerah, *oriental food*, dan juga memiliki menu *best seller* tersendiri. Menu *Best Seller* ini dijadikan sebagai salah satu ciri khas dari Hotel Pangeran Beach dengan kualitas dan cita rasa yang khas yang membuat menu ini banyak diminati konsumen. Dikatakan menu *Best Seller* karena menu ini direkomendasikan langsung oleh pihak hotel seperti chef, general manager, dan sering dipesan/dicari oleh konsumen yang datang ke restoran. Dan peminat pada menu ini juga banyak sehingga dikatakan menu *Best Seller*. Dan salah satu menu *Best Seller* yang akan dibahas pada penelitian ini ialah Nasi Goreng Pangeran.

Berikut data penjualan menu *best seller* di restoran Hotel Pangeran Beach Padang selama 6 bulan mulai dari bulan Maret – Agustus 2023 :

Tabel 1.4
Data Penjualan Menu Best Seller di
Hotel Pangeran Beach Padang

Maret - Agustus 2023

NO	NAMA MENU	PENJUALAN (PORSI)
1.	Sop Buntut	116 Porsi
2.	Dendeng Balado	117 Porsi
3.	Soto	177 Porsi

Padang

4.	Nasi Goreng Pangeran	510 Porsi
5.	Pizza Meat Lovers	78 Porsi

Sumber : Income Audit, Accounting Departement PBH, 2023

Dari data diatas dapat dilihat banyak penjualan menu *best seller* selama enam bulan. Dan yang paling banyak diminati dan dibeli pelanggan ialah nasi goreng pangeran sebanyak 510 porsi. Dan menu yang banyak dipesan kedua yaitu soto padang sebanyak 177 porsi. Menu selanjutnya yang juga banyak diminati konsumen adalah dendeng balado sebanyak 117 porsi. Selanjutnya ialah menu sop buntut dengan penjualan sebanyak 116 porsi selama enam bulan, walaupun harga menu ini terbilang mahal tapi menu ini banyak juga diminati oleh konsumen. Penjualan paling sedikit dari semua menu *best seller* di restoran Hotel Pangeran Beach Padang adalah pizza meat lovers sebanyak 78 porsi.

Dari beberapa ulasan tamu yang ada terlihat bahwa tamu komplain terhadap restoran Hotel Pangeran Beach. Dimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan di restoran ini buruk. Pelayanan disuatu industri perhotelan adalah hal yang sangat penting, karena sebuah hotel menjual jasa/pelayanan yang nantinya akan menentukan baik buruknya citra suatu hotel. (beach.hotelpangeran.com)

Dari data komplain tamu terhadap Hotel Pangeran Beach Padang diatas terlihat bahwa banyak tamu yang tidak puas dengan Hotel Pangeran Beach Padang, terlihat dari pelayanan yang

diberikan ada sebanyak 56 komplain, komplain terhadap restoran Hotel Pangeran Beach sebanyak 94 komplain, segi kebersihan sebanyak 52 komplain, dan segi aksesibilitas sebanyak 48 komplain.

Oleh karena itu, penulis menetapkan tema/judul yang akan dibahas dalam penelitian ini mengenai “Kepuasan Konsumen pada Menu *Best Seller* (Nasi Goreng Pangeran) Di Restoran Hotel Pangeran Beach Padang”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan pertanyaan yang hendak dijawab oleh penulis melalui karya tulis ilmiahnya. Dari uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Kepuasan Konsumen pada Menu *Best Seller* (Nasi Goreng Pangeran) di Restoran Hotel Pangeran Beach Padang ?”

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ditentukan dalam penelitian ini hanya membahas tentang kepuasan konsumen pada menu *best seller* (nasi goreng pangeran) di restoran Hotel Pangeran Beach Padang yang dibatasi selama 3 bulan, dimulai dari bulan September sampai dengan bulan November 2023. Dan menu yang akan diteliti adalah salah satu menu *best seller* di restoran Hotel Pangeran Beach Padang yaitu Nasi Goreng Pangeran.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen pada menu *best seller* (nasi goreng pangeran) di restoran Hotel Pangeran Beach Padang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentu saja memiliki manfaat yang dimana manfaat tersebut terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun manfaat tersebut yaitu :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dalam hal pengembangan ilmu pengetahuan pariwisata khususnya ilmu tentang kepuasan konsumen dan tentunya akan membiasakan penulis dalam mengetahui kendala-kendala yang akan di hadapi sembari mencari solusi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis adalah manfaat yang dapat digunakan oleh perusahaan tempat penelitian. Dari hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan masukan tersendiri dan adanya bahan evaluasi sebuah restoran dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata

Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi.

