



Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor



Published by:
LPPM STP Bogor



JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM STUDIES

Volume 1 No.1
Mei 2026

Jl. KH. R. Abdullah Bin Nuh No.16A, Curug Mekar,
Kec. Bogor Barat, Kota Bogor 16113
Phone: (0251) 7534343
<https://j-host.stpbogor.ac.id>



Volume 1 No.1

Mei 2026

JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM STUDIES

e-ISSN: - / p-ISSN: - / DOI: 10.5882

1

ANALISIS PENYIMPANAN BUAH DAN SAYUR DI CHILLER KITCHEN HOTEL GRAND SAVERO BOGOR

Alan Darma Saputra, Tatik Sriwulandari

2

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU PENGGUNA MEETING ROOM DI HOTEL ARYADUTA JAKARTA

Jhosua Pranata Tarigan, Dina Mayasari Soeswoyo

3

PENGARUH PRODUKTIVITAS KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI RESTORAN SUBWAY DISTRIK 7

Larasati, Julia Ratnawulan Skawanti

4

KAJIAN PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI RUMAH BUNDA RESORT BOGOR

Hikam Mahdul Ali, Cindy Henriette Posumah

5

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TIKET MASUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH

Angga Difa Prakasa, Dina Hariani

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BOGOR

Jl. KH. R. Abdullah Bin Nuh No.16A, Curug Mekar, Kec. Bogor Barat,
Kota Bogor 16113

Phone: (0251) 7534343 - <https://j-host.stpbogor.ac.id>



SUSUNAN REDAKSI

Penanggung Jawab

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

Ketua Dewan Penyunting

Sekti Rahardjo, S.TP., M.M

Editorial Team

Irma Fitria Khairunnisa, A.Md

Alamat Redaksi

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

Jl. KH. R. Abdullah Bin Nuh No.16A, Curug Mekar, Kec. Bogor Barat,

Kota Bogor 16113

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas Rahmat dan karunia-Nya, penerbitan edisi perdana *Journal Of Hospitality and Tourism Studies (J-Host)* dapat diselesaikan dengan baik.

Pariwisata dan Perhotelan merupakan sektor dinamis yang terus mengalami transformasi pesat. Edisi perdana ini menghadirkan berbagai artikel ilmiah mahasiswa pilihan yang mengkaji tren/topik terkini, tantangan dan inovasi dalam industri hospitality dan pariwisata.

Kami berharap publikasi ini dapat menjadi sumber referensi dan memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta kemajuan industri pariwisata, baik ditingkat nasional maupun global.

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada seluruh kontributor yang telah mencurahkan waktu serta pemikirannya dalam proses penyusunan jurnal ilmiah ini. Tidak lupa, apresiasi kami berikan kepada segenap tim pengelola yang telah bekerja keras hingga edisi perdana ini dapat diterbitkan.

Kritik dan saran yang membangun senantiasa kami harapkan untuk pengembangan dan peningkatan kualitas jurnal di masa yang akan datang.

Selamat membaca!

Bogor, Mei 2026

Tim Redaksi

Journal Of Hospitality and Tourism Studies

Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

DAFTAR ISI

SUSUNAN REDAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
Analisis Penyimpanan Buah dan Sayur di Chiller Kitchen Hotel Grand Savero Bogor [Analysis Of Fruit And Vegetable Storage In The Chiller Kitchen Of The Grand Savero Hotel Bogor]	
Alan Darma Saputra, Tatik Sriwulandari.....	01
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pengguna Meeting Room di Hotel Aryaduta Jakarta [The Effect Of Service Quality On Guest Satisfaction Using The Meeting Room At The Aryaduta Hotel Jakarta]	
Jhosua Pranata Tarigan, Dina Mayasari Soeswoyo.....	08
Pengaruh Produktivitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Restoran Subway Distrik 7 [The Effect of Work Productivity on Employee Performance at Subway Restaurants in District 7]	
Larasati, Julia Ratnawulan Skawanti.....	20
Kajian Promosi Media Sosial Instagram di Rumah Bunda Resort Bogor [Analysis Of Instagram Social Media Promotion At Rumah Bunda Resort Bogor]	
Hikam Mahdul Ali, Cindy Henriette Posumah.....	32
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Masuk Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah [The Influence of Service Quality and Entrance Ticket Prices on Visitor Satisfaction at Taman Mini Indonesia Indah]	
Angga Difa Prakasa, Dina Hariani.....	38

ANALISIS PENYIMPANAN BUAH DAN SAYUR DI CHILLER KITCHEN HOTEL GRAND SAVERO BOGOR

[*Analysis Of Fruit And Vegetable Storage In The Chiller Kitchen Of The
Grand Savero Hotel Bogor*]

Alan Darma Saputra¹, Tatik Sriwulandari²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, alandharmasaputra10@gmail.com

²Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, tsriwulandari@gmail.com

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Diterima

Disetujui

Tersedia Secara
Online

One factor that can support food quality is maintaining the cleanliness and freshness of raw materials for food products. The background of this research is to find out how the system for storing perishable food ingredients, especially fruit and vegetables at the Chiller Kitchen Hotel Grand Savero Bogor, ensures the health of guests and the quality of the food served. This research is qualitative research using data source triangulation analysis techniques and source triangulation, namely interviewing three sources to compare with documentary evidence and theories used in the research. The results of the research show that the storage of perishable food ingredients at the Chiller Kitchen Hotel Grand Savero Bogor has not been fully implemented well, because there are still 2 things that need to be improved, namely the arrangement of vegetables on shelves that do not match their type and the lack of supervision in the First In First Out storage method so that old and new food ingredients are mixed up and not well organized.

Keywords : ChillerKitchen, Storage of Fruits and Vegetables, Grand Savero Hotel Bogor.

ABSTRAK

Salah satu faktor yang dapat menunjang mutu pangan adalah menjaga kebersihan dan kesegaran bahan baku produk pangan. Latar belakang penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sistem penyimpanan bahan makanan yang mudah rusak khususnya buah dan sayur di *Chiller Kitchen* Hotel Grand Savero Bogor dalam menjamin kesehatan bagi para tamu dan kualitas makanan yang disajikan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisis triangulasi sumber data dan triangulasi sumber yaitu mewawancarai tiga orang narasumber untuk diperbandingkan dengan bukti-bukti dokumenter dan teori yang digunakan dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyimpanan bahan makanan yang mudah rusak di *Chiller Kitchen* Hotel Grand Savero Bogor belum sepenuhnya terlaksana dengan baik, dikarenakan masih ada 2 hal yang perlu diperbaiki, yaitu penataan sayuran pada rak yang tidak sesuai dengan jenisnya serta kurangnya pengawasan dalam metode penyimpanan *First In First Out* sehingga bahan makanan yang lama dengan yang baru datang tercampur dan tidak terorganisir dengan baik.

Kata Kunci: *Chiller Kitchen, Storage of Fruits and Vegetables, Hotel Grand Savero Bogor*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat proses penyimpanan bahan makanan setelah barang diterima dari supplier, penyimpanan dilakukan dengan kurang teratur dan masih belum memenuhi standar penyimpanan yang baik, peneliti juga mengamati karyawan *kitchen* masih sering menggunakan buah dan sayuran yang baru datang sedangkan persediaan yang lama masih ada dan masih cukup, hal ini dapat menyebabkan bahan menjadi *spoil* atau busuk, artinya implementasi FIFO belum sepenuhnya dilakukan. Selain itu, peneliti juga melihat sering terjadinya bahan makanan yang sudah setengah matang dan matang tidak di wrap dengan rapih atau wrap terbuka (tidak rapat), serta tidak dibuat *labelling* hal ini bisa mengakibatkan kontaminasi silang antar bahan baku makanan dan tidak diketahui masa kadaluarsa dari bahan tersebut. Peneliti juga mengamati belum terlaksananya jadwal pembersihan *chiller* yang teratur. Masalah-masalah yang timbul dalam pengelolaan *chiller* dalam fungsinya sebagai alat untuk penyimpanan makanan memiliki dampak negatif yang signifikan, baik dari segi finansial maupun reputasi hotel, Beberapa dampak negatif tersebut antara lain:

1. Tidak mengimplementasikan FIFO dan penempatan yang benar maka menimbulkan Peningkatan Limbah Makanan; Buah dan sayur yang busuk atau rusak sebelum digunakan akan menjadi limbah makanan, meningkatkan biaya operasional hotel dan memberikan kontribusi terhadap masalah lingkungan.
2. Penurunan Kualitas Makanan: Penurunan kualitas buah dan sayur akan berdampak pada rasa dan tampilan hidangan yang disajikan, sehingga mengurangi kepuasan tamu.
3. Risiko Keracunan Makanan: Kontaminasi bakteri patogen pada buah dan sayur dapat menyebabkan keracunan makanan pada tamu, yang dapat berujung pada masalah kesehatan yang serius dan kerusakan reputasi hotel.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang disusun sesuai dengan pola rumusan masalah, yaitu untuk mengetahui apakah penyimpanan buah dan sayuran di *Chiller* Hotel Grand Savero Bogor sudah sesuai standar.

