

---

**PENGARUH KUALITAS PRODUK MAKANAN COFFEE BREAK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL GOLDEN PALACE**

Oleh

Desak Ayu Trisna Agustini<sup>1</sup>, I Wayan Nuada<sup>2</sup> & Sri Wahyuningsih<sup>3</sup><sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Pariwisata MataramEmail : <sup>1</sup> [Desaktrisna683@gmail.com](mailto:Desaktrisna683@gmail.com), <sup>2</sup> [iwayannuada@gmail.com](mailto:iwayannuada@gmail.com) & <sup>3</sup> [sriwahyuningsih@gmail.com](mailto:sriwahyuningsih@gmail.com)

---

**Article History:**

Received: 29-04-2024

Revised: 02-04-2024

Accepted: 06-05-2024

**Keywords:**

Kualitas Produk

Makanan, Coffee Break,

Kepuasan Konsumen.

*Abstrak* Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Produk Makanan Coffee Break terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Golden Palace. Metode yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan sampel sebanyak 51 responden. Penarikan sampel menggunakan teknik simple random sampling dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan kuantitatif dengan pengukuran skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk makanan yang ada di Hotel Golden Palace memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut berdasarkan pada Uji T didapat  $t$  hitung variabel X sebesar  $10.590 >$  dari nilai  $t$  tabel yaitu  $2.010$  dan didapat nilai signifikansi sebesar  $0.000 <$  dari  $0.05$ . Berdasarkan pada uji determinasi didapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar  $69\%$ . Artinya variabel X memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel Y sedangkan sisanya sebesar  $31\%$  dipengaruhi oleh factor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil analisa yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan konsumen pada coffee break di Hotel Golden Palace sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

---

**PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman pada saat ini yang semakin maju, terutama dalam dunia perhotelan saat ini sudah mengalami kemajuan yang cukup pesat, sehingga tumbuh menjadi industri pariwisata. Hotel adalah salah satu penunjang untuk majunya dunia pariwisata. Semakin banyaknya hotel yang berdiri di suatu daerah, maka management hotel saling berlomba-lomba untuk menawarkan produk dan pelayanan yang prima agar dapat menciptakan kepuasan tamu.

Produk merupakan hasil dari suatu kegiatan perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang tujuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Didefinisikan secara luas, produk dibedakan menjadi 2 yaitu produk barang dan produk jasa. Secara umum, produk barang adalah produk yang bisa dibeli oleh pelanggan dengan harga tertentu. Sedangkan produk jasa adalah fasilitas atau manfaat yang diberikan kepada konsumen.

Kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya

---

menanggung janji atau sisipan memuaskan kebutuhan pelanggan. Komponen penting dalam menjaga kualitas produk makanan diantaranya meliputi rasa, kebersihan serta standar pengemasan dalam menyajikan makanan tersebut. Rasa, kebersihan serta pengemasan makanan tersebut nantinya akan menimbulkan kepuasan konsumen. Menurut (Kotler & Keller, (2016:153)) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil produk yang dirasakan dengan harapan.

Hotel Golden Palace berlokasi di Kota Mataram, tepatnya di Jalan Sriwijaya No.38, Kecamatan Cakranegara, Kota Mataram. Hotel ini menyediakan berbagai meeting room bagi yang ingin menyelenggarakan kegiatan bisnis seperti rapat kerja, seminar dan lain-lainnya. Hotel Golden Palace memiliki 6 meeting room dan apabila tamu menyewa meeting room di Hotel Golden Palace akan mendapatkan coffee break pada jam istirahat yang sudah menjadi harga paket dari penyewaan ruangan. Coffee break yang disajikan terdiri dari 4 macam jajanan tradisional khas Indonesia yang terdiri dari 2 jajanan manis dan 2 jajanan asin dan juga terdapat minuman coffee and tea.

Jajanan tersebut dikemas dalam piring plastik dan ditutupi dengan plastic wrap untuk menjaga kualitas rasa makanan dan kebersihan

makanan tersebut. Dari penerapan strategi yang sudah diterapkan Hotel Golden Palace tersebut nantinya menimbulkan kepuasan konsumen. Namun dari Hotel Golden Palace masih belum mengukur apakah tamu benar-benar merasa puas atau sebaliknya akan fasilitas coffee break yang diberikan oleh Hotel Golden Palace.

Oleh karena itu, dengan melihat fenomena tersebut, maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti

“Pengaruh Kualitas Produk Makanan Coffee Break terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee Break di Hotel Golden Palace”.

