

## KEPUASAN TAMU TENTANG *BREAKFAST* DI ROYAL RESTAURANT GRAND ROYAL DENAI HOTEL BUKITTINGGI

**Indah Septiani Putri<sup>1</sup>, Yuliana<sup>2</sup>,**

Program Studi D4 Manajemen Perhotelan

Jurusan Pariwisata

FPP Universitas Negeri Padang

Email : [kuncoro.indah@gmail.com](mailto:kuncoro.indah@gmail.com)

**Abstract.** *The purpose of this study is to determine the level of guest satisfaction when breakfast at the Royal Restaurant of Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi. This type of research is quantitative descriptive research. The sampling technique used is purposive sampling with 90 people as sample. Data collection techniques are carried out by distributing questionnaires using a Likert scale that has been tested for validity and reliability. The data were analyzed through data tabulation and descriptive data using percentages. The results of the study found that guest satisfaction about breakfast at the Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi was in the category of satisfaction 90% and the category very satisfied 10%.*

**Key words:** *Guest Satisfaction, Breakfast, Hotel*

### PENDAHULUAN

Salah satu fasilitas penunjang pariwisata adalah jasa perhotelan. Pengertian hotel menurut Rumekso dalam Wahyuni (2016) adalah, “Bentuk bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan dan dikelola secara profesional untuk mendapatkan keuntungan”. Berdasarkan pendapat ahli tersebut, jasa perhotelan tidak hanya fokus pada penyediaan penyewaan kamar saja melainkan juga menyediakan pelayanan makanan dan minuman. Salah satu produk hotel yang

menyediakan pelayanan makanan dan minuman adalah *breakfast*.

Pengertian *breakfast* menurut Pratomo dan Estikowati (2017) adalah, “Salah satu produk yang ditawarkan hotel untuk memudahkan pengunjung yang menginap dalam memenuhi kebutuhan untuk makan. Dengan adanya pelaksanaan *breakfast* di hotel, pengunjung akan lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan pangan”. Oleh karena itu, selain kualitas dari kamar tidur selama menginap, *breakfast* yang disediakan juga perlu diperhatikan guna memberikan kepuasan kepada tamu yang maksimal.

Kepuasan tamu sebagai konsumen menurut Band dalam Ramadeni (2016)

adalah, “Suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari tamu dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut”. Hal-hal yang menjadi penentu kepuasan tamu terlihat dari lima indikator kepuasan tamu yaitu tercapainya harapan atau tujuan tamu datang ke hotel, terpenuhinya kebutuhan tamu, tercapainya keinginan tamu, adanya keinginan untuk memakai produk atau jasa itu kembali, dan adanya keinginan untuk merekomendasikan barang dan jasa hotel kepada orang lain.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pada saat pra penelitian yang peneliti lakukan terdapat beberapa keluhan tamu tentang *breakfast* diantaranya adalah ketersediaan makanan pada *buffet* yang sedikit membuat tamu yang terlambat *breakfast* sering tidak kebagian makanan serta kurang variatifnya menu makanan sehingga tamu *long stay* merasa monoton dengan menu yang ada. Selain itu, keluhan yang dirasakan tamu adalah tidak lengkapnya menu *western* mengingat hotel ini adalah hotel dengan klasifikasi bintang empat seperti tidak adanya *yoghurt*, *cold cut*, *waffle*, *pancake* dan *brioche*. Berdasarkan keluhan tamu tersebut, dapat dilihat rendahnya kepuasan tamu terhadap makanan pada saat *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi. Jika permasalahan ini tidak ditanggapi dengan baik, maka dapat menurunkan citra hotel dan berdampak pada

turunnya penjualan kamar di masa yang akan datang. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan kepuasan tamu tentang *breakfast* di Royal Restaurant Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 90 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala *Likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data kepuasan tamu tentang *breakfast* dan data sekunder yaitu data kunjungan tamu di Royal Restaurant Grand Royal Denai Bukittinggi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

Data kepuasan tamu tentang *breakfast* di Royal Restaurant Grand Royal Denai Bukittinggi dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 90 orang responden yang terdiri dari

23 pertanyaan dan terbagi ke dalam 5 indikator, dapat dilihat klasifikasi data pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Hasil Deskripsi Data Variabel Kepuasan Tamu Tentang *Breakfast* di Royal Restaurant Grand Royal Denai Bukittinggi**

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	$\geq 91,95$	9	10
<b>Puas</b>	76,65 - <91,95	<b>81</b>	<b>90</b>
Cukup Puas	61,35 - <76,65	0	0
Kurang Puas	46,05 - <61,35	0	0
Sangat Tidak Puas	<46,05	0	0
<b>Total</b>		<b>90</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Mengacu pada tabel diatas dapat dikatakan bahwa kepuasan tamu tentang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi sebanyak 90% responden menyatakan puas, 10% responden menyatakan sangat puas.