KAJIAN LITERATUR

1. Penyimpanan Bahan Makanan

Pemahaman dalam menentukan teknik penyimpanan bahan makanan maka terlebih dahulu harus mengenali tempat dan karakteristik bahan makanan. bahwa dalam sistem penyimpanan bahan makanan terdapat tiga tempat penyimpanan bahan makanan secara garis besar.

Swasono & Prastowo, (2021) mengemukakan bahwa dalam sistem penyimpanan bahan makanan terdapat tiga tempatnya penyimpanan bahan makanan secara garis besar, yaitu berikut penjelasannya :

a) *Dry Storage*

Jenis penyimpanan ini adalah untuk menyimpan bahan-bahan makanan yang kering dan tidak mudah rusak.

b) *Cold Storage*

Memiliki komponen yang sama dengan lemari es, namun kapasitas yang lebih besar, lebih mahal, mampu menyimpan produk yang relatif lebih lama. Temperatur atau suhu yang diperlukan untuk ruangan penyimpanan ini berkisar antara 7°C, - 20C dan akan lebih baik jika temperatur untuk setiap jenis makanan yang tersimpan di sini dibedakan untuk setiap jenis bahan.

c) *Freezer Storage*

Temperatur atau suhu yang digunakan untuk semua jenis bahan yang tersimpan di sini pada umumnya sama yaitu berkisar antara -23C – 30C sampai 17,7C. Daging beku (*frozen meat* atau *poultry*) yang disimpan pada suhu ini kualitasnya masih bisa bertahan dalam jangka waktu 12 bulan. Sedangkan untuk *frozen fish*, pada suhu ini kualitas daging ikan dapat bertahan selama 3 bulan.

2. Penyimpanan Buah dan Sayur di *Chiller*

Buah dan sayur memiliki kandungan udara yang tinggi dan sensitif terhadap perubahan suhu. Ketika disimpan dalam suhu ruangan atau suhu yang terlalu panas, buah dan sayur akan mengalami proses penuaan dan memanas dengan cepat. Oleh karena itu, *Chiller* menjadi sangat penting karena dapat memberikan lingkungan penyimpanan dengan suhu yang dingin dan terkontrol. *Chiller* berperan penting dalam memperlambat proses kematian dan penuaan produk buah dan sayuran. Selain itu, *chiller* juga membantu mengurangi aktivitas mikroorganisme dan enzim, sehingga memperpanjang masa simpan buah dan sayur. Cara menyimpan dengan prosedur yang benar akan membuat bahan lebih awet dan bertahan dari proses kerusakan. Sebaliknya, penyimpanan yang salah dapat membuat bahan cepat rusak dan membuat *food cost kitchen* semakin tinggi. Pelaksanaan *storing* (penyimpanan) diharapkan dapat mencegah tidak muncul biaya yang tidak terduga selama proses pengolahan bahan baku sampai makanan siap dihidangkan. Muncul biaya biasanya disebabkan oleh kerusakan bahan ditempat penyimpanan sehingga bahan akan terbuang percuma ataupun bahan tidak bisa dipakai karena hilang (*pilferage*). Pernyataan diatas yang menjadi fungsi *storing* yaitu mencegah timbulnya biaya tambahan yang merugikan hotel.

Bahan makanan terbagi atas dua yaitu bahan makanan yang mudah rusak. (*perishable*) dan bahan makanan yang tidak mudah rusak (*groceries*). Kedua bahan makanan ini memerlukan penanganan yang berbeda sehingga bahan makanan tidak cepat mudah rusak. Dengan menggunakan prosedur yang baik dengan sistem penyimpanan yang baik akan mengurangi biaya bahan makanan yang *spoilage*.

Suhu *chiller* yang tepat sangat penting untuk menjaga kesegaran sayur dan buah-buahan. Suhu Yng terlalu tinggi bisa membuat sayur dan buah cepat layu dan membusuk, sedangkan suhu yang terlalu rendah bisa menyebabkan pembekuan dan kerusakan tekstur. Oleh karena itu, mengatur suhu *chiller* dengan benar sangat penting untuk mencegah kerusakan dan menjaga kualitas nutrisi. Suhu *chiller* yang ideal untuk menyimpan sayuran dan buah-buahan berkisar antara 4°C hingga 7°C. Suhu ini cukup dingin untuk memperlambat proses pembusukan dan pertumbuhan mikroorganisme, tetapi tidak terlalu dingin sehingga merusak tekstur dan rasa.

Menurut (Gisslen, 2018), Simpan semua makanan yang mudah rusak di dalam kulkas dengan benar. Perhatikan batas bawah Zona Bahaya Makanan (41°F/5°C) hanya batas atas untuk penyimpanan di kulkas. Sebagian besar makanan bahkan lebih baik disimpan pada suhu yang lebih rendah. Pengecualian utamanya adalah buah dan sayuran segar, yang tidak dianggap sebagai

makanan yang berpotensi berbahaya.

Tabel 2.1 Suhu Penyimpanan yang Disarankan untuk Berbagai Makanan.

Food Storage Temperatures		
Raw vegetables and fruits	40°-45°F	4°-7°C
Eggs	38°-40°F	3°-4°C
Milk and cream	36°-40°F	2°-4°C
Poultry and meat	32°-36°F	0°-2°C
Fish and seafood	30°-34°F	-1°-1°C

1. Jangan menumpuk kulkas. Beri jarak antar-barang agar udara dingin dapat bersirkulasi.
2. Tutup pintu kulkas kecuali saat mengeluarkan atau memasukkan makanan.
3. Jaga agar rak dan bagian dalam kulkas tetap bersih.
4. Simpan makanan mentah dan matang secara terpisah, jika memungkinkan.
5. Jika makanan mentah dan matang harus disimpan di kulkas yang sama, simpan makanan matang di atas makanan mentah. Jika makanan matang disimpan di bawah makanan mentah, makanan tersebut dapat terkontaminasi oleh tetesan dan tumpahan. Kemudian, jika tidak dimasak lagi sebelum disajikan, makanan tersebut dapat berbahaya.
6. Simpan makanan yang didinginkan dalam keadaan terbungkus atau tertutup dan dalam wadah yang bersih.
7. Jangan biarkan permukaan yang tidak bersih, seperti bagian bawah wadah lain, menyentuh makanan apa pun.
8. Dinginkan makanan secepat mungkin di atas es atau dalam air dingin sebelum memasukkannya ke dalam lemari es. Satu galon kaldu yang dimasukkan ke dalam lemari es yang masih panas dari kompor mungkin memerlukan waktu 10 jam untuk turun di bawah suhu 41°F (5°C), sehingga bakteri memiliki cukup waktu untuk tumbuh.
9. Saat menyimpan makanan seperti salad protein dalam bak air dingin atau meja berpendingin untuk disajikan, jangan menumpuk makanan di atas permukaan wadah. Makanan di atas permukaan ini tidak akan cukup dingin.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Kualitatif adalah kata sifat yang berarti objek alamiah, berkaitan dengan suatu jumlah yang dapat di lihat. Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan salah satu jenis penelitian yang menghasilkan analisa data secara melihat atau memotret dan menghasilkan data yang akurat. Definisi lain penelitian kuantitatif deskriptif adalah rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Lokasi penelitian adalah di Hotel Grand Savero Bogor, Jl. Raya Pajajaran No.27, RT.03/RW.08, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor Jawa Barat.

