
The Influence of Food Quality and Tourist Satisfaction Toward Tourist Loyalty in the Mandalika Special Economic Zone

Putri Rizkiyah¹, Kanom², Satri Rusdy Wijaya³, Rida Iswati⁴

1,2,3,4 Politeknik Pariwisata Lombok

Correspondence : Putri Rizkiyah, Politeknik Pariwisata Lombok

Email : putririzkiyah13@gmail.com

DOI : <https://doi.org/10.36983/japm.v9i2.173>

ABSTRACT

As one of the 10 tourism priority destinations, the Mandalika Special Economic Zone (KEK) in West Nusa Tenggara must consider tourist experiences as things that need to be studied and developed, including experiences in enjoying culinary which is now known as 'culinary tourism'. Related to this, this study aims to see how the influence of food quality on tourist loyalty in the KEK Mandalika; how is the influence of satisfaction on tourist loyalty in the KEK Mandalika; whether there is an influence of food quality and tourist satisfaction together on tourist loyalty in the KEK Mandalika; and which of food quality and satisfaction has the most dominant influence on tourist loyalty in the Mandalika SEZ. By using partial tests and simultaneous tests based on quantitative research approaches, this study tested the hypotheses by involving 100 respondents selected by the purposive sampling method. The results showed that: food quality and satisfaction together contributed 71% to tourist loyalty.

Keywords: culinary, food quality, satisfaction, loyalty

Pengaruh Kualitas Makanan dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika

ABSTRAK

Sebagai salah satu destinasi prioritas, Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di Nusa Tenggara Barat haru mempertimbangkan pengalaman wisatawan sebagai hal yang perlu dikaji dan dikembangkan, termasuk pengalaman dalam menikmati kuliner yang saat ini dikenal dengan istilah 'wisata kuliner'. Terkait hal tersebut, tujuan dari studi ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika; bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika; apakah terdapat pengaruh kualitas makanan dan kepuasan wisatawan secara bersama-sama terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika; dan manakah diantara kualitas makanan dan kepuasan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika. Dengan menggunakan uji parsial dan uji simultan berdasarkan pendekatan penelitian kuantitatif, penelitian ini menguji hipotesis dengan melibatkan 100 responden yang dipilih dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kualitas makanan dan kepuasan secara bersama-sama berkontribusi 71% terhadap loyalitas wisatawan.

Kata kunci: kuliner, kualitas makanan, kepuasan, loyalitas

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Salah satu contoh produk wisata yang tidak dapat dipungkiri nilai penting dan perannya adalah penyediaan fasilitas makanan dan minuman. Oleh sebab itu, para pengusaha kuliner, terutama yang berada di sekitar daya tarik wisata dan bergerak dalam penyajian kuliner sebagai produk wisata terus bergerak agar produk yang mereka sajikan sesuai dengan selera pengunjung yang datang, tidak terkecuali pengelola usaha kuliner lokal (Prasiasa, 2013:6).

Kualitas produk makanan tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan wisatawan sebagai bagian dari produk wisata yang mempengaruhi kepuasan dan keputusan wisatawan untuk berkunjung lagi atau

merekomendasikan orang lain untuk berkunjung. Sedangkan kebutuhan wisatawan terintegrasi dengan kepuasan dan loyalitas wisatawan (Liyushiana et al., 2020).

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu dari 10 destinasi prioritas atau lebih dikenal dengan “10 Bali Baru’ yang dikembangkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (d.h. Kementerian Pariwisata) diantaranya Danau Toba Sumatera Utara, Tanjung Kelayang Belitung, Tanjung Lesung Banten, Kepulauan Seribu dan Kota Tua DKI Jakarta, Borobudur Jawa Tengah, Bromo Tengger Jawa Timur, Labuan Bajo Komodo Nusa Tenggara Timur, Wakatobi Sulawesi Utara dan Morotai Maluku Utara.

Tabel Tingkat Kunjungan Wisatawan di Prov. Nusa Tenggara Barat

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Total
2009	232.525	386.845	619.370
2010	282.161	443.227	725.388
2011	364.196	522.684	886.880
2012	471.706	691.436	1.163.142
2013	565.944	791.658	1.357.602
2014	752.306	876.816	1.629.122
2015	1.061.292	1.149.235	2.210.527
2016	1.404.328	1.690.109	3.094.437

Sumber: BPS Prov. NTB

Sebagai salah satu dari 10 destinasi pariwisata prioritas menjadikan KEK Mandalika perlu mendapat perhatian khusus terutama hal-hal yang berkaitan dengan fasilitas penunjang bagi wisatawan.

Pengalaman menikmati berbagai kuliner di suatu daerah dilakukan oleh penduduk setempat dan wisatawan yang sedang berkunjung. Bagi wisatawan, kegiatan kuliner merupakan pengalaman bersentuhan dengan budaya lokal (Quan dan Wang, 2004). Boyne dan Hall (2002) dalam Ab Karim (2006) menyatakan bahwa wisatawan menghabiskan hampir

40% budget untuk membeli makanan saat mereka berwisata.

Perkembangan industri kuliner juga disebabkan adanya peningkatan sektor industri pariwisata. Indonesia merupakan negara yang memiliki pertumbuhan pariwisata sebesar 9,39 % dan merupakan angka pertumbuhan tertinggi diantara negara-negara G-20 menurut The World Travel & Tourism Council (2013). Hal ini disebabkan dalam setiap perjalanan wisata, ada wisatawan yang mempunyai ketertarikan untuk mencoba berbagai kuliner daerah. Oleh karena itu,

pengunjung kuliner mempunyai cakupan yang luas. Pengunjung kuliner tidak hanya masyarakat setempat yang melakukan rekreasi kuliner tetapi juga wisatawan kuliner.

Berdasarkan uraian tersebut, maka didesainlah penelitian ini dengan judul Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan di KEK Mandalika.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas makanan dan kepuasan wisatawan secara bersama-sama terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika?
4. Manakah diantara kualitas makanan dan kepuasan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan dan kepuasan secara bersama-sama terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika
4. Untuk mengetahui Variabel manakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti berguna untuk menambah pengetahuan dan penerapan serta pengembangan ilmu pengetahuan
2. Sebagai bahan masukan kepada pemerintah daerah KEK Mandalika
3. Sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut
4. Dalam lingkup akademik, penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan di KEK Mandalika.