## LANDASAN TEORI

### Coffee Break

Coffee break adalah istilah untuk istirahat singkat selama 10 - 30 menit dalam suatu acara pertemuan, atau perkumpulan, yang merupakan hal yang umum untuk menikmati secangkir kopi, teh, dan makanan kecil di sela-sela acara sebagai ice breaking atau pembuka kata. Tamu dapat memilih hidangan coffee break yang akan disajikan sesuai dengan keinginan dan harga yang sudah ditentukan. Istilah “coffee break” dibuat untuk memenuhi kesejahteraan sosial dan pribadi dalam faktor emosional dalam diri masing-masing pekerja.

### Produk & Kualitas Produk

Menurut (Kotler dan Armstrong, (2017:244)) produk didefinisikan sebagai apapun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, penggunaan, atau konsumsi yang memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bisa dibedakan menjadi dua, yaitu produk barang dan produk jasa. Menurut Tjiptono (2015:231) produk barang memiliki karakteristik yaitu memiliki wujud, dapat dimiliki, dapat disimpan, dan dapat dikonsumsi. Sedangkan produk jasa adalah sebuah kegiatan yang tidak terwujud dan tidak memberikan perpindahan kepemilikan.

Menurut (Kotler & Armstrong, (2008:272)) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Menurut (Kotler & Keller, (2016:156)) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang tersirat atau tersurat.

### Kualitas Makanan & Indikator

Menurut (Winarjo & Japariato, (2017:1)) menyatakan bahwa kualitas makanan memberikan kualitas makanan yang sesuai dengan harapan pelanggan dapat memberikan pengaruh yang positif untuk hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Penilaian pelanggan dimulai dari saat pelanggan mencicipi makanan kemudian memberikan penilaian terhadap kualitas makanan tersebut. Menurut Suhartanto (2018:12) kualitas makanan 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. Kualitas makanan didefinisikan sebagai sebuah konsep kualitas yang dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mempertahankan kualitas produk dan bagaimana pelanggan melihat produk disajikan.

Menurut (Adinugraha & Michael, (2014:645)) menyatakan bahwa secara garis besar dimensi food quality terdiri dari:

a. Warna

Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.

b. Penampilan

Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati. Tampilan dalam sebuah kemasan produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik konsumen.

c. Porsi

Penyajian makanan biasanya sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut standard portion size atau kuantitas makanan yang disajikan.

d. Bentuk

Bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh melalui pemotongan bahan makanan yang bervariasi.

e. Tekstur

Ada banyak macam tekstur makanan yaitu halus atau tidak, keras atau lembut, cair atau padat, empuk atau tidak.

f. Aroma

Aroma adalah reaksi dari makanan yang mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.

g. Tingkat kematangan

Tingkat kematangan makanan mempengaruhi tekstur dari makanan. Misalnya, wortel yang direbus di dalam air mendidih yang lama bisa membuat wortel menjadi lunak. Makanan tertentu seperti steak setiap orang memiliki selera masing-masing untuk tingkat kematangan.

h. Rasa

Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu: rasa manis, asam, asin, pahit. Makanan tertentu seringkali menggabungkan empat rasa ini di dalam makanan menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

### Kepuasan Konsumen & Indikator

Menurut (Kotler & Keller, (2016:155)) kepuasan konsumen merupakan persepsi dari satu jenis pengalaman, dimana mereka cenderung menggunakan harapan mereka sebagai standar referensi untuk mengevaluasi. Menurut (Kotler & Keller, (2016:153)) kepuasan adalah

perasaan senang atau kecewa seseorang diperoleh dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau layanan dengan harapan. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Menurut Saifudin (2016:83) menjelaskan kepuasan pelanggan mempunyai empat indikator, yaitu:

a. Harapan (expectation)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka.

b. Kinerja (performance)

Merupakan pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Selama mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

c. Perbandingan (comparison)

Setelah mengkonsumsi barang atau jasa, maka konsumen akan membandingkan harapan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

d. Konfirmasi (confirmation)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain. Konsumen membandingkan harapan kinerja barang atau jasa yang dibeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

#### Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Dalam model regresi, variabel independen menerangkan variabel dependennya. Dalam analisis regresi linier sederhana, hubungan antara variabel bersifat linier, dimana perubahan pada variabel (X) diikuti oleh perubahan pada variabel (Y) secara tetap. Sementara pada hubungan non linier, perubahan variabel X tidak diikuti oleh perubahan variabel Y secara proporsional. Seperti pada model kuadratik, perubahan X diikuti oleh kuadrat dari variabel X. Hubungan demikian tidak bersifat linier. Secara sistematis model analisis regresi linier sederhana dapat digambarkan sebagai berikut.