Ada beberapa teknik yang yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data, dimana satu sama lain mempunyai fungsi yang berbeda dan hendaknya dapat digunakan secara tepat sesuai dengan tujuan penelitian dan jenis data yang akan digali. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu wawancara atau interview, observasi atau pengamatan dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada sub ini peneliti akan mendeskripsikan dan membahas data serta informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara secara mendalam kepada informan yang terkait dengan penyimpanan buah dan sayuran di *Chiller Kitchen* Hotel Grand Savero Bogor. Penyimpanan buah dan sayuran sangat penting dikarenakan tata cara menata, menyimpan,

memelihara buah dan sayuran agar tetap terjaga dan tidak terjadinya barang yang rusak atau *spoil*. Dari hasil olah data yang dilakukan peneliti bahwa 7 dari 9 indikator yaitu mengenai penyimpanan buah dan sayuran sudah sesuai namun masih ada yang harus di perhatikan kembali seperti poin nomor 4 dan 6 pada tabel diatas. Penjabaran dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Proses penyimpanan buah dan sayuran di *Chiller* sudah sesuai dengan kondisi di lapangan, hal ini menunjukkan bahwa karyawan hotel Grand Savero sudah melaksanakan proses penyimpanan sesuai dengan ketentuan.
2. Suhu *Chiller* penyimpanan buah dan sayuran sudah sesuai dengan kondisi di lapangan. Hal ini dibuktikan melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti dan dokumen yang diambil di lokasi penelitian. Hal ini sesuai dengan pendapat dari (Ditmer et al., 2016) bahwa usia produk makanan dapat diperpanjang jika bahan makanan tersebut disimpan dalam suhu ruang yang sesuai. Dan sebaliknya bahan makanan akan mudah rusak bila temperatur *Chiller* tidak sesuai dengan ketentuan suhu penyimpanan buah dan sayuran.
3. Jarak penyimpanan buah dan sayuran dalam *Chiller* sesuai dibuktikan dengan dokumentasi yang diambil.
4. Karyawan menjaga makanan dari resiko kontaminasi silang. Namun yang didapatkan peneliti didalam *Chiller*, karyawan masih belum bisa menjaga bahan makanan dari resiko kontaminasi silang, yaitu masih ditemukannya bahan makanan yang tersimpan dalam keadaan berantakan yang berakibat terkontaminasinya bahan makanan dengan mudah.
5. Bahan makanan yang matang atau setengah matang disimpan dalam keadaan tertutup sesuai dengan kondisi di lapangan. Dibuktikan melalui observasi yang dilakukan dan dokumentasi yang peneliti ambil dilokasi penelitian.
6. Penyusunan bahan makanan buah dan sayuran berdasarkan jenisnya tidak sesuai antara hasil wawancara dengan keadaan yang ada di lapangan, yang akan mengakibatkan system penyimpanan FIFO tidak berjalan dengan baik dan mudah rusaknya bahan makanan sehingga bahan makanan akan terbuang percuma karena bahan sudah tidak dapat dipakai. Hal ini dibuktikan dengan hasil dokumentasi yang peneliti ambil dilokasi penelitian.
7. Bahan makanan yang sering digunakan diletakkan pada posisi yang mudah dijangkau sesuai dengan temuan peneliti dilapangan, hal ini akan memudahkan dan mempersingkat waktu karyawan dalam mengambil bahan makanan yang dibutuhkan.
8. Karyawan memperhatikan rotasi bahan makanan dengan metode FIFO sudah sesuai agar bahan makanan yang terdahulu disimpan dapat digunakan lebih dulu. Hal ini sesuai dengan teori dari (Kementerian Kesehatan RI, 2018). Perputaran bahan makanan untuk memastikan barang yang lebih lama masuk harus segera mungkin dipakai terlebih dahulu, atau lebih sering kita sebut dengan istilah FIFO (*First In First Out*).
9. *Chiller kitchen* memiliki jadwal pembersihan teratur untuk setiap karyawannya, hal ini menunjukkan bahwa karyawan Kitchen Hotel Grand Savero Bogor menjaga hygiene sanitasi pada *Chiller*.

Tabel 1
Rekapitulasi Triangulasi Data Penyimpanan Buah dan Sayuran

No.	Butir Wawancara	Kesuaian		Hasil	
		Hasil Wawancara	Bukti Dokumentasi	Ya	Tidak
1	Proses penyimpanan buah dan sayuran di <i>Chiler</i>	Sesuai	Sesuai, dapat dilihat pada lampiran gambar 1	√	
2	Suhu <i>Chiller</i> penyimpanan buah dan sayuran	Sesuai	Sesuai, dapat dilihat pada lampiran gambar 2	√	
3	Jarak penyimpanan buah dan sayuran dalam <i>Chiller</i>	Sesuai	Sesuai, dapat dilihat pada	√	

4	Karyawan menjaga makanan dari resiko kontaminasi silang	Tidak Sesuai	lampiran gambar 3 Tidak Sesuai, dapat dilihat pada lampiran gambar 4	√
5	Bahan makanan yang setengah matang disimpan keadaan tertutup dalam wadah bersih	Sesuai	Sesuai, dapat dilihat pada lampiran gambar 5	√
6	Penyusunan bahan makanan buah dan sayuran berdasarkan jenisnya	Tidak Sesuai	Tidak Sesuai, dapat dilihat pada lampiran gambar 6	√
7	Bahan makanan yang sering digunakan diletakkan pada posisi yang mudah dijangkau	Sesuai	Sesuai, dapat dilihat pada lampiran gambar 7	√
8	Karyawan memperhatikan rotasi bahan makanan dengan metode FIFO	Sesuai	Sesuai, dapat dilihat pada lampiran gambar 8	√
9	<i>Chiller kitchen</i> memiliki jadwal pembersihan teratur	Sesuai	Sesuai, dapat dilihat pada lampiran gambar 9	√
				78% 22%

Sumber : Olah data penelitian (2025)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penulisan kualitatif menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan di Grand Savero Hotel Bogor tentang Analisis Penyimpanan Sayuran dan Buah-buahan di *Chiller Kitchen* Grand Savero Hotel Bogor, peneliti dapat menarik simpulan dari hasil penulisan yang telah dilakukan. Dari hasil olah data yang dilakukan peneliti menemukan 7 dari 9 indikator penyimpanan buah dan sayuran yang sudah sesuai namun masih ada 2 hal yaitu pada poin 4 dan 6 pada tabel yang harus di perhatikan kembali seperti menjaga bahan makanan agar tidak mudah terkontaminasi dan juga penerapan metode penyimpanan bahan makanan dengan sistem FIFO yang belum dilaksanakan dengan baik sehingga mengakibatkan bahan makanan mudah rusak. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penyimpanan buah dan sayuran di *Chiller Kitchen* Hotel Grand Savero Bogor masih belum terlaksana dengan baik sesuai standar penyimpanan dan masih harus melakukan perbaikan terhadap kinerja karyawan dalam proses menyimpan bahan makanan *Perishable* di *Chiller* untuk mencegah timbulnya *Food Cost Kitchen* yang tinggi karena bahan makanan yang terbuang percuma karena sudah tidak dapat dipakai.

REFERENSI

Ditmer, M. A., Garshelis, D. L., Noyce, K. V, Haveles, A. W., & Fieberg, J. R. (2016). Are American black bears in an agricultural landscape being sustained by crops? *Journal of Mammalogy*, 97(1), 54–67.

Gisslen, W. (2018). *Professional Cooking* (9th ed.). Jon Wileys & Son.

Kementerian Kesehatan RI. (2018). *Sistem Penyelenggaraan Bahan Makanan Institusi*.

Swasono, M. A., & Prastowo, A. T. (2021). Analisis Dan Perancangan Sistem Infomasi

Pengendalian Persediaan Barang. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 134–143.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU PENGGUNA *MEETING ROOM* DI HOTEL ARYADUTA JAKARTA

[The Effect Of Service Quality On Guest Satisfaction Using The Meeting Room At The Aryaduta Hotel Jakarta]

Jhosua Pranata Tarigan¹, Dina Mayasari Soeswoyo²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, josua.pranata52@gmail.com

²Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, dinamayasari3@gmail.com

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Diterima

Disetujui

Tersedia Secara Online

Hotel is an accommodation service that provides various services and accommodation facilities to meet the needs of guests, both for family, business, and other purposes. In the hospitality industry, elements of good service and provision of adequate facilities are very important to ensure guest comfort and satisfaction. Dissatisfaction experienced by one group of guests can spread and reduce their interest in returning to use the meeting room facilities at this hotel. In terms of facilities, although the meeting room building is quite luxurious, some guests complain that the capacity of the available space is too limited. This is a major problem, especially when the number of meeting members increases. The purpose of this study is to examine the effect of service quality on guest satisfaction of meeting room users at the Aryaduta Hotel Jakarta. The method used is quantitative with simple linear regression analysis and processed using SPSS. This study used a sample of 100 respondents. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on guest satisfaction of meeting room users at the Aryaduta Hotel Jakarta. The results of the hypothesis test show that t count (6.890) > t table (1.98422) and the significance value < 0.05 or $0.00 < 0.05$ then H_0 is rejected and H_a is accepted. Which means that increasing service quality will significantly increase guest satisfaction. Service quality is able to explain 32.6% or R^2 of 0.326 variations in guest satisfaction of meeting room users at the Aryaduta Hotel Jakarta.