Sebagai bahan evaluasi bagi pemilik tempat kuliner dalam memuaskan pengalaman kuliner wisatawan.

KERANGKA KONSEP

Tinjauan Teori

1. Kualitas Makanan

Kualitas merupakan dimensi penting dari sebuah produk makanan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah ciri dan karakteristik dari produk atau jasa yang menjadi nilai jual untuk memuaskan pelanggan, atau dalam kasus ini pengunjung/wisatawan yang datang untuk mencicipi makanan/kuliner di KEK Mandalika. Setiap produk makanan memiliki standar prosedur, rasa, aroma dan tekstur sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan..

Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) *food quality* atau kualitas makanan adalah indikator kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, yang dapat berupa ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. *Standar food quality* sulit didefinisikan dan tidak dapat diukur secara mekanik, tetapi dapat dievaluasi lewat nilai nutrisinya, tingkat bahan yang digunakan, rasa, dan penampilan dari produk. Sedangkan menurut West, Wood dan Harger (2006); Gaman dan Sherrington (1996) menyatakan bahwa secara garis besar dimensi *food quality* terdiri dari:

Warna

Merupakan tampilan dari produk kuliner yang ditawarkan. Kombinasi

pewarnaan dalam sajian produk diharapkan dapat menggugah selera dan menarik minat wisatawan.

Rasa

Rasa menjadi salah satu magnet pemikat produk kuliner. Rasa yang disajikan biasanya didominasi dari salah satu rasa: manis, asin, pahit dan asam. Rasa pada makanan dapat didefinisikan sebagai sebuah reaksi kimia dari gabungan berbagai bahan makanan dan menciptakan suatu sensasi yang dirasakan oleh lidah.

Penampilan Makanan

Makanan harus baik dilihat saat penyajian. Contoh yang penting ditampilkan adalah kesegaran dan kebersihan produk. Penyajian makanan yang tidak memperhatikan kedua unsure bersih dan segar tadi dapat berpengaruh buruk, bukan saja dapat mengurangi selera makan tetapi dapat juga menjadi penyebab kontaminasi terhadap bakteri .

Porsi

Terdapat istilah *standard portion size* dalam penyajian makanan yang dapat dipahami sebagai kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan.

Tekstur

Terdapat beberapa tekstur makanan yang lazim dijumpai, yaitu: halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tekstur ini dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dari reseptor di mulut.

Bentuk

Bentuk makanan akan menjadi daya tarik produk. Kemenarikan bentuk dapat diciptakan salah satunya dengan teknik pemotongan bahan makanan.

Temperatur

Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya, karena temperatur juga bisa mempengaruhi rasa.

Aroma

Aroma makanan yang akan mempengaruhi keputusan konsumen

sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut

Tingkat Kematangan

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

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai persepsi nilai yang diterima (perceived) dibandingkan dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan ketika konsumen tersebut membandingkan apa yang dirasakannya terhadap sebuah produk dengan apa yang diharapkannya.

Menurut Kotler & Keller yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2012:138) mendefinisikan kepuasan seorang konsumen terhadap suatu produk sebagai berikut: “Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas”.

Sebagai ilustrasi tambahan, menurut Irawan (2012:35) kepuasan konsumendapat diartikan sebagai berikut: “Kepuasan konsumen adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang”.

Loyalitas Wisatawan

Loyalitas wisatawan dapat didefinisikan sbagai rangkaian tindakan kunjungan berulang dan wisatawan merekomendasikan tempat yang telah

dikunjunginya kepada pihak lain. Menurut Bramson, (2005) indikator pengukuran loyalitas wisatawan meliputi: (1) Keinginan untuk membeli ulang, (2) Keinginan pelanggan untuk tidak beralih pada produk lain, (3) Merasa bahwa produk tersebut sesuai dengan yang diharapkan, (4) Kemauan untuk tetap menggunakan selamanya, dan juga (5) Keinginan untuk merekomendasikan pada orang lain.

Menurut Griffin (2002) menyatakan karakteristik pelanggan yang loyal adalah sebagai berikut:

- Melakukan pembelian berulang secara teratur.
- Membeli antar lini produk dan jasa.
- Mereferensikan kepada orang lain.
- Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Selanjutnya Griffin (2002) menyatakan pendapatnya bahwa seseorang pelanggan dapat dinyatakan setia jika pelanggan tersebut (1) menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau (2) terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Teori ini juga disetujui oleh Maulan dalam Aditya (2008) yang menyampaikan bahwa seorang pelanggan dikatakan setia apabila dia mempunyai suatu komitmen yang kuat untuk mempergunakan kembali secara rutin produk/jasa yang dibelinya.

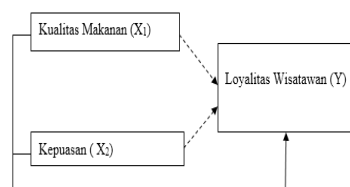
Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini penulis akan menggambarkan secara garis besar langkah-langkah serta analisa penelitian yang akan penulis lakukan untuk menjawab suatu permasalahan yang telah dirumuskan di atas.

Dalam penulisan proposal ini peneliti akan meneliti bagaimana pengaruh uji secara parsial maupun pengaruh uji secara simultan antara variabel independen yaitu kualitas makanan (X_1) dan kepuasan (X_2)

dengan variabel defenden yaitu loyalitas wisatawan (Y) di KEK Mandalika.