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Independen

e = Error term

a = Intersep / Konstanta

b = Koefisien Beta

Hipotesis

Ho: Kualitas Produk Makanan (X) tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H1: Kualitas Produk Makanan (X) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

## METODE PENELITIAN

Jenis penyajian data dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat korelasional. Penelitian ini dilakukan di Hotel Golden Palace Lombok tepatnya pada meeting room yang terdapat pelayanan coffee break. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 orang dari 105 orang jumlah populasi dengan metode simple random sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan kuantitatif dengan pengukuran skala likert.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa 44 orang responden berjenis kelamin laki-laki dan 7 orang responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan 51 orang responden, didapatkan data bahwa usia 18-27th sebanyak 19 orang, 28-37th sebanyak 10 orang, 38-47th sebanyak 19 orang dan usia >47th sebanyak 3 orang. Diketahui juga dalam penelitian ini mayoritas responden sudah melakukan pembelian sebanyak lebih dari 2 kali dan telah mengonsumsi makanan coffee break. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan pengujian-pengujian sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

**Tabel 1: Uji Validitas variabel X**

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation	R Tabel	Ket
X	X1	0.792	0.233	Valid
	X2	0.803		Valid
	X3	0.736		Valid
	X4	0.729		Valid
	X5	0.707		Valid
	X6	0.608		Valid
	X7	0.420		Valid
	X8	0.602		Valid

**Tabel 2: Uji Validitas variabel Y**

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation	R Tabel	Ket
Y	Y1	0.824	0.233	Valid
	Y2	0.787		Valid
	Y3	0.887		Valid
	Y4	0.863		Valid

Dari hasil uji validitas didapatkan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan semua dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Tabel 3: Uji Reliabilitas variabel X

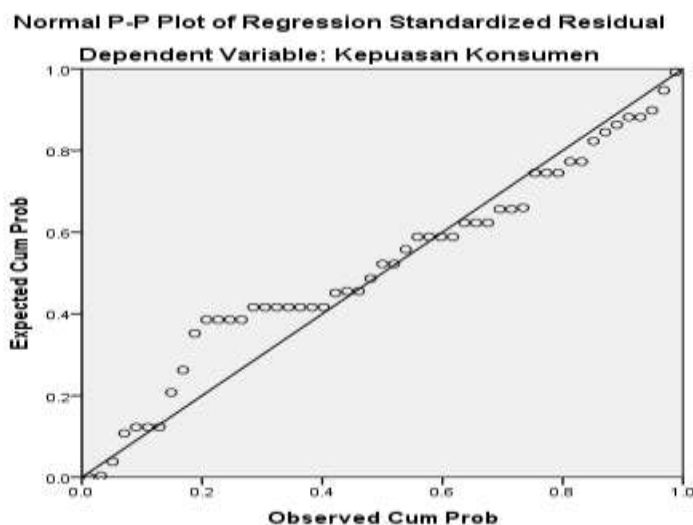
Variabel	Item Pernyataan	Cronbach Alpha	Ket
X	X1	0.774	Reliabel
	X2	0.772	Reliabel
	X3	0.785	Reliabel
	X4	0.787	Reliabel
	X5	0.790	Reliabel
	X6	0.804	Reliabel
	X7	0.857	Reliabel
	X8	0.808	Reliabel

Tabel 4: Uji Reliabilitas variabel Y

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach Alpha	Ket
Y	Y1	0.839	Reliabel
	Y2	0.846	Reliabel
	Y3	0.794	Reliabel
	Y4	0.803	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel.

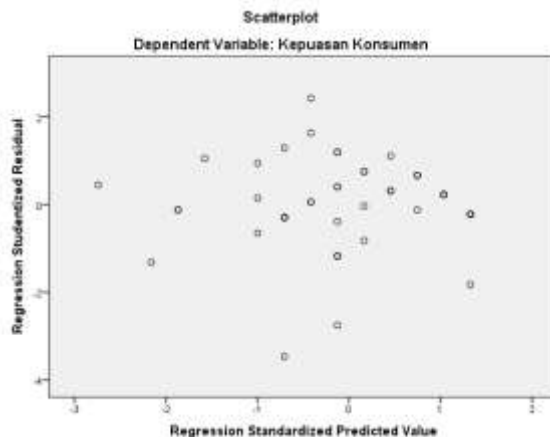
## 3. Uji Normalitas



Gambar 1 Uji Normalitas P-Plot

Pada gambar 1 menyatakan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mendekati garis maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini normal.