Keywords : Service quality, guest satisfaction, hotel meeting room

ABSTRAK

Hotel merupakan jasa akomodasi yang menyediakan berbagai layanan dan fasilitas penginapan untuk memenuhi kebutuhan para tamu, baik untuk keperluan keluarga, bisnis, maupun lainnya. Dalam industri perhotelan, unsur pelayanan yang baik dan penyediaan fasilitas yang memadai sangat penting untuk memastikan kenyamanan dan kepuasan tamu. Ketidakpuasan yang dialami oleh satu kelompok tamu dapat menyebar dan menurunkan minat mereka untuk kembali menggunakan fasilitas *meeting room* di hotel ini. Dari segi fasilitas, meskipun bangunan *meeting room* cukup mewah, beberapa tamu mengeluhkan bahwa kapasitas ruang yang tersedia terlalu terbatas. Ini menjadi masalah utama, terutama ketika jumlah anggota *meeting* meningkat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana dan diolah menggunakan SPSS. Penelitian ini menggunakan sampel dari 100 *Responden*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa $t_{hitung} (6,890) > t_{tabel} (1,98422)$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ atau $0,00 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. yang berarti peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan tamu secara signifikan. Kualitas pelayanan mampu menjelaskan 32,6% atau R^2 sebesar 0,326 variasi terhadap kepuasan tamu pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan tamu, *meeting room* hotel.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hotel adalah sebagai fasilitas akomodasi untuk menunjang para wisatawan. Hotel adalah jasa akomodasi yang menyediakan berbagai layanan dan fasilitas penginapan untuk memenuhi kebutuhan para tamu, baik untuk keperluan keluarga, bisnis, maupun lainnya. Dalam industri perhotelan, unsur pelayanan yang baik dan penyediaan fasilitas yang memadai sangat penting untuk memastikan kenyamanan dan kepuasan tamu. Fasilitas ini meliputi kamar yang nyaman, layanan makanan dan minuman, hiburan, serta fasilitas tambahan. Setiap hotel harus berupaya memberikan pelayanan berkualitas dan berbagai fasilitas menarik untuk mempertahankan eksistensinya dan menarik minat konsumen. Pelayanan yang ramah, profesional, serta penawaran fasilitas lengkap dan modern menjadi kunci bagi hotel untuk memenangkan persaingan. Dengan memberikan pengalaman menginap yang memuaskan, hotel dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan loyalitas tamu. Upaya menambah kualitas layanan dan fasilitas harus diprioritaskan utama bagi setiap hotel dalam menghadapi tantangan persaingan dan memastikan tamu merasa nyaman dan puas selama melakukan penginapan di hotel tersebut (Sigarlaki, 2022).

Meeting room adalah ruang khusus yang disediakan oleh hotel untuk berbagai keperluan, seperti rapat, seminar, lokakarya, atau acara lainnya, baik skala kecil maupun besar, dengan fasilitas yang dirancang untuk mendukung kenyamanan dan kebutuhan peserta selama acara berlangsung (Wulandari *et al.*, 2023). Fasilitas *meeting room* di hotel mencakup berbagai perlengkapan, termasuk proyektor, sistem audio, papan tulis, koneksi internet, layar presentasi, dan pengaturan kursi yang fleksibel sesuai kebutuhan acara.

Pada salah satu hotel di Jakarta, Hotel Aryaduta Jakarta, memiliki fasilitas *meeting room* yang beragam tergantung pada jenis *meeting room*. Secara umum, fasilitas yang disediakan berupa pendingin ruangan (ac), kursi, meja, karpet, listrik, penerang ruangan seperti lampu, sistem audio, layar presentasi, dan perlengkapan lain yang mendukung kebutuhan acara. Jenis *meeting room* dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan pertemuan dan acara bisnis dengan fasilitas yang modern dan lengkap, serta berbagai ukuran dan konfigurasi untuk mendukung berbagai jenis acara, mulai dari rapat kecil hingga konferensi besar. *Meeting room* yang tersedia di Hotel Aryaduta Jakarta memiliki ukuran dan kapasitas yang beragam, mulai dari kapasitas 12 – 800 tamu dan luas mulai dari 28 m² – 470 m² tergantung pada jenis *meeting room* yang digunakan (Aryaduta, 2024).

Jumlah pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta mengalami fluktuasi selama periode 2019–2023. Pada tahun 2020, jumlah pengguna turun dari 6.500 menjadi 3.000 pengguna, mengalami penurunan sebesar 3.500 orang (-53,85%) akibat dampak pandemi COVID-19 yang membatasi berbagai aktivitas. Namun, mulai tahun 2021, jumlah pengguna kembali meningkat sebanyak 1.500 orang (+50%), seiring pelonggaran pembatasan kegiatan. Peningkatan ini terus berlanjut pada 2022 dan 2023 dengan kenaikan masing-masing 2.500 (+55,56%) dan 1.500 pengguna (+21,43%), hingga mencapai total 8.500 pengguna pada 2023. Total keseluruhan pengguna selama lima tahun terakhir adalah 29.500 orang.

Permasalahan *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta adalah pada kualitas pelayanan yang pada akhirnya timbul ketidakpuasan tamu. Masalah pelayanan *meeting room* di Hotel

Aryaduta seharusnya mencerminkan kualitas bintang lima, ternyata masih dinilai kurang memuaskan oleh beberapa tamu. Berdasarkan hasil observasi dan ulasan, ditemukan bahwa penanganan masalah teknis seperti kendala pada mikrofon tidak dilakukan dengan cepat dan tanggap oleh staf. Hal ini menimbulkan kesan kurang profesional, terutama karena keterlambatan perbaikan seharusnya tidak terjadi di hotel dengan standar tinggi. Selain itu, sikap pelayanan yang kaku dan kurang fleksibel membuat tamu merasa tidak terbantu, terutama ketika mereka menghadapi masalah seperti barang hilang. Kondisi ini memperkuat kesan bahwa staf kurang responsif terhadap kebutuhan dan kenyamanan tamu.

Ketidakpuasan yang dialami oleh satu kelompok tamu dapat menyebar dan menurunkan minat mereka untuk kembali menggunakan fasilitas meeting room di hotel ini. Dari segi fasilitas, meskipun bangunan *meeting room* cukup mewah, beberapa tamu mengeluhkan bahwa kapasitas ruang yang tersedia terlalu terbatas. Ini menjadi masalah utama, terutama ketika jumlah anggota meeting meningkat. Terdapat juga bagian dari infrastruktur yang menunjukkan tanda-tanda keausan, yang tidak sesuai dengan harapan tamu hotel bintang lima. Mengingat biaya sewa yang dikeluarkan tidak murah, pengelolaan fasilitas harus lebih diperhatikan agar sesuai dengan standar yang diharapkan. Selain itu, kualitas makanan yang disediakan juga menjadi sorotan. Beberapa tamu merasa bahwa pilihan makanan kurang cocok dengan lidah masyarakat Indonesia, sehingga mengurangi pengalaman mereka selama menggunakan layanan *meeting room*.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta.

KAJIAN LITERATUR

Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) adalah salah satu teori kepuasan pelanggan, dalam hal ini tamu. Teori ini merupakan perkembangan dari *Cognitive Dissonance Theory (CDT)* yang dikenalkan Leon Festinger 1957. *Expectancy Disconfirmation Theory* berfokus pada bagaimana perbedaan antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap layanan yang diterima memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Menurut teori ini, pelanggan atau tamu akan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan harapan awal mereka. Ketika layanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, mereka akan merasa puas. Namun, jika layanan yang diterima tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada bagaimana kualitas layanan yang diterima dibandingkan dengan ekspektasi awal mereka (Pebrianti, 2023).