Untuk lebih jelasnya kerangka berpikir yang penulis lakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Penulis

Keterangan :

-----> Uji secara parsial (X_1) terhadap loyalitas wisatawan

-----> Uji secara parsial (X_2) terhadap loyalitas wisatawan

-----> Uji secara Simultan bersama-sama (X_1 dan X_2)

terhadap loyalitas wisatawan

A. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diajukan dengan pernyataan (*statement*). Berdasarkan kajian teoritis dan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Diduga terdapat pengaruh antara kualitas makanan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika

H2: Diduga terdapat pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika

H3: Diduga terdapat pengaruh kualitas makanan dan kepuasan secara bersama-sama terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika

H4: Diduga bahwa variabel kepuasan mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika

Definisi Operasional dan Pengukurannya

Sebagai langkah untuk menyamakan persepsi dalam penggunaan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti telah mempersiapkan definisi operasional sebagai berikut:

Kualitas Makanan

Kualitas (*quality*) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai cirri, karakter, fitur dari produk kuliner yang ditawarkan kepada pengunjung (Kotler dan Keller, 2009). Adapun indikator pengukuran kualitas makanan dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

- a. kombinasi warna bahan makanan seperti sayuran, daging, dan yang lainnya untuk satu menu yang disajikan kepada konsumen.
- b. rasa dari makanan yang disajikan enak.
- c. makanan yang disajikan kepada konsumen terlihat segar dan Makanan yang disajikan kepada konsumen memenuhi standar kebersihan makanan.
- d. Standar porsi makanan yang disajikan.
- e. Tekstur makanan, yaitu halus atau tidak, keras atau lembut, cair atau padat, empuk atau tidak
- f. Variasi teknik pemotongan makanan
- g. Temperatur; yaitu suhu makanan yang disajikan kepada konsumen cocok dengan makanan yang dipesan, seperti salad dalam kondisi dingin, sup dalam kondisi panas.
- h. Aroma sajian makanan, dan
- i. Tingkat kematangan.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan adalah hasil evaluasi dari ungkapan dan perasaan senang atau tidak senang atas perbandingan produk yang diharapkan dengan kenyataannya (Kotler dan Keller, 2009). Indikator untuk mengukur kepuasan adalah sebagai berikut: (1) kualitas makanan; (2) emosional; dan (3) harga makanan.

Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen dinyatakan sebagai karakteristik pelanggan yang setia dengan indikator:

- a. Pembelian dilakukan berulang dan teratur;
- b. Pembelian dilakukan dari lini produk dan jasa yang serupa;
- c. Merekomendasikan produk kepada orang lain.

Dalam penelitian ini dipakai skala 5 (Skala Likert) dengan menggunakan kriteria penilaian bertingkat sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Tabel Indikator Pengukuran

Variabel	Indikator
Kualitas Makanan	Warna
	Rasa
	Penampilan makanan
	Porsi
	Tekstur
	Bentuk
	Temperatur
	Aroma
Kepuasan	Tingkat Kematangan
	Kualitas makanan
	Emosional
Loyalitas	Harga makanan
	Rekomendasi
	Revisit
	Komentar positif

Sumber: Olahan Penulis

METODOLOGI

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Nusa Tenggara Barat.

Tabel Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian					
		Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	Pra Penelitian						
2	Penyelenggaraan Penelitian						
3	Penyempurnaan hasil penelitian						
4	Penyerahan laporan hasil penelitian						
5	Penggandaan						
6	Desiminasi hasil penelitian						

Sumber: Olahan penulis

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara, observasi dan kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap

mewakili seluruh populasi yang dalam penelitian ini yaitu di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika.

Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah, ruang lingkup KEK Mandalika, buku, literatur, artikel, serta situs di internet.

Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data dan tulisan dari buku yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Studi pustaka berfungsi melengkapi data primer.

2. Pengamatan (observasi)

Merupakan teknik pengumpulan data menyusun memanipulasi dan menyajikan data supaya menjadi suatu informasi, proses analisis dilakukan dengan mendeskripsikan informasi yang diperoleh dan membandingkan dengan teori yang relevan.

Kuisisioner

Peneliti memberi pertanyaan kepada wisatawan sebagai responden yang berupa 100 kuisisioner bersifat tertutup.

Wawancara

Peneliti memberi pertanyaan untuk wisatawan sebagai responden berupa kuisisioner bersifat tertutup.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010, p.61). Jadi populasi tidak hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik dan mancanegara yang berwisata ke KEK Mandalika.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010). Teknik pengambilan sampel yang digunakan

adalah purposive sampling karena peluang dari anggota populasi yang dipilih sebagai sampel didasarkan pada pertimbangan dan keputusan peneliti (Sugiyono, 2010). Karakteristik dari sampel yang digunakan adalah wisatawan yang berkunjung dan pernah mencicipi makanan di kawasan KEK Mandalika.

Teknik Analisa Data

Analisa Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Analisa ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh korelasi variabel independen (variabel kualitas makanan dan kepuasan) dengan perubahan variabel dependen (loyalitas wisatawan).

Adapun rumus regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (Djarwanto Ps, 1998)

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + E$$

Dimana :

Y = Loyalitas Wisatawan

X₁ = Kualitas Makanan

X₂ = Kepuasan

a = Bilangan konstanta

b₁ = Koefisien regresi Kualitas Makanan

b₂ = Koefisien regresi Kepuasan

E = Error

Setelah ditentukan nilai konstanta a, b₁X₁, dan b₂X₂, fungsi regresinya telah terbentuk. Fungsi tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan atau menentukan variabel independen yang dominan mempengaruhi terhadap variabel dependen.

Untuk itu, hal yang dilakukan adalah uji signifikan yaitu secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji F).

a. Uji Parsial (uji t)

Uji signifikan secara parsial dilakukan untuk mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh yang signifikan secara sendiri-sendiri yaitu Kualitas Makanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Wisatawan

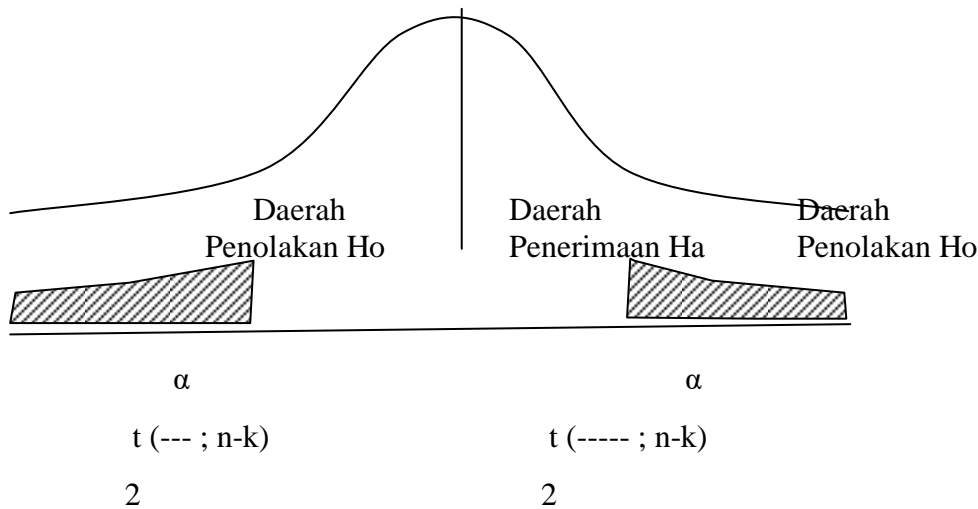
Langkah-langkah pengujian sebagai berikut :

