
PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI D'RIAM RIVERSIDE RESORT AND RESTO

Effect of Meal Experience Customer Satisfaction at d'Riam Riverside Resto and Resort Bandung

Riksa Restu Rahayu, Hp. Diah Setiyorini, Hery Ryana

Program Studi Manajemen Industri Katering
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Kota Bandung adalah salah satu kota yang perkembangan restorannya begitu pesat. Jenis restorannya pun beragam mulai dari *western, speciality restaurant*, dll. Bandung sangat identik dengan cita rasa sunda yang khas sehingga di Bandung banyak ditemukan restoran-restoran sunda salah satunya adalah d'Riam Riverside Resort.

Jumlah pembelian di d'Riam Riverside Resort mengalami fluktuatif atau naik turunnya revenue (Pendapatan kotor) di setiap tahunnya mulai dari tahun 2012-2014. Pengelolaan yang baik diperlukan untuk meningkatkan kunjungan konsumen ke d'Riam Riverside Resort. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk memperoleh temuan penelitian tentang tanggapan konsumen terhadap meal experience di d'Riam Riverside Resort, (2) Untuk memperoleh temuan penelitian tentang kepuasan pelanggan di d'Riam Riverside Resort, (3) Untuk memperoleh temuan penelitian tentang pengaruh meal experience terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang penulis gunakan di sini yaitu deskriptif dan verifikatif, sedangkan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 responden.

Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa dari ketujuh sub variabel meal experience tidak semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan seperti variabel *interior design* dan enam lainnya yaitu *Food and Beverage, Variety in menu choice, Level of service, Price and value for money, Atmosphere, Location and accessibility* sangat berpengaruh positif dan signifikan antara meal experience terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Meal Experience, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Bandung is one of the city's rapid development of its restaurant. Restaurant types ranging from the western, specialty restaurant, etc. Bandung is synonymous with a distinctive flavor that Sunda in Bandung are found restaurants of Sundanese one is d'Riam Riverside Resort.

The number of purchases at d'Riam Riverside Resort or the ups and downs experienced fluctuating revenue (gross revenue) in each year starting in 2012-2014. Good management is needed to boost consumer visits to d'Riam Riverside Resort.

Aims this study are (1) To obtain research findings about consumer response to meal experiance in d'Riam Riverside Resort, (2) To obtain research findings on customer satisfaction in d'Riam Reverside Resort, (3) To obtain research findings on the effect of meal experiance on customer satisfaction. The research method used is descriptive and verificative, while the data collection techniques with questionnaires to 100 respondents.

Results of the study concluded that of the seven sub-variables meal experience not all variables are positive and significant impact on customer satisfaction as a variable interior design and the other six are food and beverage, variety in menu choice, level of service, price and value for money, atmosphere, location and accessibility are very positive and significant effect between meal experience of customer satisfaction.

Keywords: Meal Experience, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu usaha yang menciptakan nilai tambah terhadap barang atau jasa yang berwujud maupun tidak berwujud. Kata wisata berasal dari bahasa jawa kuna. menurut kamus bahasa Indonesia, kata itu tergolong verba (kata kerja) dan bermakna bepergian bersama-sama. Adapun orang yang menikmati wisata yaitu sering disebut wisatawan atau *tourist*, dari wisata terbentuk juga kata pariwisata yang didalam bahasa inggris disebut *tourism*. Kata pariwisata berasal dari bahasa jawa kuna yang berarti “semua”segala”sekeliling” atau ”sekitar”. (Pendit, 2006:1) akomodasi, kuliner, dan kawasan wisata.