Teori **EDT** berkaitan erat dengan penelitian ini karena membahas pengaruh kualitas pelayanan dan sejauh mana harapan tamu terhadap pelayanan serta bagaimana layanan yang diberikan memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Dengan demikian EDT memberikan kerangka kerja yang kuat untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu dan membantu mengembangkan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang efektif, terutama dalam konteks kepuasan tamu yang dipengaruhi kualitas pelayanan *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta.

2.1 Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu adalah penilaian positif dan dirasakan tamu sesudah menggunakan layanan tertentu, seperti hotel. Kepuasan ini muncul ketika harapan tamu terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan pengalaman secara keseluruhan terpenuhi atau bahkan terlampaui. Kepuasan tamu menjadi indikator penting untuk menilai keberhasilan layanan yang diberikan, karena tamu yang puas cenderung memberikan ulasan positif, melakukan kunjungan ulang, dan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Menurut Indra (2020) terdapat faktor yang memengaruhi kepuasan tamu, yakni sebagai berikut : kualitas pelayanan, fasilitas, sosio-demografi, dan lokasi. Menurut Ratih Hurriyanti dalam Suntani *et al.* (2018), terdapat dimensi kepuasan pelanggan, yakni : *Word of mouth*

communication, personal needs, past experience dan external communication.

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan kapasitas pelayanan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ini mencakup keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang jika terpenuhi akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimensi kualitas layanan dijelaskan dalam teori lain yang dikembangkan oleh Grönroos sebagai determinan *perceived service quality*. Menurut Grönroos (1982) dalam Kuswoyo & Tjahyadi (2017), bahwa dimensi kualitas layanan terdiri atas 2 aspek, yaitu aspek teknis (*technical quality*) dan aspek fungsional (*functional quality*).

Menurut Parasuraman dan Berry dalam Crismawati & Yunita (2022), kualitas pelayanan memiliki 5 indikator yaitu berwujud (*tangible*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*). Kelima unsur ini bekerja bersama dalam memenuhi bahkan melayani melebihi harapan pelanggan. Dengan mengoptimalkan semua unsur ini secara efektif, perusahaan secara keseluruhan dapat meningkatkan loyalitas. Peningkatan kualitas dalam setiap dimensi tersebut berkontribusi pada pengalaman pelanggan yang lebih baik dan mempengaruhi reputasi serta kesuksesan jangka panjang perusahaan atau hotel.

Menurut Kuswoyo & Tjahyadi (2017), kualitas layanan diakui memiliki banyak dimensi sebagai mana diungkapkan oleh Grönroos, Parasuraman dan Berry. Selain itu, kualitas layanan adalah konsep penting yang mencerminkan seberapa baik layanan yang diberikan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas layanan yang tinggi menunjukkan kemampuan penyedia untuk memenuhi ekspektasi pelanggan, yang menjadi kunci untuk mempertahankan daya saing di pasar yang semakin ketat.

Pembahasan mengenai dimensi-dimensi kualitas layanan telah diprakarsai oleh perspektif Eropa yang telah memberikan banyak pengaruh pada studi tentang dimensi kualitas layanan (Kang & James dalam Kuswoyo & Tjahyadi, 2017). Pendekatan dengan berbagai dimensi ini sangat relevan dalam mengevaluasi interaksi antara perusahaan dan pelanggan, di mana fokus pada peningkatan kualitas layanan bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, loyalitas, serta membangun reputasi positif dalam jangka panjang. Dengan kata lain, kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan apa yang diberikan, tetapi juga bagaimana layanan tersebut diterima oleh pelanggan. Hal ini menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kuantitatif deskriptif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan, mengidentifikasi, dan menganalisis fenomena atau variabel dengan hasil berupa angka atau statistik (Bahri, 2018). Dalam hal ini fenomena atau variabel yang terkait dengan kualitas layanan dan kepuasan tamu *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta. Metode ini memudahkan peneliti untuk mengukur tingkat kepuasan tamu secara objektif. Sehingga hasil menunjukkan sejauh mana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan tamu pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta secara kuantitatif.

3.1 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti terdiri dari seluruh tamu yang menggunakan *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta berjumlah 8.500 orang pada tahun 2023. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi. Untuk penelitian ini, teknik *sampling* yang diterapkan adalah *probability sampling* menggunakan rumus Slovin, sehingga didapat jumlah sampel 100 orang.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari narasumber atau responden penelitian melalui metode

pengumpulan data seperti angket atau kuesioner yang disebarakan menggunakan platform *Google Form*.

3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini mencakup beberapa langkah penting. Pertama, uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen pengukuran dapat diandalkan, dengan validitas dinyatakan valid jika $\text{sig.} < 0,05$ dan reliabilitas jika Cronbach Alpha (α) $> 0,6$. Selanjutnya, uji deskriptif digunakan untuk menggambarkan data secara rumit melalui statistik sederhana. Uji coba klasik bertujuan memastikan data memenuhi syarat analisis statistik, meliputi uji normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas.

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, sedangkan uji linearitas menilai hubungan antara variabel. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel ketergantungan. Uji signifikan parsial (uji T) menunjukkan pengaruh individu variabel independen, dan uji koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa baik variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen, dengan nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan model yang baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini disusun berdasarkan beberapa karakteristik, salah satunya berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Adapun penjabaran dan hasil distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	Laki-laki	51	51.0	51.0	51.0
	Perempuan	49	49.0	49.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data Peneliti, 2024.

Responden penelitian ini merupakan peserta yang menggunakan *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta dalam rentang waktu 2019–2023. *Meeting room* yang digunakan terdiri dari The Ballroom A dan The Ballroom B, dengan berbagai jenis kegiatan, seperti seminar pendidikan, edukasi, dan motivasi yang menasar pelajar, serta kegiatan bisnis yang dihadiri oleh karyawan perusahaan. Dari tabel karakteristik jenis kelamin di atas, terlihat bahwa responden penelitian terdiri dari 100 orang dengan komposisi 51% laki-laki dan 49% perempuan. Ini menunjukkan distribusi yang hampir seimbang antara kedua jenis kelamin, dengan laki-laki sedikit lebih banyak.

4.1 Uji Deskriptif Statistik

Tabel 2. Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	1	5	4	.775
KP1	100	2	5	3.82	.672
KP2	100	2	5	3.85	.500
KP3	100	1	5	3.51	.904
KP4	100	2	5	3.87	.774
KP5	100	1	5	3.80	.711
KP6	100	1	5	3.55	.914
KP7	100	1	5	3.74	.774
KP8	100	2	5	3.71	.820
KP9	100	2	5	3.65	.716
KP10	100	2	5	3.75	.687
KP11	100	1	5	3.53	.893
Kepuasan Tamu	100	1	5	3.69	.829
KT1	100	1	5	3.87	.884
KT2	100	2	5	3.65	.716
KT3	100	2	5	3.75	.687
KT4	100	2	5	3.99	.810
KT5	100	1	5	3.58	.768
KT6	100	2	5	3.69	.761
KT7	100	2	5	3.64	.759
KT8	100	2	5	3.63	.734
KT9	100	2	5	3.75	.687
Valid (listwise)	N 100				

Tabel 2 menunjukkan hasil analisis deskriptif dari dua variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, berdasarkan data sampel terdiri dari 100 responden untuk setiap indikator.

Pada variabel kualitas pelayanan, rata-rata tertinggi (3,87) terdapat pada indikator KP4, sedangkan nilai rata-rata terendah (3,51) pada KP3. Hal ini menunjukkan bahwa aspek yang diukur oleh KP4 dinilai paling positif bagi responden, sementara KP3 menjadi aspek yang memerlukan perhatian lebih. Skor minimum adalah 1 dan maksimum 5, dengan rata-rata 4 serta standar deviasi 0,775. Setiap indikator (KP1 hingga KP11) menunjukkan nilai rata-rata antara 3,51 hingga 3,87, dengan standar deviasi yang bervariasi antara 0,500 hingga 0,914.

Pada variabel kepuasan tamu, indikator KT4 memiliki rata-rata tertinggi sebesar 3,99, mengindikasikan tingkat kepuasan yang tinggi, sedangkan indikator KT5 memiliki rata-rata

terendah sebesar 3,58, menunjukkan area yang perlu ditingkatkan oleh Hotel Aryaduta Jakarta. Nilai rata-rata keseluruhan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan tamu masing-masing adalah 40,78 dan 33,55. Skor minimum adalah 1 dan maksimum 5,, dengan rata-rata 3,69 dan standar deviasi 0,829. Indikator kepuasan tamu (KT1 hingga KT9) memiliki nilai rata-rata antara 3,58 hingga 3,99. Standar deviasi setiap indicator berkisar antara 0,687 hingga 0,884, mengindikasikan tingkat variasi data yang cukup rendah.