- a. Menentukan Ho dan Ha
 Ho : $b_1 = 0$, (variabel X tidak berpengaruh nyata terhadap Y)
 Ha : $b_1 > 0$ (variabel X berpengaruh nyata terhadap Y)
- b. Menentukan level of significant ($t \alpha/2$)
 = $0,05/2=0,025$
- c. Menentukan nilai t hitung

$$t_{hitung} = \frac{b_1}{Sb}$$

Dimana
 b_1 = Koefisien regresi variabel X
 Sb = Standar deviation taksiran koefisien regresi (variabel X).

- d. Menentukan kriteria pengujian



Jika Ho diterima dan Ha ditolak apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Makanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Wisatawan.

Jika Ho ditolak dan Ha diterima apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ berarti ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Makanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Wisatawan.

Untuk mengetahui peranan secara parsial digunakan rumus koefisien determinasi R^2 artinya untuk mengetahui seberapa besar variable bebas (X) memberikan kontribusi terhadap variabel terikat (Y)

b. Uji Simultan (Uji F)

- a. Merumuskan hipotesa
 Ho ; $b_1 = 0$, artinya variabel bebas (X_1) secara bersama-sama tidak

berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Ho ; $b_1 > 0$, artinya variabel bebas (X_1) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

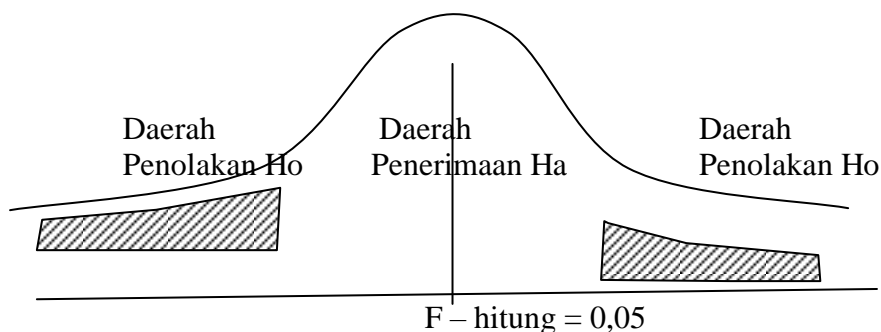
- b. Menentukan level of significant ($t \alpha/2$)
 = $0,05/2=0,025$
- c. Menentukan nilai F_{hitung}

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k - 1}{l - R^2 / n - k}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien Determinasi
 n = Jumlah sampel
 k = Banyaknya variabe

- d. Menentukan kriteria pengujian



Jika H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ artinya variabel bebas Kualitas Makanan dan Kepuasan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Wisatawan.

Jika H_0 ditolak H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya semua variabel bebas Kualitas Makanan dan Kepuasan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Wisatawan

Untuk mengetahui peranan secara simultan digunakan rumus koefisien determinasi R^2 artinya untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (X_1) dan (X_2) memberikan kontribusi terhadap variabel terikat (Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Karakteristik Responden

Jumlah wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika yang menjadi responden pada penelitian ini sebanyak 100 orang yang merupakan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Jumlah Responden

Jumlah wisatawan di KEK Mandalika yang diberikan kuesioner oleh peneliti sesuai jadwal waktu penyelenggaraan penelitian dari bulan Agustus s/d November 2018 sebanyak 100 orang dan lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel Lokasi Penelitian

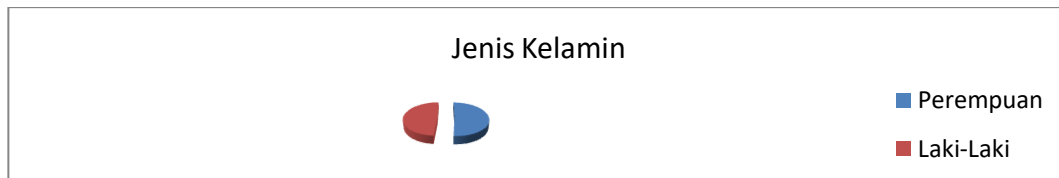
Tanggal Pelaksanaan	Lokasi	Kegiatan
02 - 05 Agustus 2018	Ashtari Restaurant Mandalika JM Restaurant Mandalika	- Penyebaran kuesioner (40 kuesioner)
19 - 21 Oktober 2018	Otherside Palace Restaurant Sapori Restaurant	- Penyebaran kuesioner (35 kuesioner)
09 - 11 November 2018	Ashtari Restaurant Mandalika Ashtari Restaurant Mandalika Otherside Palace Restaurant	- Penyebaran kuesioner (25 kuesioner)

Sumber: Olahan penulis

Jenis Kelamin

Dari 100 orang responden, terdapat 51 (lima puluh satu) orang responden yang

berjenis kelamin perempuan dan sisanya sebanyak 49 (empat puluh sembilan) orang responden berjenis kelamin laki-laki.