Saat ini industri pariwisata berkembang cukup pesat salah satunya di Provinsi Jawa Barat. Jawa Barat dikenal sebagai provinsi yang memiliki kekayaan budaya dan pariwisata yang beraneka ragam jenis wilayah. Provinsi Jawa Barat atau tatar sunda dikenal karena memiliki kekayaan dan keragaman sumber daya pariwisata yang tinggi, meliputi; Wisata alam, wisata budaya, dan wisata minat khusus. Data kunjungan wisatawan ke akomodasi wisata di Provinsi Jawa Barat tahun 2011 berjumlah 8,412,644 (*sumber, Disbudpar Kab./Kota di provinsi Jawa Barat*). Salah satu kota yang ada di Jawa Barat adalah kota Bandung. Bandung merupakan ibu kota dari Jawa Barat yang terkenal dengan kepariwisataannya terutama di sektor kuliner. Di kota ini terdapat banyak restoran dan hotel yang sangat beragam mulai dari tingkat bawah sampai dengan tingkat menengah keatas. Dalam kepariwisataan perlu didukung dengan adanya akomodasi dalam bentuk penginapan dan makanan penyelenggara akomodasi diantaranya penginapan berupa hotel, *cottage*, vila dan *guest house*.

Restoran adalah tempat yang bergerak dibidang jasa pelayanan makanan yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman (Wiwoho, 2008:1).

Kota Bandung adalah salah satu kota yang perkembangan restorannya begitu pesat jenisnya pun beragam mulai dari *western, speciality restaurant*, dll. Bandung sangat identik dengan cita rasa sunda yang khas sehingga di Bandung banyak ditemukan restoran-restoran sunda salah satunya adalah d'Riam Riverside Resort.

d'Riam Riverside Resto and Resort adalah salah satu hotel bintang 3 di Bandung selatan hotel ini memiliki 29 kamar, yang mana terbagi atas lima tipe ruangan dan beberapa tipe diantaranya menghadap langsung ke sungai. Wisatawan yang datang tidak hanya menginap bahkan ada yang khusus datang hanya untuk mengunjungi restorannya saja. Adapun restoran yang disediakan mencakup 2 macam tempat dengan konsep yang berbeda. Yang pertama seperti restoran pada umumnya dengan konsep modern dan yang kedua dengan berbentuk saung lesehan dengan aneka makanan pedesaan khas sunda, namun yang akan penulis bahas yaitu khusus restoran khas sunda di d'Riam.

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah pembelian di d'Riam Reverside Resort mengalami fluktuatif atau naik turunnya revenue (Pendapatan kotor) di setiap tahunnya misalnya pada tahun 2013 jumlah revenue d'Riam Reverside Resort mengalami penurunan, tetapi pada tahun sebelumnya jumlah revenue mengalami kenaikan begitupun dengan jumlah konsumen. Pengelolaan yang baik diperlukan untuk meningkatkan kunjungan konsumen ke d'Riam Reverside Resort. Banyaknya persaingan antar restoran atau kompetitor yang semakin ketat untuk mendapatkan pangsa pasar dapat menjadi permasalahan yang dihadapi perusahaan-perusahaan dan memberi dampak ketidak stabilan jumlah pengunjung yang datang.

Berdasarkan uraian di atas restoran d'Riam telah melakukan upaya dengan menggunakan konsep meal experience namun kepuasan pelanggan masih kurang, oleh sebab itu maka perlu diteliti penelitian mengenai **“PENGARUH MEAL EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”** (Survei pada tamu yang berkunjung di Restoran d'Riam Riverside Resort and Resto Ciwidey).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran meal experience di d'Riam Riverside Resort?
- b. Bagaimana kepuasan pelanggan di d'Riam Reverside Resort?

Bagaimana pengaruh meal experience terhadap kepuasan pelanggan.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk memperoleh temuan penelitian tentang tanggapan konsumen terhadap meal experience di d'Riam Riverside Resort and Resto.
- b. Untuk memperoleh temuan penelitian tentang kepuasan pelanggan di d'Riam Reverside Resort and Resto.
- c. Untuk memperoleh temuan penelitian tentang pengaruh meal experience terhadap kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1.1 Variabel Meal Experience

1. Makanan dan Minuman (*Food & Drink*)

Makanan dan minuman adalah salah satu variabel utama dalam *meal experience*. Adapun pengertian makanan adalah segala bahan yang kita makan atau masuk kedalam tubuh membentuk atau mengganti semua metabolisme tubuh. Sedangkan pengertian minuman menurut Atmodjo (2007:21) menyatakan bahwa

Adapun pengertian dari minuman yaitu, minuman adalah segala bentuk cairan yang pada umumnya masuk pada tubuh kita dengan melalui mulut kecuali obat dan soup.