2.2 Hotel

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian/ seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang

ditetapkan pemerintah. (Bataafi, 2005). Hotel merupakan unit usaha yang dikelola secara komersil dan disediakan untuk setiap orang yang ingin mendapatkan fasilitas penginapan dan pelayanan serta fasilitas lainnya seperti makanan dan minuman (Aprillia et al., 2017).

2.3 Restoran

Restoran menurut Marsum (2005) dalam Kristina (2013) adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan maupun minum. Restoran menurut Soekresno (2001) adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum bagi umum dan dikelola secara profesional.

2.4 Menu

Menu adalah pedoman bagi yang menyiapkan makanan atau hidangan, bahkan merupakan penuntun bagi mereka yang menikmati hidangan tersebut dibuat (Manuntun et al, 2015) . Menu adalah sebuah sarana untuk menginformasikan produk makan dan minum yang akan kita jual kepada pelanggan/tamu. Menu mempunyai tempat yang sangat penting dan strategis dalam sebuah layanan jasa restoran karena dari sebuah menu kita akan dapat menentukan berbagai aspek kegiatan, operasional, dan kebutuhan penting lainnya. (Heru Riyadi, Anwari Masatip dan Budi Wibowo : 2011)

2.5 Kepuasan Konsumen

Menurut Indrasari (2019) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang

mereka gunakan memang berkualitas.

2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019) adalah :

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain

seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode merupakan suatu bentuk usaha penyelidikan yang sistematis dan terorganisasi dengan baik, disebabkan oleh proses ini maka dilakukan melalui berbagai tahapan tertentu guna mencapai tujuan penelitian yang dimulai pada saat timbulnya suatu permasalahan, mengumpulkan berbagai fakta, menganalisis data yang ada dengan teknik tertentu, sehingga terbentuknya sebuah kesimpulan (Etta Mamang Sanadji & Sopiiah, 2010).

Desain penelitian adalah keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian sehingga pertanyaan-pertanyaan yang ada dapat terjawab. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif merupakan penelitian menggunakan data kuantitatif atau data yang berbentuk angka sebagai bahan analisisnya (Wardiyanta, 2010).

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl. Ir. H. Juanda No.79, Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat. Kualitas produk merupakan hal utama yang harus diberikan oleh restoran kepada konsumen yang mana akan berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Walaupun dikatakan sebagai menu *best seller*, sebuah restoran disuatu hotel tidak akan lepas dengan yang

namanya komplain. Komplain tamu atau konsumen dapat berupa masalah dalam hal rasa, tampilan, makanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, pesanan makanan yang terlambat disajikan, keterbatasan bahasa, dan juga kebersihan yang kurang terjaga di restoran. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan yaitu di bulan September, Oktober, dan November 2023. Dimana pada bulan september peneliti gunakan untuk mencari data yang dibutuhkan untuk penelitian. Dan pada bulan oktober dan November peneliti mencari responden dalam pengisian kuesioner.

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi
2. Sampel

3.3 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer
2. Data Sekunder

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi
2. Kuesioner
3. Dokumentasi

3.6 Skala Pengukuran Data

Menurut Sugiyono (2012) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bisa digunakan dalam pengukuran untuk menghasilkan data kuantitatif. Peneliti menggunakan Skala Likert dimana skala ini dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang diukur. Dengan adanya skala likert maka variabel yang akan diukur

dijabarkan terlebih dahulu menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun berbagai instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono 2007).