4.2 Uji Validitas

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Signifikansi	Batas	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	KP1	0,006	0,05	Valid
	KP2	0,000	0,05	Valid
	KP3	0,000	0,05	Valid
	KP4	0,000	0,05	Valid
	KP5	0,002	0,05	Valid
	KP6	0,001	0,05	Valid
	KP7	0,011	0,05	Valid
	KP8	0,011	0,05	Valid
	KP9	0,000	0,05	Valid
	KP10	0,000	0,05	Valid
	KP11	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Tamu	KT1	0,000	0,05	Valid
	KT2	0,000	0,05	Valid
	KT3	0,000	0,05	Valid
	KT4	0,000	0,05	Valid
	KT5	0,000	0,05	Valid
	KT6	0,000	0,05	Valid
	KT7	0,000	0,05	Valid
	KT8	0,000	0,05	Valid
	KT9	0,000	0,05	Valid

Sumber: Olah Data Peneliti, 2024.

Berdasarkan data pada Tabel 3, seluruh pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (KP1 hingga KP11) dan kepuasan tamu (KT1 hingga KT9) menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner dapat dianggap valid, karena nilai signifikansi yang lebih kecil dari batas 0,05 mengindikasikan bahwa instrumen tersebut mampu mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4.2 Uji Reabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,725	0,6	Reliabel
Kepuasan Tamu	0,667	0,6	Reliabel

Sumber: Olah Data Peneliti, 2024.

Berdasarkan Tabel 4. nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,725, dan untuk kepuasan tamu adalah 0,667. Kedua nilai tersebut lebih besar dari batas minimum 0,6, yang menunjukkan bahwa kedua variabel ini reliabel. Ini berarti alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang baik, sehingga dapat digunakan untuk memperoleh data yang dapat dipercaya atau reliabel.

4.3 Uji Normalitas

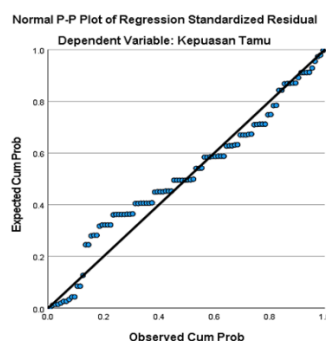
Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	33.5500000
	Std. Deviation	2.03687887
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.083
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.058
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.059
	99% Lower Confidence Interval	.053
	Upper Bound	.065
	Upper Bound	.065

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 876491272.

Berdasarkan hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, nilai signifikansi asimtotik (Asymp. Sig.) adalah 0.058, yang lebih besar dari level signifikansi umum 0.05. Ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.



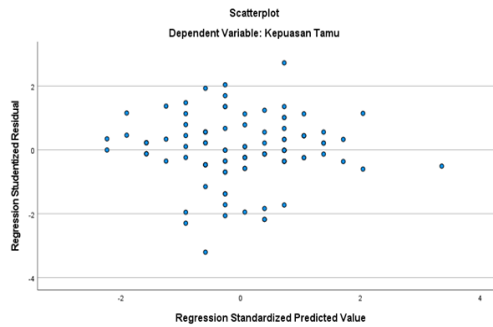
Gambar1. Uji Normalitas P-P Plot

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode P-P Plot di atas, diketahui bahwa titik-titik berada di dekat garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai residual dalam data penelitian ini terdistribusi normal.

4.4 Uji Linearitas

Berdasarkan nilai signifikansi pada baris *Linear* $0,00 < 0,05$ dan nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* $0,901 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan linear yang signifikan antara variabel.

4.5 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik pada Gambar 2 pengukuran heteroskedastisitas melalui *Scatter Plot*, di mana tidak terlihat pola teratur pada titik-titik (poin) data sehingga dapat disimpulkan tidak mengalami heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Hasil Regresi Linear

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.230	3.976		1.567	.120
	Kualitas Pelayanan	.670	.097	.571	6.890	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Olah Data Peneliti, 2024.

- Konstanta sebesar 6.230 menunjukkan bahwa ketika kualitas pelayanan (X_1) bernilai nol, tingkat kepuasan tamu (Y) diprediksi sebesar 6.230.
- Koefisien 0.670 untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan tamu sebesar 0.670 unit.

4.7 Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Berdasarkan hasil uji T, diperoleh perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$, di mana t hitung sebesar $6.890 > t$ tabel 1.98422 artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan tamu pengguna meeting room di Aryaduta Hotel Jakarta. Nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ artinya pengaruh kualitas pelayanan tersebut signifikan. Sehingga dari hasil Uji T ini menegaskan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan tamu pengguna meeting room di Hotel Aryaduta Jakarta.

4.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.571 ^a	.326	.319	2.942

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Berdasarkan data pada Tabel 7, didapat nilai R sebesar 0,571, menunjukkan bahwa terdapat kekuatan hubungan yang “sedang” antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan tamu pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta. Nilai ini menggambarkan kekuatan hubungan antara kedua variabel tersebut, yang dapat dikategorikan sebagai hubungan yang sedang menurut interval koefisien hubungan.

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) dalam Tabel 4.12, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,326, yang berarti kualitas pelayanan mampu memberi pengaruh atau menjelaskan 32,6 % variasi terhadap kepuasan tamu pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta. Sementara itu, sisa 67,4% variasi dalam kepuasan tamu dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini.

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pengguna ruang pertemuan di Hotel Aryaduta Jakarta, dengan data yang diperoleh melalui kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Lima dimensi kualitas pelayanan yang dijelaskan meliputi Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance. Tamu menilai fasilitas ruang pertemuan dalam kondisi baik dan bersih, staf responsif, serta perhatian terhadap kebutuhan tamu, yang semuanya berkontribusi pada kepuasan.

Sebagian besar responden menunjukkan kepuasan tinggi, terutama terkait kebersihan dan kesejahteraan staf. Nilai t sebesar 6.890 dengan signifikansi 0.000 mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kepuasan tamu. Temuan ini sejalan dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang memadai sangat penting dalam meningkatkan kepuasan tamu dan mendorong minat untuk kembali (Al-shidhani 2021; Ishak et al. 2024; Kuo 2023). Namun, ada juga penelitian yang menunjukkan bahwa faktor lain seperti promosi dan lokasi dapat lebih dominan (Anggriana, Qomariah, and Santoso 2017; Novita et al. 2023; Robiana, Soeswoyo, and Rahardjo 2024; Suntani et al. 2018). Secara keseluruhan, kualitas pelayanan di Hotel Aryaduta Jakarta berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu, sehingga manajemen perlu menjaga dan meningkatkan aspek-aspek pelayanan untuk memenuhi harapan tamu seperti kondisi fasilitas, sikap ramah dan responsif staf, serta kesiapan dalam membantu tamu berdampak langsung pada tingkat kepuasan tamu.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis menunjukkan Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,00, dan nilai Koefisien regresi adalah 0,67. Sehingga dapat disimpulkan hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan tamu (Y) pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta, atau H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,571 menunjukkan bahwa terdapat kekuatan hubungan yang “sedang” antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan tamu (Y) pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta. Nilai koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini adalah 0,36, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memberi pengaruh sebesar 36 % terhadap Kepuasan tamu pengguna *meeting room* di Hotel Aryaduta Jakarta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan yang baik ini, izinkanlah penulis untuk menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang dengan tulus ikhlas telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan proyek akhir ini, terutama kepada Bapak Nugroho

Joko, selaku *Supervisor Food & Beverage service* di Hotel Aryaduta Jakarta, para pembimbing, dan keluarga yang telah memberikan dukungan dalam bentuk material maupun motivasi kepada penulis.