Fungsi dari minuman yaitu:

- a. Untuk menghilangkan rasa haus.
- b. Untuk merangsang nafsu makan.
- c. Untuk menambah kalori dan energi.
- d. Untuk menghangatkan tubuh.
- e. Untuk membantu pencernaan.

Menurut Marsum (2005:159-160) mengenai mutu makanan yang perlu diperhatikan adalah:

a. *Flavour* (Rasa)

Makanan perlu diperhatikan dari rasa yang enak dan baunya pun sedap.

b. *Consistency* (Konsisten, ketepatan)

Mutu hidangan atau menu yang disajikan harus dijaga supaya tetap baik, mulai dari suhu, rasa maupun aromanya.

c. *Nutritional Content* (Kandungan Gizi)

Walaupun didalam *food service industry* yang disajikan yang bersifat komersial penyajian makan yang diutamakan penampilannya, gizi dinomerduakan, namun tidak berarti bahwa dalam menyusun menu boleh mengabaikan soal gizi ini.

d. *Visual Appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata)

Didalam menyusun suatu perlu diperhatikan penampilannya. Hidangan harus diatur, disusun dengan rapi, seni dan baik agar benar-benar menarik sehingga menimbulkan selera makan bagi para tamu.

e. *Aromatic Appeal* (Daya penarik lewat bau harum)

Makanan yang disajikan harus sedap aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan tamu.

f. *Temperature* (Suhu)

Didalam menyajikan makanan harus diperhatikan suhunya. Makanan panas harus disajikan dalam keadaan benar-benar panas dengan menggunakan *hot plate* (Piring panas), untuk makanan dingin harus disajikan dengan keadaan dingin juga.

2. Pilihan menu (*Variety in menu choice*)

Menu merupakan alat pemasaran yang kuat dalam suatu restoran, menurut Atmodjo (2005:136-137) menu akan memberitahukan kepada tamu restoran tentang :

- a. Keberadaan restoran itu. Misalnya bila menunya rapih, bersih, design menu dan tulisannya menarik dan bagus, variasi menu hidangannya lengkap pastilah restoran itu dianggap bonafid.
- b. Hidangan makanan dan minuman apa yang tersedia direstoran itu, dan untuk menunjukkan berapa harganya.
- c. *Service* yang ditampilkan.

3. Tingkat Pelayanan (*Level of service*)

Menurut *Davis dan Stone* (2008:33) tamu yang baru pertama kali datang kerestoran dapat dikatakan masuk kedalam lingkungan sosial yang baru. Untuk mengupayakan agar kebutuhan sosial tamu terpenuhi, petugas restoran harus menciptakan suasana yang memberi kesan tidak asing ditempat tersebut.

Mengucapkan salam sambil memberi raut muka yang menyenangkan sesuai dengan waktu seperti selamat pagi, selamat siang dsb.

4. Harga (*Price*)

Menurut *Davis dan Stone* (2008:27) harga penting didalam meal experience karena tamu yang datang ke restoran tidak hanya melihat suasana restoran dan makanan yang disajikan tetapi juga tamu akan melihat harga per menu yang akan dijual.

5. Interior design

Menurut Suyono (2004) desain interior adalah menciptakan “perasaan hati” dilokasi restoran. Penggunaan warna, tekstur, dan bentuk serta penggunaan tempat secara efektif untuk menciptakan suasana sesuai konsep merupakan kekuatan restoran tersebut. Perpaduan antara material, warna, tekstur, bentuk dan tata cahaya didalam restoran harus gaya dan konsistensi dengan konsep restoran, jika tidak sesuai konsep pihak restoran akan membingungkan para pelanggan, mereka akan merasa tidak nyaman dan mungkin tidak akan kembali lagi ke restoran tersebut.