Gambar Grafik jenis kelamin responden

Sumber: Olahan penulis

Negara Asal Wisatawan

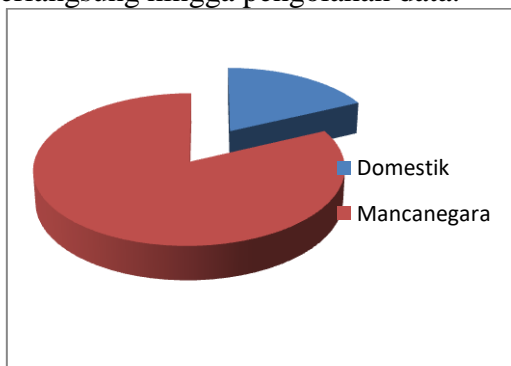
Peneliti menyebarkan kuesioner kepada wisatawan domestik maupun mancanegara dengan hasil olahan data sebagai berikut:

Tabel 5. Jenis Wisatawan

No	Jenis Wisatawan	Jumlah
1	Domestik	18
2	Mancanegara	82
Total		100

Sumber: olahan penulis

Berdasarkan tabel di atas merupakan gambaran bahwa di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Mandalika didominasi oleh wisatawan mancanegara, hal ini sebagaimana data yang diperoleh oleh peneliti selama kegiatan penelitian berlangsung hingga pengolahan data.



Gambar Jenis Wisatawan

Sumber: Olahan penulis

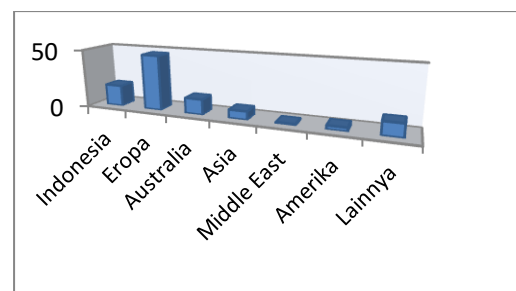
Berikut adalah tabel Negara asal wisatawan yang berkunjung di The Mandalika Kuta Lombok sebagaimana

data sesuai dengan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner di KEK Pariwisata Mandalika sebagaimana tersaji dalam tabel berikut:

Tabel Negara Asal

No	Negara Asal	Jumlah
1	Indonesia	18
2	Eropa	47
3	Australia	13
4	Asia	7
5	Middle East	1
6	Amerika	3
7	Lainnya	11
Total		100

Sumber: olahan penulis



Gambar Asal Wisatawan

Sumber: olahan penulis

Pada tabel dan gambar tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan berasal dari Eropa. Berdasarkan data ini dapat disimpulkan bahwa Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Mandalika di Kuta Lombok merupakan salah satu destinasi pilihan wisatawan asal Eropa. Pada data tersebut juga menyebutkan bahwa hanya terdapat 1 (satu) responden saja yang berasal dari Timur Tengah (Middle East) hal tersebut mencerminkan bahwa restaurant serta café yang ada di Kawasan Ekonomi Khusus

Pariwisata Mandalika sebagian besar dikunjungi oleh wisatawan asal Eropa dan Wisatawan asal Timur Tengah masih belum sebanyak wisatawan asal Eropa maupun Australia.

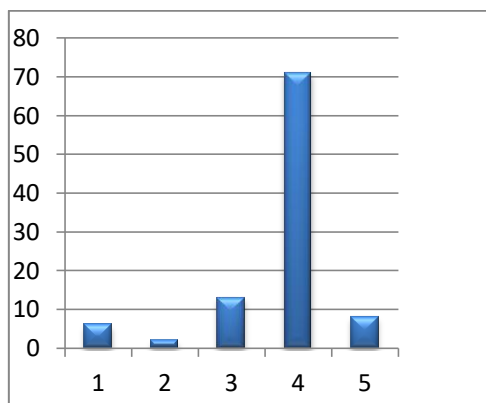
Tujuan berwisata ke The Mandalika Kuta Lombok

Berikut adalah data terkait dengan tujuan wisatawan ke The Mandalika Kuta Lombok dengan rincian sebagaimana yang disajikan dalam tabel berikut.

Tabel Tujuan Kunjungan

No	Tujuan ke Kuta Mandalika	Jumlah
1	Bussiness	6
2	Meeting/Exhibitions	2
3	Visiting relatives/siblings	13
4	Holiday	71
5	Other	8
Total		100

Sumber: olahan penulis



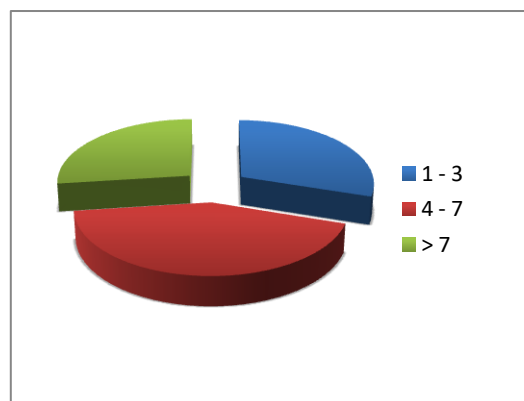
Gambar Tujuan Berkunjung

Sumber: olahan penulis

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel dan gambar diatas menyebutkan bahwa mayoritas wisatawan yang berwisata ke The Mandalika Kuta Lombok adalah bertujuan untuk liburan. Berdasarkan data tersebut The Mandalika Kuta Lombok merupakan salah satu destinasi pilihan wisatawan untuk berlibur (Holiday), sedangkan lainnya adalah mengunjungi kerabat.

Lama Kunjungan

Wisatawan yang berwisata ke The Mandalika Kuta Lombok sebagian besar wisatawan yang berkunjung di the Mandalika Kuta Lombok memiliki lama tinggalnya kisaran 4 – 7 hari, hal tersebut sebagaimana tersaji dalam data hasil penelitian berikut:



Gambar Lama kunjungan wisatawan

Sumber: olahan penulis

Pada tabel dan gambar tersebut merupakan data jumlah lama tinggal wisatwan yang berkunjung di The Mandalika Kuta Lombok. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Mandalika merupakan salah satu destinasi pilihan wisatawan.

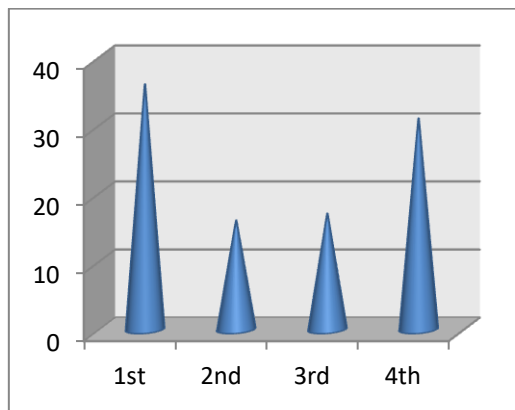
4.1.6 Kunjungan

Jika dilihat dari lama tinggal wisatwan sebagaimana pada tabel dan gambar 4.5. wisatawan memiliki lama tinggal 4 – 7 hari, sedangkan pada data berikut akan menyajikan terkait dengan volume kunjungan wisatawan di The Mandalika sebagai berikut.