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah teknik terkait proses pengumpulan hingga pengolahan data dan informasi yang sudah didapatkan oleh peneliti selama melakukan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan hasil penelitian. Teknik mengumpulkan data merupakan langkah yang terpenting dalam suatu penelitian. Kuesioner/angket merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyusun dan memberikan beberapa pertanyaan maupun pernyataan terkait penelitian kepada responden dengan harapan akan diberikan jawaban (Sugiyono 2010). Kuisisioner dalam penelitian ini berisi tentang pertanyaan mengenai besar tingkat kepuasan mereka pada menu *best seller* (nasi goreng pangeran) yang ada di restoran Hotel Pangeran Beach Padang. Nantinya masing masing jawaban tersebut dikaitkan dengan nilai berupa angka pada skala likert.

a. Operasional Variabel

Operasional Variabel adalah informasi yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur suatu variabel yang dalam hal ini merupakan hasil penjabaran dari suatu konsep/teori yang ada (Wardiyanta, 2006).

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

4.2.1 Analisis Karakteristik Responden

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa rentang usia terbanyak tamu yang memesan nasi goreng pangeran yaitu usia antara 17-25 tahun. Dari 100 responden didapatkan 68 orang berada diusia antara 17-25 tahun, 20 orang yang berada di usia antara 26-34 tahun, dan 8 orang berusia antara 35-42 tahun, serta 4 orang yang berumur diatas 43 tahun.

Dari data diatas terlihat bahwa responden yang terbanyak ialah berjenis kelamin laki-laki. Dimana dari 100 responden, ada 52 responden berjenis kelamin laki laki dan 48 orang berjenis kelamin perempuan.

Sebagian besar profesi/pekerjaan responden adalah di swasta yaitu sebanyak 45 responden. Selanjutnya profesi lainnya berjumlah 25 orang, kemudian profesi sebagai seorang pelajar/mahasiswa sebanyak 20 orang, terakhir ialah responden yang berprofesi sebagai PNS sebanyak 10 orang

Pada data tingkat penghasilan diatas, dijelaskan bahwa pada skala >Rp 4.000.000 sebanyak 32 responden dimana ini merupakan presentase tertinggi. Kemudian dengan tingkat penghasilan <Rp 1.000.000 sebanyak 27 responden, selanjutnya dengan tingkat penghasilan Rp 3.000.000 -Rp 4.000.000 sebanyak 23 responden, dan presentase terendah yaitu sebanyak 18

responden yang memiliki tingkat penghasilan di Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000.

Dapat dilihat tabel diatas bahwa frekuensi pembelian terbesar dengan 33 responden ialah 3 kali pembelian, selanjutnya dengan jumlah responden sebanyak 28 yaitu 2 kali pembelian, kemudian >3 kali pembelian sebanyak 22 orang, terakhir dengan pembelian sedikit yaitu 1 kali sebanyak 17 responden.

4.2.2 Analisis Data Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Menu *Best Seller* (Nasi Goreng Pangeran) di Restoran Hotel Pangeran Beach Padang

4.2.2.1 Kualitas Produk

1) Tampilan Nasi Goreng Pangeran Pada indikator tampilan terdapat pertanyaan dan pernyataan. Tampilan pada nasi goreng pangeran dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Puas (3) sebanyak 103 jawaban, Sangat Puas (4) sebanyak 86 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 8 jawaban, dan Tidak Puas (1) sebanyak 3 jawaban. Dari hasil survey yang telah peneliti lakukan, diketahui nasi goreng pangeran memiliki tampilan yang menarik dan dapat memberikan kepuasan pada konsumen yang memakannya. Terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu puas. Nasi goreng pangeran memiliki perpaduan warna yang pas mulai dari nasi gorengnya hingga topping yang digunakan serta plating yang memiliki kesan menarik bagi konsumen.

2) Porsi nasi goreng pangeran Pada indikator porsi terdapat pertanyaan dan pernyataan. Porsi pada nasi goreng pangeran dinilai berdasarkan skala

penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Puas (3) sebanyak 100 jawaban, Sangat Puas (4) sebanyak 72 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 24 jawaban, dan Tidak Puas (1) sebanyak 4 jawaban .

Dari hasil survey yang telah peneliti lakukan, diketahui nasi goreng pangeran memiliki porsi yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu puas. Porsi pada Nasi goreng pangeran tidak sedikit dan juga tidak terlalu banyak, karena hal itu akan berpengaruh pada penampilan makanan tersebut dan juga porsi yang diberikan sesuai dengan harga yang dikeluarkan oleh konsumen.