REFERENSI

- Al-shidhani, Sammy Said Saud. 2021. "The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Luxury Hotels in Muscat." 13(3):245–58.
- Anggriana, Rina, Nurul Qomariah, and Budi Santoso. 2017. "Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online 'OM-JEK' Jember." *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 7(2):137–56.
- Andofal, R., Surenda, R., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Tamu (studi Pada Tamu MICE di Hotel Truntum). *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 4(1), 1-10.
- Azzahra, A., & Nainggolan, B. M. (2022). Pengaruh media sosial, e-wom, citra merek, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di R Hotel Rancamaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 481-496.
- Bill, Jannah, B., & Hijriyantomi, Suyuthi. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Pada Kegiatan Mice di Pangeran Beach Hotel Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan Vol.02 No. 01*.
- Crismawati, E., & Yunita, C. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Park Hotel Jakarta. *Jurnal Panorama Nusantara. ITTC Indonesia*. 17(2), 1-12.
- Darsiah, A., Inggadijaya, R., & Osman, I. E. (2023). Kualitas Pelayanan Room Boy Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Six Senses Uluwatu Bali. *YUME: Journal of Management*, 6(1), 36-41.
- Desembrianita, E., & Ruslin, R. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap 18 keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Hotel Oval Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(2), 345-354.
- Dewangga, I. P. G. G., Saharjo, S. J., & Putra, P. G. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Mercure Bali Legian. *Jurnal Mosaik Hospitaliti*, 6(1), 11-19.
- Dewi, N. M. N. K., Prayustika, P. A., & Marheni, L. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Gap Analysis dan Importance Performance Analysis Pada Hotel Swiss-belresort Pecatu (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri bali).
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku konsumen sikap dan pemasaran*. deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, M. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Room Boy Terhadap Kepuasan tamu di Garuda Plaza Hotel Medan. *Jurnal Online Mahasiswa*, 1(1), 128-140.
- Hotel Aryaduta. (2024). *Meeting Room Capacity*. <https://www.aryaduta.com/en/hotel/AJK/aryaduta-menteng/meetings/detail/meeting-room-capacity-5>. Diakses pada 08 Oktober 2024
- Indra, Hafizha K. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu Hotel Dalam Menginap di Hotel Syariah Sri Indrayani Pekanbaru. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press
- Ishak, Riani Prihatini, Dina Mayasari Soeswoyo, Julia Ratnawulan Skawanti, and Rian Andani. 2024. "The Influence of Service Quality, Facilities and Location on The Decision to Stay at The Bountie Hotel and Convention Center Sukabumi." *TRJ Tourism Research Journal* 8(1):39. doi:10.30647/trj.v8i1.241.
- Kuo, Yi-chun. 2023. "The Study of Hotel Service Quality and Consumer Satisfaction - Bachelor Hotel in Taiwan as an Example." *International Journal of Organization Innovation*

- 16(1):100–110. <https://www.ijoi-online.org/%0ATHE>.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor indihome gegerkalong di kota bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 413-423.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kurniasari, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Bogor. *Jurnal Widya Cipta*, 3(1), 1-3.
- Kuswoyo, C. & Tjahyadi, R. A. (2017). Dimensi-Dimensi Kualitas Layanan: Pengujian Model Kualitas Layanan Dari Perspektif Eropa. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 71–80
- Meriska, Anggis (2022) *TA : Peran Staf Reservasi Dalam Mengatasi Double Booking Di Xyz Hotel & Resort*. Diploma thesis, Politeknik Negeri Lampung.
- Mutmainna, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Satria Wisata. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 9(1), 46-49.
- Novita, Mona, Ferryan Nugraha, Seruni Dinitri, Taufiq Kurniawan, Setiyo Purwanto, Heru Kurniawan Nurfaidah, Sekti Rahardjo, Pipin Novianti, Sadikin Rendy, Aditya Sugih Setiawan, and Rima Pratiwi Batubara. 2023. *Kewirausahaan*. Agustus 20. edited by D. M. Soeswoyo. Pide, Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Pebrianti, Siska Nabila (2023) Pengaruh Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Bertemu Kota Pasuru. Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rimawan, E., Mustofa, A., & Mulyanto, A. D. (2017). *The Influence of Product Quality, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty (Case Study PT ABC, Tbk.)*. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 8(7), 2330–2336.
- Robiana, Dina Mayasari Soeswoyo, and Sekti Rahardjo. 2024. “Analisis Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu : Kunci Daya Saing Hotel Di Tengah Globalisasi Ekonomi [Analysis of Room Facilities Impact on Guest Satisfaction : A Key Competitive Advantage for Hotels Amid Economic Globalization].” *Bogor Hospitality Journal* 8(2):75–87.
- Sigarlaki, N. C., Walansendouw, A., & Sondakh, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Room Attendant Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Sintesa Peninsula Manado. *Jurnal Hospitaliti*, 1(02).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suntani, Soni, Sentiana Politeknik, Kridatama Bandung, and Cara Sitasi. 2018. “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Widya Cipta* 2(2):247–54.
- Syaiful Bahri. (2018). *Metode Penelitian Bisnis – Lengkap Dengan Teknik. Pengolahan Data SPSS*. Andi.
- Triyani, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Makanan Dan Hygiene Sanitasi Terhadap Kepuasan Tamu Di Anggrek Restaurant Grand Arkenso Park View Hotel Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 6(2), 117-123.
- Waluyo Ly, R. W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di VIVA Hotel Kediri (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).

PENGARUH PRODUKTIVITAS KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI RESTORAN SUBWAY DISTRIK 7

[The Effect of Work Productivity on Employee Performance at Subway Restaurants in District 7]

Larasati¹, Julia Ratnawulan Skawanti²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, larasati.ramadhina31@gmail.com

²Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, juliaratnawulan@gmail.com

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Diterima

Disetujui

Tersedia Secara Online

This study aims to analyze the effect of work productivity on employee performance at Subway Restaurants District 7, encompassing the areas of South Jakarta, Depok, South Tangerang, and Bogor. Work productivity is a critical factor in determining employee performance, especially in the context of high job rotation and operational demands. The study employs a quantitative approach using simple linear regression analysis to identify the relationship between work productivity as the independent variable and employee performance as the dependent variable. The findings reveal indicate H_1 that work productivity has a positive and significant effect on employee performance, with a significance value of 0,000 ($< 0,05$) and a coefficient of determination (R-Squared) of 39%. Validity and reliability tests confirm that all items are valid ($r_h > r_t$) and reliable (Cronbach's Alpha $> 0,60$). Additionally, the classical assumption tests indicate that the data are normally distributed and free from heteroscedasticity.

Keywords : Subway Restaurants in District 7, Work Productivity, Employee Performance

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produktivitas kerja terhadap kinerja karyawan di Restoran Subway Distrik 7 yang mencakup wilayah Jakarta Selatan, Depok, Tangerang Selatan, dan Bogor. Produktivitas kerja merupakan elemen penting dalam menentukan kinerja karyawan, terutama dalam konteks rotasi penempatan bekerja yang tinggi dan tuntutan operasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear sederhana untuk mengidentifikasi hubungan antara produktivitas kerja sebagai variabel independen dan kinerja karyawan sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan terdapat H_1 bahwa produktivitas kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, dengan nilai sig 0,000 ($< 0,05$) dan koefisien determinasi (R-Squared) sebesar 39%. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item valid ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan reliabel (Cronbach's Alpha $> 0,60$). Uji asumsi klasik mengindikasikan bahwa data berdistribusi normal dan bebas heteroskedastisitas.

Kata Kunci: Restoran Subway Distrik 7, Produktivitas Kerja, Kinerja Karyawan

PENDAHULUAN

Produktivitas kerja menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kinerja karyawan. Produktivitas kerja merujuk pada kemampuan karyawan untuk menghasilkan *output* yang optimal dengan memanfaatkan waktu, tenaga, dan sumber daya yang tersedia secara maksimal.

Menurut Hasibuan dalam Busro (2018), produktivitas adalah perbandingan antara *output* (hasil) dengan *input* (masukan). Jika produktivitas naik maka akan meningkatkan efisiensi, sistem kerja, teknik produksi, dan adanya peningkatan keterampilan dari tenaga kerjanya. Karyawan yang produktif cenderung memiliki tingkat kinerja yang lebih tinggi karena mereka mampu menyelesaikan tugas dengan baik sesuai standar yang ditetapkan perusahaan.

Pada Restoran Subway Distrik 7, terjadi tingkat rotasi karyawan yang tinggi termasuk di cabang-cabang restorannya. Rotasi penempatan karyawan sering kali terjadi untuk memenuhi kebutuhan operasional, terutama ketika perusahaan membuka cabang baru. Beberapa karyawan berpengalaman sering dipindahkan untuk mendukung operasional di lokasi baru, sementara di lokasi sebelumnya terjadi kekurangan tenaga kerja.