Tabel 8: Kunjungan Wisatawan

No	Kunjungan	Jumlah
1	Pertama	36
2	Kedua	16
3	Ketiga	17
4	Lebih dari tiga kali	31
Total		100

Sumber: olahan penulis



Gambar Kunjungan wisatawan
 Sumber: olahan penulis

Data yang disajikan pada tabel dan gambar diatas., di atas menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung di The Mandalika Kuta Lombok merupakan wisawtan yang baru pertama kali berkunjung, namun sisanya merupakan wisatwan yang berkunjung ke lebih dari tiga (3) kali berkunjung. Dari data tersebut diperoleh bahwa wisatawan yang berkunjung di The Mandalika Kuta Lombok berpotensi untuk dating kembali, hal tersebut dapat diligat dari 100 responden 31 responden menjawab kunjungannya lebih dari 3 kali di The Mandalika Kuta Lombok, sedangkan yang merupakan kunjungan pertamanya adalah sebanyak 36 responden.

Wisatawan yang Mencicipi Makanan di The Mandalika Kuta Lombok

Seluruh wisatawan yang mengisi kuesioner mengaku bahwa mereka sudah pernah mencicipi makanan di The Mandalika Kuta Lombok.

Biaya yang dikeluarkan

Jika dilihat dari jumlah biaya yang dikeluarkan untuk satu kali makan di The Mandalika Kuta Lombok maka dalam tabel dan gambar berikut. disajikan dengan rinci sebagai berikut.

Tabel 9: Pengeluaran Wisatawan

No	Biaya Satu Kali Makan	Jumlah
1	< 25.000	2
2	25.000 - 50.000	8
3	50.000 - 100.000	36
4	> 100.000	27
5	Lainnya	27
Total		100

Sumber: olahan penulis

Pada data yang tersaji dalam tabel dan gambar. di atas peneliti memperoleh hasil bahwa dalam satu kali makan sebgaiian besar wisatawan mengeluarkan biaya sejumlah IDR 50.000 – 100.000,- di The Mandalika Kuta Lombok. Hal tersebut dapat dapat di simpulkan bahwa rata – rata wisatawan minimal mengeluarkan IDR 50.000,- untuk satu kali makan di The Mandalika Kuta Lombok.

Berdasarkan hasil data kuesioner yang telah diolah oleh peneliti menemukan bahwa dari 100 responden ada 36 responden yang mengeluarkan IDR 50.000 – 100.000,- untuk satu kali makan, 27 responden mengeluarkan biaya lebih dari 100.000,- untuk satu kali makan. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa wisatwan yang berkunjung di The Mandalika setidaknya membutuhkan biaya untuk satu kali makan adalah 50.000,-.

Analisa Regresi Linier berganda

1. Uji Secara Parsial (Uji t)

a. Pengaruh Kualitas Makanan (X_1) Terhadap Loyalitas Wisatawan (Y)

Setelah diadakan perhitungan dengan menggunakan komputer program IBM SPSS versi 23, diperoleh persamaan (lampiran 8) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1$$

$$Y = 10.180 + 056X_1$$

Dari persamaan tersebut diketahui besarnya nilai konstanta variabel Kualitas Makanan sebesar 10.180. Hal ini berarti pada saat variabel kualitas makanan (X_1) dianggap sama dengan nol, maka Loyalitas Wisatawan memperoleh nilai sebesar 056

Besarnya nilai koefisien regresi variabel Kualitas Makanan (X_1) adalah sebesar 056 ini berarti bilamana terjadi penambahan kualitas makanan satu satuannya, maka akan mengakibatkan tingginya loyalitas wisatawan sebesar 056 atau setiap tambahan kualitas makanan sebesar 056 akan mengakibatkan tingginya loyalitas wisatawan sebesar. 056.

Sementara itu diketahui nilai koefisien korelasi R sebesar 251^a artinya korelasi antara kualitas makanan terhadap loyalitas wisatawan sangat kuat, sedangkan koefisien determinasi R square sebesar 063 = 0,63 x 100% = 63% artinya besarnya kontribusi dari kualitas makanan (X_1) terhadap loyalitas wisatawan (Y) sebesar 63% sedangkan sisanya 37% dipengaruhi oleh faktor lain di luar kualitas makanan.

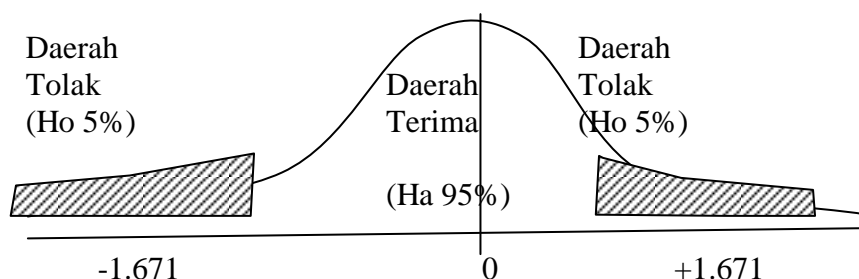
Dari hasil pengujian dengan menggunakan komputer program IBM SPSS versi 23, diperoleh besarnya hasil uji t untuk r^2 (koefisien determinasi) secara parsial yaitu t_{hitung} sebesar 7.458 sedangkan besaran dari t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$, pengujian dua sisi yaitu positif dan negative adalah masing-masing sebesar 1.671, ini berarti bahwa uji t untuk r^2 parsial X_1 mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 7.458 bila dibandingkan dengan t_{tabel}

sebesar 1.671, maka nilai t_{hitung} “lebih besar” dari t_{tabel} (H_a diterima dan H_o ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas makanan terhadap loyalitas wisatawan).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial (X_1) adalah merupakan variable bebas yang berpengaruh secara signifikan/nyata terhadap variable loyalitas wisatawan di KEK Mandalika.