3) Rasa nasi goreng pangeran Pada indikator rasa terdapat pertanyaan dan pernyataan. Rasa pada nasi goreng pangeran dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Puas (3) sebanyak 96 jawaban, Sangat Puas (4) sebanyak 90 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 12 jawaban, dan Tidak Puas (1) sebanyak 2 jawaban.

Dari hasil survey yang telah peneliti lakukan, diketahui nasi goreng pangeran memiliki cita rasa yang khas yang dapat dirasakan oleh konsumen yang memakannya. Dan rasa yang didapatkan dari menu ini sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu puas.

4) Kebersihan pada nasi goreng pangeran

Kebersihan pada nasi goreng pangeran dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.6 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Sangat Puas (4) sebanyak 56 jawaban, Puas (3) sebanyak 43 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 1 jawaban, dan Tidak ada responden yang menjawab tidak puas.

Dari hasil survey yang telah peneliti lakukan, diketahui bahwa nasi goreng pangeran memang terjaga akan kebersihannya. Mulai dari proses memasak hingga menu tersebut dihidangkan. Dan juga peralatan makan yang digunakan pada nasi goreng pangeran dapat terlihat kebersihannya. Terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu sangat puas.

4.2.2.2 Kualitas Pelayanan

- 1) Tepat waktu dalam pelayanan kepada konsumen

Kecepatan dan ketepatan waktu karyawan dalam melayani konsumen yang memesan nasi goreng pangeran dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Terlihat pada tabel 4.7 nilai tertinggi ialah pada jawaban Sangat Puas (4) sebanyak 95 jawaban, Puas (3) sebanyak 91 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 12 jawaban, dan Tidak Puas (1) sebanyak 2 jawaban.

Dari hasil *survey* yang telah peneliti lakukan dapat diketahui bahwa karyawan di restoran hotel pangeran beach melayani konsumen dengan baik juga sangat cepat dan tanggap dalam membuat dan menyajikan pesanan dan juga produk yang disajikan sesuai dengan pesanan dan harapan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang paling besar yang diberikan responden yaitu sangat puas.

- 2) Keramahan karyawan di restoran hotel pangeran beach padang

Pada indikator keramahan karyawan terdapat pertanyaan dan pernyataan. Keramahan yang dimiliki oleh karyawan dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Sangat Puas (4) sebanyak 100 jawaban, Puas (3) sebanyak 88 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 9 jawaban, dan Tidak Puas (1) sebanyak 3 jawaban .

Dari hasil survey yang telah peneliti lakukan, diketahui bahwa karyawan yang bekerja di restoran hotel pangeran beach padang sangat ramah dan sopan kepada konsumen terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu sangat puas. Karyawan di restoran hotel pangeran beach padang memberikan perhatian dan membantu konsumen yang membutuhkan pertolongan dan mampu menyelesaikan masalah dan keluhan konsumen dengan baik.

- 3) Ketepatan dalam memberikan informasi

Pemberian informasi dengan baik sangat dibutuhkan oleh semua konsumen. Pemberian informasi yang baik dan benar oleh karyawan dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Sangat Puas (4) sebanyak 53 jawaban, Puas (3) sebanyak 43 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 4 jawaban, dan tidak ada responden yang menjawab tidak puas.

Dari hasil survey yang telah peneliti lakukan, diketahui bahwa Pemberian

informasi mengenai menu dan nilai bill oleh karyawan sangat jelas terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu sangat puas. Karyawan di restoran hotel pangeran beach padang memberikan informasi yang dibutuhkan oleh setiap konsumen dengan jelas mulai dari pemaparan buku menu, nilai struk pembayaran sesuai dengan produk yang dipesan, dan karyawan bertanggung jawab jika terjadi kesalahan dalam pemilihan menu makanan. Karyawan juga menguasai tentang produk yang mereka jual.

4.2.2.3 Faktor Emosional

- 1) Perasaan senang konsumen yang telah memesan dan memakan nasi goreng pangeran

Pada indikator ini terdapat pertanyaan dan juga pernyataan. Perasaan senang konsumen ketika memesan dan juga merasakan nasi goreng pangeran dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Puas (3) sebanyak 96 jawaban, Sangat Puas (4) sebanyak 95 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 9 jawaban, dan tidak ada konsumen yang menjawab Tidak Puas (1).