6. Suasana (*Atmosphere*)

Menurut *Davis dan Stone* (2008:35) Suasana atau mood restoran merupakan aspek yang sulit untuk ditentukan, tetapi sering digambarkan sebagai intangible (tidak nyata) dalam restoran. Tidak semua restoran memiliki *atmosphere* yang jelas. Misalnya, beberapa *fine dining restaurant* memiliki suasana yang sangat formal yang diciptakan oleh pakaian dan sikap para stafnya, dekorasi restoran, dll restoran lain. Seperti pub restoran pizza dan pasta restoran, mencoba untuk menciptakan suasana informal yang santai.

Suasana restoran dipengaruhi oleh banyak berbeda aspek operasi. Yaitu dekorasi dan interior desain restoran, pengaturan meja dan tempat duduk, pelayanan, pakaian dan sikap staf, tempo pelayanan, usia, dan jenis kelamin, musik dimainkan, suhu dan kebersihan secara keseluruhan lingkungan dan profesionalisme staf. Sekali lagi, harmoni antara produk, layanan dan lingkungan secara keseluruhan adalah penting. Jika salah satu dari aspek tersebut tidak terpenuhi maka dapat mengakibatkan kebingungan untuk pelanggan restoran.

7. Expectation and identification

Menurut *Davis dan Stone* (2008:36) Pelanggan tunggal atau kelompok pelanggan tiba di sebuah restoran untuk makan dengan membawa serangkaian harapan yang mereka inginkan mengenai restoran itu, seperti mengenai jenis layanan yang mereka akan terima, harga yang mereka akan bayar, suasana restoran yang diharapkan dll. Setelah tiba di restoran, jika produk yang disajikan kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka, sangat mungkin bahwa mereka akan senang dengan restoran yang mereka pilih dan kemungkinan besar mereka akan kembali makan di restoran tersebut. Sebaliknya jika pelanggan merasakan ketidakharmonisan atau ketidakpuasan di restoran tersebut, mereka mungkin tidak akan pernah masuk lagi ke restoran tersebut tetapi pelanggan akan memilih restoran yang lain untuk dikunjungi. Ada kebutuhan bagi pelanggan untuk dapat mengidentifikasi dan mengasosiasikan dirinya dengan restoran tertentu untuk makan dalam kesempatan tertentu. Mereka mungkin tidak selalu mengidentifikasi restoran yang sama, karena kebutuhan dan harapan mereka bervariasi dari pengalaman makan yang pertama hingga pengalaman

makan yang lainnya. Sebagai contoh, pada makan siang bisnis pelanggan mungkin memerlukan sebuah restoran mahal dengan suasana kondusif untuk membahas seputar bisnisnya di sebuah restoran, namun hal ini tidak akan cocok untuk pelanggan yang sama tetapi dengan kebutuhan yang berbeda dan acara yang berbeda seperti acara keluarga .

8. Location and accessibility

Menurut *Davis dan Stone* (2008:37) lokasi dan aksesibilitas untuk operasi restoran merupakan faktor yang penting di dalam meal experience. Pelanggan yang tiba dengan mobil akan berharap fasilitas parkir yang memadai. Jika pelanggan bepergian dengan transportasi umum, aksesibilitas menuju restoran harus mudah dijangkau bagi pengendara umum seperti bus, taxi, dan kereta api.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2008:206).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penulis melakukan penelitian dengan menyebarkan kuisioner sebanyak 100 untuk 100 orang responden dengan sejumlah pertanyaan mengenai variabel *meal experience* yaitu *Food and Beverage* (Makanan dan Minuman), *Variety in menu choice* (pilihan menu), *Level of service* (Tingkat Pelayanan), *Price and value for money* (Harga), *Interior design, Atmosphere* (Suasana), *Location and accessibility* (Keterjangkauan lokasi) yang diharapkan dan kenyataan yang dirasakan sehingga terlihat hasil dari kepuasan konsumen.