Yaitu bahwa kualitas makanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika. Dimana variabel yang terkandung dalam kualitas makanan dilihat dari dimensi *food quality* antara lain warna makanan, rasa, penampilan makanan, porsi yang disajikan, tekstur makanan, bentuk makanan, temperature, aroma dan tingkat kematangan dari makanan yang disajikan.

Semua indikator tersebut dinyatakan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan yaitu wisatawan akan merekomendasikan makanan yang ada di KEK Mandalika, akan berkunjung kembali ke KEK Mandalika dan menurut wisatawan bahwa berwisata di KEK Mandalika sangat menyenangkan.



b. Pengaruh Kepuasan (X_2) Terhadap Loyalitas Wisatawan (Y)

Setelah diadakan perhitungan dengan menggunakan komputer program IBM SPSS versi 23,, diperoleh persamaan (lampiran 9) sebagai berikut

$$Y = a + b_2X_2$$
$$Y = 11.211 + 192X_2$$

Dari persamaan tersebut diketahui besarnya nilai konstanta variable kepuasan sebesar 11.211. Hal ini berarti pada saat variabel kepuasan (X_2) dianggap sama dengan nol maka Loyalitas Wisatawan memperoleh nilai sebesar 192.

Besarnya nilai koefisien regresi variabel kepuasan (X_2) adalah sebesar 192 ini berarti bilamana terjadi penambahan

kepuasan satu satunya, maka akan mengakibatkan tingginya loyalitas wisatawan sebesar 192 atau setiap tambahan kepuasan sebesar 192 akan mengakibatkan tingginya loyalitas wisatawan bertambah 192

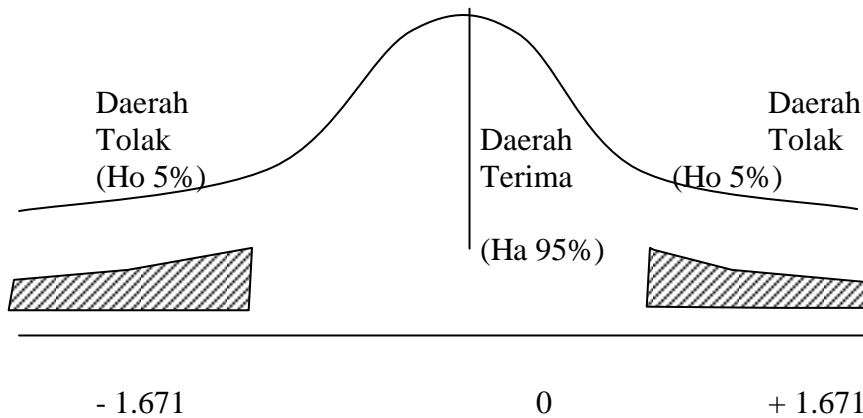
Sementara itu diketahui nilai koefisien korelasi R sebesar 0,46^a artinya korelasi antara kepuasan terhadap loyalitas wisatawan sangat kuat, sedangkan koefisien determinasi R square sebesar 0,46 = 0,46 x 100% = 46% artinya besarnya kontribusi dari kepuasan (X₂) terhadap loyalitas wisatawan (Y) sebesar 46% sedangkan sisanya 54% dipengaruhi oleh faktor lain di luar kepuasan.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan komputer program IBM SPSS versi 23, diperoleh besarnya hasil uji t untuk r² (koefisien determinasi) secara parsial yaitu t_{hitung} sebesar 9.843 sedangkan besaran dari t_{tabel} dengan α = 5%, pengujian dua sisi yaitu positif dan negative adalah masing-masing sebesar 1.671, ini berarti bahwa uji t untuk r²

parsial X₂ mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 9.843 bila dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1.671 maka nilai t_{hitung} “lebih besar” dari t_{tabel} (H_a diterima dan H_o ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas wisatawan).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial variable kepuasan (X₂) adalah merupakan variable bebas yang berpengaruh secara signifikan/nyata terhadap variable loyalitas wisatawan di KEK Mandalika.

Sehingga menurut wisatawan, bahwa harga makanan di KEK Mandalika masih terjangkau yang membuat wisatawan mau merekomendasikan, mau berkunjung kembali dan merasa senang selama berwisata di KEK Mandalika. Selain itu, wisatawan juga merasa senang dengan makanan yang ada dan secara keseluruhan merasakan puas terhadap makanan di KEK Mandalika yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan.



2. Uji Secara Simultan (Uji – F)

Pengaruh kualitas makanan (X₁), kepuasan (X₂) terhadap loyalitas wisatawan (Y)

Setelah diadakan perhitungan dengan menggunakan program komputer IBM SPSS versi 23,, diperoleh persamaan (lampiran 10) sebagai berikut

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

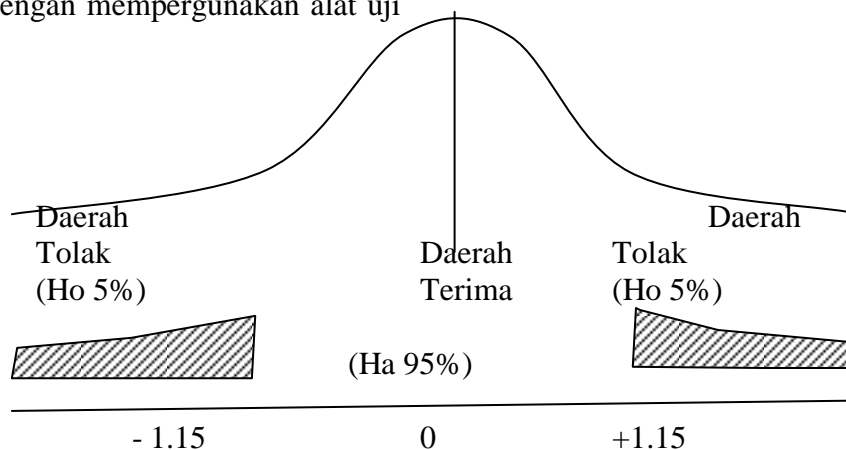
$$Y = 9.765 + 043X_1 + 098X_2$$

Dari persamaan tersebut diketahui besarnya nilai konstanta variabel Kualitas Makanan dan kepuasan sebesar 9.765 ini berarti bahwa setiap tambahan kualitas makanan dan kepuasan sebesar 9.765 akan mengakibatkan tingginya loyalitas wisatawan sebesar 9.765 atau setiap tambahan kualitas makanan sebesar 043

akan mengakibatkan tingginya loyalitas wisatawan bertambah sebesar 043 dan setiap tambahan kepuasan sebesar 098 akan mengakibatkan tingginya loyalitas wisatawan sebesar 098.