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan, terlihat bahwa konsumen yang memesan dan memakan nasi goreng pangeran merasa senang, puas dan lega tanpa menimbulkan kekecewaan. Dan juga konsumen mengakui bahwa nasi goreng pangeran merupakan menu yang memang berkualitas terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu puas.

- 2) Perasaan bangga konsumen yang telah memesan dan memakan nasi goreng pangeran

Perasaan bangga pada konsumen ketika memesan dan juga merasakan nasi goreng pangeran sangat memberikan keuntungan karena akan menimbulkan hal baik. Rasa bangga ini dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Puas (3) sebanyak 51 jawaban, Sangat Puas (4) sebanyak 42 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 7 jawaban, dan tidak ada konsumen yang menjawab Tidak Puas (1).

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan, terlihat bahwa konsumen yang memesan dan memakan nasi goreng pangeran merasa bangga telah membeli menu yang spesial dan best seller di hotel pangeran beach padang, tidak hanya bangga telah membeli menu spesial tetapi juga konsumen merasa puas karena nasi goreng pangeran sesuai dengan harapan terlihat terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu puas.

- 3) Rasa percaya diri konsumen ketika memesan menu nasi goreng pangeran

Pada indikator ini terdapat pertanyaan dan juga pernyataan. Rasa percaya diri konsumen ketika memesan dan juga merasakan nasi goreng pangeran dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Puas (3) sebanyak 94 jawaban, Sangat Puas (4) sebanyak 89 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 15 jawaban, dan Tidak Puas (1) sebanyak 2 jawaban.

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan, terlihat bahwa konsumen sangat percaya diri ketika memesan

menu nasi goreng pangeran di restoran hotel pangeran beach padang terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu puas. Tidak hanya percaya diri ketika memesan menu tersebut, konsumen juga akan merekomendasikan nasi goreng pangeran kepada orang lain dan mengatakan bahwa nasi goreng pangeran di restoran hotel pangeran beach memang berkualitas.

4.2.2.4 Harga

1) Harga nasi goreng pangeran terjangkau bagi konsumen

Pada indikator ini terdapat pertanyaan dan juga pernyataan. Harga pada suatu produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan juga kepuasan konsumen. Harga yang terjangkau bagi konsumen dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.9 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Puas (3) sebanyak 94 jawaban, Sangat Puas (4) sebanyak 73 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 31 jawaban, dan Tidak Puas (1) sebanyak 2 jawaban.

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan, harga nasi goreng pangeran di restoran hotel pangeran beach memang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Dan juga konsumen yang memesan dan memakan nasi goreng pangeran mengakui hal terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu puas. Nasi goreng pangeran juga lebih ekonomis dibandingkan nasi goreng di hotel bintang 4 dipadang.

2) Harga nasi goreng pangeran sebanding dengan kualitas

Semakin mahal harga produk maka konsumen mempunyai harapan yang lebih besar terhadap produk tersebut.

produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan. harga sebanding dengan kualitas pada nasi goreng pangeran dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.9 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Puas (3) sebanyak 55 jawaban, Sangat Puas (4) sebanyak 40 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 5 jawaban, dan tidak ada konsumen yang menjawab Tidak Puas (1).

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan, nasi goreng pangeran memang berkualitas dan harganya juga sesuai dengan harapan konsumen terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu puas.

4.2.2.5 Biaya

1) Mengeluarkan biaya tambahan untuk membeli nasi goreng pangeran

Biaya tambahan biasanya sering dijumpai di restoran besar seperti biaya tax & service. Mengeluarkan biaya tambahan untuk membeli nasi goreng pangeran dinilai berdasarkan skala penilaian 1 (Tidak Puas), 2 (Kurang Puas), 3 (Puas), dan 4 (Sangat Puas). Berdasarkan tabel 4.10 diatas, diketahui bahwa hasil tertinggi pada pilihan alternatif terdapat pada jawaban Puas (3) sebanyak 91 jawaban, Sangat Puas (4) sebanyak 70 jawaban, Kurang Puas (2) sebanyak 31 jawaban, dan Tidak Puas (1) sebanyak 8 jawaban

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan, konsumen yang memesan nasi goreng pangeran bersedia dan tidak keberatan jika mengeluarkan biaya tambahan berupa tax & service sesuai

dengan ketentuan dari hotel pangeran beach padang terlihat dari respon konsumen yang tertinggi yaitu puas.