## 1. Uji Heterokedastisitas



**Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot**

Dari pengujian tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik data tidak terdapat pola yang jelas dan menyebar di atas dan bawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada heterokedastisitas.

2. Uji Regresi Linier Sederhana

**Tabel 5. Hasil Regresi Linier Sederhana**

Model	Koefisiensi Regresi	t <sub>hitung</sub>	Sig.
Constant	-2.010	-1.074	.288
Kualitas Produk Makanan	.557	10.590	.000

Dari hasil uji di atas menunjukkan hasil yang diperoleh nilai konstan (a) sebesar -2.010, sedangkan nilai kualitas produk makanan (B) sebesar 0,557. Dari hasil tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = -2.010 + 0,557X$$

Artinya nilai konstanta sebesar -2.010 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel partisipasi adalah sebesar -2.010. Konstanta bernilai negatif -2.010 artinya jika skor variabel kualitas produk makanan dianggap tidak ada atau sama dengan nol, maka skor kepuasan konsumen akan semakin berkurang. Konstanta negatif tidaklah menjadi persoalan dan bisa diabaikan selama model regresi yang diuji sudah memenuhi asumsi. Konstanta negatif umumnya terjadi jika rentang yang cukup jauh antara variabel X dengan variabel Y. Karena dasarnya regresi digunakan untuk memprediksi Y berdasarkan nilai perubahan X, maka seharusnya yang menjadi perhatian adalah Xnya, bukan nilai konstanta. Koefisien regresi X sebesar 0,557 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas produk makanan maka nilai kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,557. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Berdasarkan signifikansi yang diperoleh yaitu  $0.000 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

1. Berdasarkan pada Uji T didapat t hitung variabel X sebesar 10.590 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 2.010 dan didapat nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05.
2. Berdasarkan pada uji determinasi didapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 69%. Artinya variabel X memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel Y sedangkan sisanya sebesar 31% dipengaruhi oleh factor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan konsumen pada coffee break di Hotel Golden Palace sehingga H0 ditolak dan H1 diterima.
4. Kualitas produk makanan yang ada di Hotel Golden Palace memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Saran**

1. Saran Bagi Perusahaan
  - a. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, diketahui bahwa kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka sebaiknya Hotel Golden Palace selalu menjaga dan terus meningkatkan produk dan strategi yang dilakukan karena dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan pendapatan hotel.
  - b. Untuk memperkuat pangsa pasar, Hotel Golden Palace harus selalu meningkatkan strategi serta melakukan inovasi-inovasi baru.
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menemukan jawaban yang lebih mendalam sehingga diharapkan Hotel Golden Palace dapat mengetahui adanya kemungkinan ditemukannya variabel-variabel baru seperti harga, lokasi, promosi yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
  - b. Untuk peneliti selanjutnya yang akan mengambil penelitian dengan variabel yang sama sebaiknya untuk menambahkan jumlah variabel bebas sehingga variabel bebasnya setidaknya 2 atau 3 variabel. Bila menggunakan lebih dari satu variabel maka menggunakan regresi linier berganda.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Afshar, A.J., Gasti, M A.H., Mirdamadi S.A., Nawaser K., and Khaksar, S M.S (2011). Study the Effect of Customer Service And Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal*
- [2] Adinugraha, A.T. dan Michael, Stefanus. 2014. *Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'cost Surabaya*. Jurnal Manajemen Perhotelan. Surabaya: Penerbit Grasindo
- [3] Amstrong & Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Ahli Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- [4] Kotler, P Dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- [5] Kotler Philip, dan Keller, Kevin, Lane. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, M.M. Jakarta: Penerbit Gelora Aksara Pratama.
- [6] Kotler Philip, Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [7] Kotler Philip & Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga Jilid I.
- [8] Saifudin, R. 2016. Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk terhadap Word of Mouth pada Situs Jejaring Sosial Twitter (Studi pada Pembelian Produk Fashion Online). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.



- [9] Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabeta.
- [10] Suhartanto Dan Hidayat. 2018. Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik, Makanan, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Restoran, Dan Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan Yang Baik Akan Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen. Jurnal Manajemen Pemasaran. Bandung: Penerbit PT Grasindo.
- [11] P. Kotler and K. L. Keller, MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E).
- [12] <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>, vol. 15E, no. 4.2016.
- [13] Winarjo dan Japarianto. 2017. Pengaruh Food Quality Atmosphere terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Intro di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran. Surabaya: Penerbit Grasindo