Untuk mengetahui peranan secara bersama-sama kualitas makanan (X_1) dan kepuasan (X_2) terhadap loyalitas wisatawan (Y) dapat diketahui nilai koefisien korelasi R sebesar $0,267^a$ artinya korelasi antara kualitas makanan (X_1) dan kepuasan (X_2) secara bersama-sama terhadap loyalitas wisatawan (Y) sangat kuat, sedangkan koefisien determinasi R square sebesar $0,071 = 0,71 \times 100\% = 71\%$ artinya besarnya kontribusi dari kualitas makanan dan kepuasan secara bersama-sama terhadap loyalitas wisatawan sebesar 71% sedangkan sisanya 29% dipengaruhi oleh faktor lain di luar kualitas makanan dan kepuasan.

Untuk menguji kebenaran tersebut akan diuji dengan mempergunakan alat uji



PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisa regresi linier menggunakan program komputer IBM SPSS versi 23 menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan berpengaruh secara signifikan sesuai dengan garis persamaan regresi linier $Y = 10.180 +$

F_{test} . Dari hasil perhitungan F_{test} menunjukkan bahwa $F_{test} = 3.712$ dengan menggunakan program komputer IBM SPSS versi 23, bila dibandingkan dengan F_{tabel} sebesar 1.15 dengan mempergunakan F ($\alpha = 5\%$ ($n - 2$)) berarti F_{test} lebih besar F_{tabel} . Hasil uji secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel nilai kualitas makanan dan kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan/nyata (H_a diterima dan H_o ditolak).

Hal ini berarti, secara simultan, kualitas makanan dan kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan untuk berkunjung ke KEK Mandalika.

Dari hasil uji menunjukkan bahwa variabel kepuasan lebih dominan yaitu 098 dibandingkan dengan variabel kualitas makanan sebesar 043 terhadap loyalitas wisatawan.

056 X_1 , maka hipotesis pertama yang diajukan dapat diterima.

2. Dari hasil pengujian nilai t_{hitung} sebesar 7.458 bila dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1.671, maka nilai t_{hitung} “lebih besar” dari t_{tabel} (H_a diterima dan H_o ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas makanan terhadap loyalitas wisatawan).
3. Berdasarkan hasil analisa regresi linier menggunakan program komputer IBM SPSS versi 23 menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh secara

- signifikan sesuai dengan garis persamaan regresi linier $Y = 11.211 + 192X_2$, maka hipotesis kedua yang diajukan dapat diterima.
4. Dari hasil pengujian nilai t_{hitung} sebesar 9.843 bila dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1.671 maka nilai t_{hitung} “lebih besar” dari t_{tabel} (H_a diterima dan H_o ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas wisatawan).
 5. Berdasarkan hasil analisa regresi linier berganda menggunakan program komputer IBM SPSS versi 23 menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan sesuai dengan garis persamaan regresi linier $Y = 9.765 + 043X_1 + 098X_2$, maka hipotesis ketiga yang diajukan dapat diterima.
 6. Dari hasil perhitungan F_{test} menunjukkan bahwa $F_{test} = 3.712$ bila dibandingkan dengan F_{tabel} sebesar 1.15 berarti F_{test} lebih besar F_{tabel} . Hasil uji secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel nilai kualitas makanan dan kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan/nyata (H_a diterima dan H_o ditolak).
 7. Dari hasil uji secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel kepuasan lebih dominan yaitu 098 bila dibandingkan dengan variabel kualitas makanan yaitu sebesar 043 terhadap loyalitas wisatawan di KEK Mandalika, maka hipotesis keempat yang diajukan dapat diterima.

Saran

1. Pada penelitian pengembangan berikutnya dapat dilakukan penelitian terkait dengan peranan makanan khas Lombok dalam pengembangan wisata kuliner lokal untuk mengetahui kualitas makanan khas Lombok di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika

2. Pelaku usaha kuliner di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika agar lebih dapat meningkatkan kreatifitasnya pada inovasi makanan yang disajikan kepada wisatawan
3. Dikarenakan banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, maka pelaku usaha kuliner sebaiknya dapat menyesuaikan rasa (*taste*) makanan lokal yang cenderung pedas kepada kebutuhan wisatawan mancanegara.
4. Pemerintah Daerah lebih memperhatikan higienitas makanan yang disajikan kepada wisatawan terutama pada pengolahan makanan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, T. (2005). *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bramson. (2005). *Faktor dan Model Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- C, M. J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Engel, J., G, B., & Miniard, P. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gaman, P., & Sherrington, K. (1994). *Pengantar Ilmu Pangan Nutrisi dan Mikrobiologi*. Yogyakarta: UGM Press.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty How to Earn It, How to Keep It*. Lexington Books.
- Liyushiana, Anggreni, C., Yanti, D., Nainggolan, H. C., Dalimunthe, F. I., Wulan, R. D., Elyanta, M.,

- Denny, A., Sulthony, Z., Tamba, J. P., Rangkuti, E. P. S., Yunita, D., Tamba, R. N., Lingga, O. H., & Sumardi. (2020). *Pengantar Pariwisata dan Perhotelan* (Ngatemin (ed.)). Madenatera. <http://books.google.com/books?id=Kzxaq1D5-RcC&pgis=1>
- Kotler, P. (2000). *Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Peter, J., & Olson, J. (1999). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Potter, N., & Hotchkiss, J. (1995). *Food Science 3rd Edition*. New Delhi: CBS Publishers and Distributors.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Tse, Wilson, & Dalam Nasution, M. (1998). *Manajemen Jasa Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- West, B., Wood, L., & Harger, V. (2006). *Food Service In Institutions*. New York: John Willey and sons Inc.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Direktur Politeknik Pariwisata Medan atas bantuan dan dukungannya sehingga publikasi hasil penelitian ini dapat diterbitkan.