4.3 Rekapitulasi tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen pada menu *best seller* di restoran Hotel Pangeran Beach Padang

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil rekapitulasi tanggapan responden mengenai Kepuasan Konsumen pada Menu *Best Seller* (Nasi Goreng Pangeran) di Restoran Hotel Pangeran Beach Padang yang terdiri dari 5 (lima) sub variabel yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Harga, dan Biaya. Dari masing-masing sub variabel memiliki beberapa indikator, untuk sub variabel Kualitas Produk memiliki 4 (empat) indikator, sub variabel Kualitas Pelayanan memiliki 3 (tiga) indikator, sub variable Faktor Emosional memiliki 3 (tiga) indikator, untuk sub variabel Harga memiliki 2 (dua) indikator, dan sub variable terakhir ialah biaya memiliki 1 (Satu) indikator. Pada pengkategorian skor dan jumlah skor pada data hasil rekapitulasi, terlihat bahwa nilai total keseluruhan skor Kepuasan Konsumen pada Menu *Best Seller* (Nasi Goreng Pangeran) di Restoran Hotel Pangeran Beach Padang sebesar 7341 dimana pada hasil rentang skor keseluruhan 7150 – 8800 masuk dalam kategori “Sangat Puas”.

Berdasarkan hasil analisis data yang peneliti lakukan, mayoritas responden yang menjawab kuesioner berada pada kategori sangat puas, artinya menu *best seller* di restoran hotel pangeran beach padang yaitu nasi goreng pangeran sudah mencapai harapan yang konsumen inginkan atau terbilang sangat puas. Dari semua sub variabel penelitian ini, sub variable Kualitas Produk memiliki

skor paling tinggi di antara sub variabel lainnya dengan tingkat kepuasan tamu sebesar 84% dengan total skor 2341 dengan rentang skor 2275 – 2800 masuk dalam kategori “sangat puas”. Sub variabel kualitas produk memiliki 4 indikator dan indikator yang memiliki skor tertinggi ialah rasa nasi goreng pangeran. Rasa pada nasi goreng pangeran ini memang berbeda dengan nasi goreng pada umumnya. Memiliki cita rasa yang khas dan bumbu yang kuat serta tampilan dan juga topping yang terlihat mewah membuat nasi goreng ini memang dapat dikatakan menu spesial.

Kualitas Pelayanan memiliki skor tertinggi kedua dengan mencapai kepuasan tamu sebesar 86% dengan total skor 1713 dengan rentang skor 1625 – 2000 masuk dalam kategori “sangat puas”. Sub variabel Kualitas Pelayanan dengan skor tertinggi tertuju pada indikator keramahan karyawan di restoran hotel pangeran beach padang. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, karyawan di restoran hotel pangeran beach memang ramah, terlihat mulai dari pintu masuk restoran sudah ada karyawan yang bertugas untuk menyambut kedatangan tamu hingga tamu keluar dari restoran. Setelah itu terlihat karyawan membantu tamu ketika ingin duduk dimeja yang diinginkan. Karyawan restoran juga dengan ramah memberikan dan menjelaskan menu yang disajikan oleh restoran hotel pangeran beach. Terlihat juga karyawan dengan senang hati membantu tamu yang yang membutuhkan sesuatu.

Sub variable selanjutnya yaitu faktor emosional memiliki skor tertinggi ketiga dengan tingkat kepuasan tamu sebesar 85%. Dengan total skor 1691 dengan hasil rentang skor 1625 – 2000 masuk dalam kategori “sangat puas”. Dimana indikator rasa senang memiliki

skor paling tinggi daripada indikator lainnya. Tamu merasa senang ketika memesan dan memakan nasi goreng pangeran, terlihat dari wajah tamu ketika memakan dan ketika membayar. Tidak terlihat ada kekecewaan dari konsumen yang telah memesan nasi goreng pangeran.