Setelah dianalisis dari data 100 orang responden dan mendapatkan hasilnya mengenai kepuasan pelanggan yang dirasakan setelah melakukan *meal experience* memiliki nilai kepuasan 5.52, hasil ini didapatkan dari skor perbandingan antara persepsi dan ekspektasi. Persepsi mendapatkan skor 7952 sedangkan ekspektasi mendapatkan skor 10018, persepsi mendapatkan skor lebih rendah dari ekspektasi sedangkan ekspektasi mendapatkan nilai lebih tinggi dari pada persepsi. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan tidak merasakan kepuasan dari segi *meal experience* yang didapatkan di d'riam restoran.

Berdasarkan hasil analisis linear regresi berganda, telah diketahui bahwa jika kepuasan pelanggan belum ditingkatkan maka nilai kepuasan di d'Riam restoran adalah sebesar 1,704. Namun dengan adanya peningkatan nilai makanan dan minuman dinaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,218, jika nilai analisis *meal experience* mengenai pilihan menu dinaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,309, jika nilai analisis *meal experience* mengenai tingkat pelayanan dinaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,189, Jika nilai analisis *meal experience* mengenai harga dinaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,493, Jika nilai analisis *meal experience* mengenai *Interior design* dinaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,146, Jika nilai analisis *meal experience* mengenai suasana dinaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,236, Jika nilai analisis *meal experience*

menganai Keterjangkauan lokasi dinaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,366.

Dari hasil pengolahan data berdasarkan hasil rekapitulasi *meal experience* terhadap kepuasan pelanggan penulis dapat menyimpulkan, bahwa sub variabel yang paling berpengaruh dominan adalah *atmosphere* (suasana) untuk itu sangat penting untuk lebih meningkatkan dan memperbaiki *meal experience* untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan di d'Riam Resort dan Restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchory. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cv.Linda Karya.
- Arikunto, Suharsimi. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Davis, Bernard. (2008). *Food and Beverage Management*. Inggris
- Komar, Richard. (2006). *Hotel Management*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pendit, S.Nyoman. (2006). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Masrum. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nugroho, S (2005). *Memulai dan Menjalankan Bisnis Restoran*. Dinastindo.
- Nursari, Lana. (2013). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen*. Skripsi pada Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung: tidak diterbitkan.
- Sahidah, Didah. (2014). *D'riam Resort, Hotel sejuk di Ciwidey Bandung*. [Online]. Tersedia : <http://www.kawah-putih.com/2014/driam-resort-hotel-sejuk-di-ciwidey.html?m=1> [22 Januari 2015]
- Silva, Rodrigues. (2008). *Eating-out and experiential consumption*. Journal. Volume 116.
- Soekresno, (2001). *Manajemen F&B Service Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono, (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono, (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sulastiyono, Agus (2008). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Suyono, Joko. (2004). *Food Service Management*. Bandung: Enhai Press.
- Suwarsono. (2010). *Banquet Operation*. Erlangga Group.
- Tandjojo. Novi (2010). *Analisis pengaruh meal experience terhadap loyalitas konsumen Restoran Jepang di Surabaya*. Skripsi pada Universitas Kristen Petra. Surabaya: Tidak diterbitkan.
- Tjiptono, Fandy (2012). *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Widiyanto, Galih. (2011). *F&B Manajemen*. [Online]. Tersedia: [http://-
gewhee.blogspot.com/2011/04/food-beverage-manajemen.html?m=1](http://-
gewhee.blogspot.com/2011/04/food-beverage-manajemen.html?m=1)
[10Desember2014]

Wiwoho, Ardjuno. (2008) . *Pengetahuan Tata Hidang*. Yogyakarta : Erlangga .