**a. Indikator Tercapainya Harapan Tamu**

Data yang diperoleh dari 90 responden mengenai tercapainya harapan tamu yang terdiri dari 7 item pernyataan, disajikan pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2. Hasil Deskripsi Data Indikator Tercapainya Harapan Tamu**

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	$\geq 28,01$	4	4,44
Puas	23,33 - <28,01	85	94,45

Cukup Puas	18,66 - <23,33	1	1,11
Kurang Puas	13,99 - <18,66	0	0
Sangat Tidak Puas	<13,99	0	0
<b>Total</b>		<b>90</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa kepuasan tamu tentang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi dengan indikator tercapainya harapan tamu sebanyak 1,11 % responden menyatakan cukup puas, sebanyak 94,45% responden menyatakan puas dan sebanyak 4,44% responden menyatakan sangat puas.

**b. Indikator  
Terpenuhinya Kebutuhan  
Tamu**

Data yang diperoleh dari 90 responden mengenai terpenuhinya kebutuhan tamu yang terdiri dari 6 item pernyataan, disajikan pada tabel 3 berikut:

**Tabel 3 . Hasil Deskripsi Data**

<b>Kategori</b>	<b>Rentang Skor</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Puas	$\geq 24$	48	53,33
Puas	20 - <24	42	46,67
Cukup Puas	16 - <20	0	0
Kurang Puas	12 - <16	0	0
Sangat Tidak Puas	<12	0	0
<b>Total</b>		<b>90</b>	<b>100,00</b>

**Indikator Terpenuhinya Kebutuhan Tamu**

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa kepuasan tamu tentang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi dengan indikator terpenuhinya kebutuhan tamu sebanyak 46,67% responden menyatakan puas dan 53,33% responden menyatakan sangat puas.

**c. Indikator Tercapainya Keinginan Tamu**

Data yang diperoleh dari 90 responden mengenai tercapainya keinginan tamu terdiri dari 3 item pernyataan, disajikan pada tabel 4 berikut:

**Tabel 4 . Hasil Deskripsi Data Indikator Tercapainya Keinginan Tamu**

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	$\geq 12$	65	72,22
Puas	10 - <12	25	27,78
Cukup Puas	8 - <10	0	0
Kurang Puas	6 - < 8	0	0
Sangat Tidak Puas	<6	0	0
<b>Total</b>		<b>90</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa kepuasan tamu tentang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi dengan indikator tercapainya keinginan tamu sebanyak 27,78% responden

menyatakan puas dan sebanyak 72,22% responden menyatakan sangat puas.

**d. Indikator Keinginan Untuk Memakai Produk Kembali**

Data yang diperoleh dari 90 responden mengenai

keinginan untuk memakai produk kembali yang terdiri dari 3 item pernyataan, disajikan pada tabel 5 berikut:

**Tabel 5 . Hasil Deskripsi Indikator Keinginan Untuk Memakai Produk Kembali**

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	$\geq 12$	57	63,34
Puas	10 - <12	30	33,33
Cukup Puas	8 - <10	3	3,33
Kurang Puas	6 - <8	0	0
Sangat Tidak Puas	<6	0	0
<b>Total</b>		<b>90</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa kepuasan tamu tentang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi dengan indikator keinginan untuk memakai produk kembali sebanyak 3,33% responden menyatakan cukup puas, sebanyak 33,33% responden menyatakan puas, 63,34% responden menyatakan sangat puas.

e. **Indikator Keinginan Untuk Merekomendasikan Barang atau Jasa ke Orang Lain**

Data yang diperoleh dari 90 responden mengenai keinginan untuk merekomendasikan barang/jasa ke orang lain yang terdiri dari 4 item pernyataan, disajikan pada tabel 6 berikut:

**Tabel 6. Hasil Deskripsi Data Indikator Keinginan Untuk Merekomendasikan Barang atau Jasa ke Orang Lain**

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
----------	--------------	-----------	------------

Sangat Puas	$\geq 16,01$	5	5,56
Puas	13,33 - <16,01	74	82,22
Cukup Puas	10,66 - <13,33	11	12,22
Kurang Puas	7,99 - <10,66	0	0
Sangat Tidak Puas	<7,99	0	0
<b>Total</b>		<b>90</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa kepuasan tamu tentang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi dengan indikator keinginan untuk merekomendasikan barang/jasa ke orang lain sebanyak 12,22% responden menyatakan cukup puas, 82,22% responden menyatakan puas dan 5,56% responden menyatakan sangat puas.

## 2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil mengenai kepuasan tamu tentang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi.

Hasil penelitian terhadap 90 orang sampel menunjukkan bahwa variabel kepuasan tamu tentang *breakfast* dapat dikategorikan puas (90%) yang artinya *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi mampu memenuhi harapan tamu. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2009), "Kepuasan tamu adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau jasa terhadap ekspektasi atau hasil produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, tamu tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, tamu

puas. Jika kinerja melebihi harapan, tamu sangat puas atau senang”.

Kepuasan tamu terdiri dari 5 indikator yaitu, tercapainya harapan tamu, terpenuhinya kebutuhan tamu, tercapainya keinginan tamu, keinginan untuk memakai produk atau jasa itu kembali, keinginan untuk merekomendasikan barang dan jasa kepada orang lain.

- a. Kepuasan tamu ditinjau dari tercapainya harapan tamu yang *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi

Hasil penelitian mengenai kepuasan tamu ditinjau dari indikator terpenuhinya harapan tamu yang *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi dapat dikategorikan puas 94,45%. Hal ini dikarenakan tamu yang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi menikmati *breakfast* sesuai dengan yang diharapkan. Sesuai dengan pendapat Spreng, Mc Kenzie, dan Olshavsky (1996) dalam Setiawati (2009:12) menjelaskan bahwa “Harapan merupakan perkiraan atau keyakinan tamu tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi yang

dilakukan tamu dalam melakukan pembelian”.

- b. Kepuasan tamu ditinjau dari terpenuhinya kebutuhan tamu yang *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi

Hasil penelitian mengenai kepuasan tamu ditinjau dari indikator terpenuhinya kebutuhan tamu yang *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi dapat dikategorikan sangat puas 53,33%. Artinya kebutuhan tamu selama *breakfast* sudah terpenuhi dengan sangat baik sehingga tamu merasa sangat puas. Terpenuhinya kebutuhan tamu menurut Sulastiyono (2011:33) menjelaskan bahwa “Kebutuhan adalah kondisi seseorang untuk memiliki sesuatu yang tidak dipunyainya, dan sesuatu itu adalah wajib bagi dirinya. Adapun keinginan dapat diartikan sebagai suatu kondisi seseorang yang merasakan kekurangan terhadap sesuatu yang lazim bagi dirinya.”.

- c. Kepuasan tamu ditinjau dari tercapainya keinginan tamu yang *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi

Hasil penelitian mengenai kepuasan tamu



ditinjau dari indikator tercapainya keinginan tamu yang *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi dapat dikategorikan sangat puas 72,22%. Artinya keinginan tamu selama *breakfast* sudah tercapai dengan sangat baik sehingga tamu merasa sangat puas. Hal ini sesuai dengan pendapat Spreng, Mc Kenzie, dan Olshavsky dalam Setiyawati (2009) yang menjelaskan bahwa “Kepuasan tamu bukan hanya berhubungan dengan harapan (*expectation*) tetapi juga pada keinginan (*desire*)”.

- d. Kepuasan tamu ditinjau dari keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali setelah *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi

Hasil penelitian mengenai kepuasan tamu ditinjau dari indikator tercapainya keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali setelah *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi dapat dikategorikan sangat puas 63,34%. Artinya keinginan tamu untuk memakai kembali produk/jasa setelah *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi

tergolong tinggi karena tamu merasa puas. Keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali akan menciptakan tamu yang loyal terhadap barang/jasa. Sesuai dengan pendapat Lovelock dan Wright (2007) yang mengemukakan bahwa “Tamu yang loyal atau setia adalah seseorang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan kekonsumen potensial yang lain dari mulut ke mulut”.