Sub variabel Biaya memiliki skor tertinggi keempat dengan memiliki tingkat kepuasan konsumen sebesar 78% dengan total skor 623 dengan rentang skor 500 – 649 masuk dalam kategori “puas”. Sub variable Biaya hanya memiliki satu indikator yaitu tidak mengeluarkan biaya tambahan. Dari observasi yang peneliti lakukan, restoran Hotel Pangeran Beach memiliki biaya tambahan untuk setiap menu yang disajikan. Biaya tambahan ini berupa tax & service. Dari hasil kuesioner yang peneliti bagikan, konsumen yang memesan dan memakan nasi goreng pangeran tidak keberatan atau memperlakukan biaya tambahan yang diberikan dan para konsumen juga bersedia untuk memberikan biaya tambahan yang telah ditentukan oleh hotel.

Sub variabel terakhir ialah Harga memiliki skor terendah dengan tingkat kepuasan tamu sebesar 53% dengan total skor 973 dengan rentang skor 750 – 974 masuk dalam kategori “puas”. Sub variabel harga memiliki 2 indikator dan indikator dengan skor tertinggi ialah harga yang terjangkau bagi konsumen. Menurut hasil survey yang peneliti lakukan, harga pada nasi goreng pangeran termasuk dalam kategori mahal hal itu yang membuat variabel ini memiliki skor terendah.

DAFTAR PUSTAKA

- A.W Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi.
- Agus Sulastiyono., 2001. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, C.V. Alfabeta, Bandung.
- Al Bataafi, Wisnu , 2005. *House Keeping Departement, Floer and Publick Area*, Bandung: Alfabeta
- Amirin, T. 2011. *Populasi Dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin*. Erlangga. Jakarta.
- Amstrong dan Kotler, 1999. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Eduisi Delapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Aprilia, R. (2017). *pengaruh financial stability, personal financial need, ineffective monitoring, change auditor dan change in director terhadap financial statement fraud dalam perspektif fraud diamond*. *JOM Fekom*, 4. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/128538-IDpengaruh-financial-stability-personal-fi.pdf>
- Arfan Ikhsan. 2008. *Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahar, H. dan Marpaung, H. (2002). *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Drs. M.N. Nasution, M,Sc. Mei 2001, *Manajemen Mutu Terpadu : Total Quality Management*, Cetakan

- Pertama. Penerbit Ghalia Indonesia
- Endar, Sugiarto dan Sri Sulartiningrum, 1996, *Pengantar Industri Akomodasi dan. Restoran*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Espino, A. G. B. (2017). *Operational efficiency and customer satisfaction of restaurants: Basis for business operation enhancement*. Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research, 5(1), 122–132.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* “. Semarang : UNDIP.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- James F. Engel (1994), *pengertian perilaku konsumen, dalam buku Perilaku Konsumen*, Edisi 6 : jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kusmayadi dan Endar Sugiarto, 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta
- Oka A. Yoeti. 1987. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa Bandung.
- Pitana, I Gde dan Gayatri Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Prayogo, Rangga Restu. (2018). *Perkembangan Pariwisata Dalam Perspektif Pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing
- Riyadi, Heru. dkk. (2011). *Pengetahuan Menu*. Bandung: Alfabeta.
- Rotua, Manuntun dan Siregar, Rohanta. 2015. *Manajemen Sistem Penyelenggaraan Makanan Institusi Dasar*. EGC. Jakarta.
- Rumekso, 2002. *Housekeeping Hotel*, Yogyakarta : Andi.
- Sinaga, S. (2010). *Potensi pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli*
- Soekresno. 2001. *Manajemen Food & Beverage Service Hotel*. Jakarta : Gramedia
- Subakti, A. G. (2014). *Analisis kualitas pelayanan di restoran saung mirah*, bogor. Binus Business Review, 5(1), 49–56.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulaiman, Samsudin, Kuserdyana. (2016). *Pengantar Statistika Pariwisata (Aplikasinya dalam Bidang : Pariwisata, Usaha Perjalanan, dan Perhotelan) . Tengah*. Kertas Karya Program Pariwisata Universitas Sumatera Utara.
- Wardiyanta, 2006, *Metode Penelitian Pariwisata*, Yogyakarta : ANDI
- Wardiyanta. (2010). *Metode Penelitian Pariwisata (Edisi 2)*. Yogyakarta: ANDI.