- e. Kepuasan tamu ditinjau dari keinginan untuk merekomendasikan barang dan jasa kepada orang lain setelah *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi

Hasil penelitian mengenai kepuasan tamu ditinjau dari indikator keinginan untuk merekomendasikan barang dan jasa kepada orang lain setelah *breakfast* di Grand Royal Denai Bukittinggi dapat dikategorikan puas 82,22%. Artinya keinginan tamu untuk merekomendasikan barang dan jasa kepada orang lain setelah *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi tergolong tinggi karena tamu merasa puas.

Hal ini sesuai dengan pendapat Griffin (2003) yang menjelaskan bahwa “Membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur, selain itu mereka mendorong teman-teman mereka agar membeli barang atau menggunakan jasa perusahaan serta merekomendasikan perusahaan tersebut ke orang lain”.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

- a. Kepuasan tamu tentang *breakfast* di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi menunjukkan seluruh keseluruhan termasuk dalam kategori puas dengan nilai persentase 90%.
- b. Pada indikator tercapainya harapan tamu yang termasuk ke dalam kategori sangat puas dengan nilai persentase 15,56%, kategori puas dengan nilai persentase 94,45%, dan kategori cukup puas dengan nilai persentase 1,11%.
- c. Pada indikator terpenuhinya kebutuhan tamu yang termasuk ke dalam kategori sangat puas dengan nilai persentase 53,33% dan

kategori puas dengan nilai persentase 46,67%.

- d. Pada indikator tercapainya keinginan tamu yang termasuk ke dalam kategori sangat puas dengan nilai persentase 72,22% dan kategori puas dengan nilai persentase 27,78%.
- e. Pada indikator keinginan untuk memakai produk kembali yang termasuk ke dalam kategori sangat puas dengan nilai persentase 63,34%, kategori puas dengan nilai persentase 33,33%, dan kategori cukup puas dengan nilai persentase 3,33%.
- f. Pada indikator keinginan untuk merekomendasikan barang/jasa ke orang lain yang termasuk ke dalam kategori sangat puas dengan nilai persentase 5,56%, kategori puas dengan nilai persentase 82,22%, kategori cukup puas dengan nilai persentase 12,22%.

### **2. Saran**

Kepada pihak hotel disarankan agar lebih memperhatikan tingkat kepuasan tamu tentang *breakfast* baik dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan. Walaupun tingkat kepuasan tamu termasuk kategori puas, alangkah lebih baiknya ditingkatkan menjadi

lebih baik lagi demi naiknya citra hotel dan terciptanya tamu yang sangat loyal sehingga juga menguntungkan bagi hotel sendiri.

Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian mengenai kepuasan tamu tentang *breakfast*, disarankan agar melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan kamar karena kamar dan *breakfast* merupakan produk utama yang dijual oleh sebuah hotel. Jadi penting bagi hotel untuk memperhatikan dua produk tersebut demi tercapainya tingkat *occupancy* hotel yang tinggi. Juga disarankan untuk meneliti lebih dari satu variabel.

#### DAFTAR PUSTAKA

Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

Lovelock, Christopher and Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.

Pratomo, Virgiawan Ilham dan Estikowati. 2017. *Pentingnya Variasi Hidangan Breakfast Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Horison Ultima Malang*. Vol. 2 No. 01. <http://jurnal.unmer.ac.id> (diakses pada tanggal 01 April 2018)

Ramadeni, Yuliana, Youmil Abrian. 2016. *Hubungan kualitas pelayanan karyawan reception front office department dengan kepuasan tamu menginap di hotel grand rocky bukittinggi*, Vol 11, No.1 <http://ejournal.unp.ac.id> (diakses 27 September 2018)

Setiawati, Antari. 2009. *Studi Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Sulastiyono, A. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. Bandung: Alfabeta, CV.

Wahyuni, Cica, Yuliana, Heru Pramudia. 2016. *Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Hyatt Regency Yogyakarta*, Vol 13, No.3 <http://ejournal.unp.ac.id> (diakses 27 September 2018).