Ketidakseimbangan jumlah tenaga kerja ini dapat menyebabkan peningkatan beban kerja pada karyawan yang tersisa. Tuntutan kerja yang tinggi, termasuk tekanan untuk mencapai target perusahaan, akan berdampak pada produktivitas kerja yang dapat mempengaruhi kinerja karyawannya. Ketika beban kerja semakin berat, karyawan sering merasa kesulitan menjaga kualitas kerjanya, dan hal ini berpotensi menurunkan produktivitas kerja.

Kondisi tersebut juga dapat mempengaruhi keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi karyawan, terutama jika merasa kurang mendapatkan waktu istirahat yang memadai atau fleksibilitas dalam jadwal kerja. Dalam jangka panjang, hal ini bisa berdampak pada penurunan kinerja karyawan secara keseluruhan. Menurut Costantini dan Arianna (2022) menyatakan bahwa dengan adanya sistem penghargaan dan hukuman akan membuat karyawan dapat meningkatkan pemahaman terhadap pekerjaan dan mencari cara efektif untuk mengatasi pekerjaan yang diberikan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini berfokus pada Restoran Subway Distrik 7 yang memiliki wilayah Jakarta Selatan, Depok, Tangerang Selatan, dan Bogor sebagai objek penelitian. Melalui pengumpulan data menggunakan kuesioner, peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh produktivitas kerja terhadap kinerja karyawan di Restoran Subway Distrik 7. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi manajemen sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja karyawan dan mempertahankan karyawan yang berbakat.

KAJIAN LITERATUR

Theory of Planned Behaviour (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) adalah salah satu ilmu yang berkaitan dengan atau melibatkan kombinasi faktor sosial dan psikologis "Socio-Psychological" yang digunakan untuk mempelajari perilaku manusia (Zinoubi Ghali, 2022). Teori ini dikembangkan oleh Icek Azjen pada tahun 1985 dan telah menjadi salah satu teori yang paling banyak digunakan dalam memahami perilaku manusia, termasuk perilaku di lingkungan kerja.

Tiga faktor utama TPB:

1. *Attitude towards Behaviour* (Sikap terhadap Perilaku): evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku. Sikap awal seperti kepuasan kerja, memengaruhi niat seseorang untuk berperilaku.
2. *Subjective Norm* (Norma Subjektif): tekanan sosial yang memengaruhi keputusan individu untuk melakukan suatu tindakan berdasarkan pendapat orang-orang penting di sekitarnya.
3. *Perceived Behavioral Control* (Kontrol Perilaku Persepsi): persepsi individu terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan suatu perilaku, termasuk kepercayaan pada kemampuan dan sumber daya dimiliki.

TPB memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana faktor psikologis dan sosial memengaruhi produktivitas kerja dan kinerja karyawan.

Theory of Expectancy (Teori Harapan)

Theory of Expectancy Vroom tahun 1964 (Zboja, James J et al., 2020) menyatakan bahwa individu mengevaluasi pilihan dan membuat keputusan berdasarkan pilihan yang diyakini akan mengarah pada hasil pribadi yang paling diinginkan, dengan tujuan mengoptimalkan kesenangan dan meminimalkan rasa sakit. Sebagai teori kognitif motivasi, teori ini berfokus pada perilaku manusia yang dianggap rasional secara subjektif dan didasarkan pada tiga konsep inti yaitu harapan (*expectancy*), instrumentalitas (*instrumentality*), dan valensi (*valence*) yang bergabung untuk menciptakan kekuatan motivasi (*Motivational Force*) dan mendukung perilaku manusia. Teori ini diarahkan pada peran pekerjaan, pilihan yang dibuat, kepuasan terhadap peran, dan tingkat kinerja dalam peran kerja yang dipilih.

Tiga komponen utama:

1. *Expectancy* (Harapan): keyakinan bahwa usaha akan menghasilkan kinerja yang diinginkan, dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan atribut individu.
2. *Instrumentality* (Instrumentalitas): keyakinan bahwa kinerja yang baik akan menghasilkan hasil yang diharapkan, seperti penghargaan atau promosi.
3. *Valence* (Valensi): orientasi afektif terhadap hasil tertentu, di mana valensi positif muncul ketika hasil yang diinginkan tercapai.

Theory of Expectancy mendukung *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dalam penelitian ini karena memberikan penjelasan mendalam mengenai faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, khususnya dalam konteks produktivitas kerja dan dengan menggabungkan kedua teori tersebut penelitian ini memberikan gambaran bagaimana harapan karyawan untuk meningkatkan kinerja karyawan di Restoran Subway Distrik 7.

Produktivitas Kerja

Menurut Tohardi dalam Sutrisno (2017), produktivitas kerja merupakan sikap mental. Sikap mental yang selalu mencari perbaikan terhadap apa yang tekah ada. Suatu keyakinan bahwa seseorang dapat melakukan pekerjaan lebih baik hari ini daripada hari kemarin dan hari esok lebih baik daripada hari ini. Sedangkan menurut Hasibuan dalam Busro (2018), produktivitas adalah perbandingan antara output (hasil) dengan input (masukan). Jika produktivitas naik akan meningkatkan efisiensi (waktu, bahan, dan tenaga), sistem kerja, teknik produksi, dan adanya peningkatan keterampilan dari tenaga kerjanya.

Produktivitas kerja mencerminkan kemampuan karyawan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas melalui sikap mental yang selalu mencari perbaikan, hubungan kerja yang baik, dan motivasi tinggi. Faktor-faktor yang memengaruhi produktivitas meliputi:

- Pelatihan, kesehatan mental dan fisik, hubungan kerja, motivasi, pendidikan, disiplin, keterampilan teknis, dan sikap kerja.
- Penghasilan, teknologi, lingkungan kerja, kesempatan berprestasi, dan jaminan sosial juga memainkan peran penting.

Kinerja Karyawan

Menurut Raza dan Ali (2020) Kinerja Karyawan dapat dilihat dan diukur dari seberapa besarnya kemampuan karyawan dalam menyelesaikan kerjanya dengan baik tanpa meninggalkan kekeliruan dan kesalahan mendasar dalam teknik menyelesaikan pekerjaan yang diberikan, meskipun pekerjaan yang diberikan sering kali menyesuaikan keahlian dan kompetensi tetapi masih ada pun pekerjaan yang cukup sulit untuk diselesaikan. Situasi ini menandakan karyawan harus diberi beban kerja/produktivitas kerja yang lebih seimbang agar memiliki semangat dan motivasi yang tinggi guna mampu mendapatkan output yang maksimal.

Kinerja Karyawan adalah hasil kerja yang diukur berdasarkan kualitas, kuantitas, dan efektivitas dalam periode tertentu. Faktor-faktor yang memengaruhi kinerja meliputi:

- Motivasi, penghargaan dan hukuman, rasa percaya diri, komunikasi, dan kepemimpinan yang baik.
- Sistem karir dan perilaku individu juga menjadi elemen penting dalam menciptakan kinerja yang produktif dan kondusif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji secara empiris pengaruh produktivitas kerja terhadap kinerja karyawan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana, yang akan mengidentifikasi dan mengukur hubungan antara variabel independen (produktivitas kerja) dan variabel dependen (kinerja karyawan).

Populasi penelitian mencakup seluruh karyawan Restoran Subway Distrik 7, dengan sampel sebanyak 73 responden yang dipilih melalui teknik survei. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup berbasis Skala Likert 5-point, di mana responden diminta menilai pernyataan tertentu berdasarkan tingkat kesetujuan mereka.

Kuesioner berfungsi sebagai instrumen utama untuk mengukur variabel yang relevan, memungkinkan pengumpulan data kuantitatif yang objektif, konsisten, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 3.2 Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2019)

Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No. Kuesioner
Produktivitas Kerja	<i>Output/Outcome</i> (Referensi: Bernadin & Russell 1993, yang menekankan kuantitas dan kualitas output sebagai indikator produktivitas)	Kuantitas hasil kerja, Kualitas hasil kerja	Skala Likert	1,2,3,4,5,6
	Efisiensi (Referensi: Taylor 1911 dalam <i>Scientific Management</i>)	Penggunaan waktu kerja secara efektif, Pengelolaan sumber daya secara efisien	Skala Likert	7,8,9,10,11,12
	Efektivitas (Referensi: Drucker 1999 dalam <i>Management Tasks, Responsibilities, Practices</i>)	Pencapaian target kerja sesuai standar operasional (SOP)	Skala Likert	13,14
Kinerja Karyawan	Kinerja Individual (Referensi: Campbell 1990 dalam <i>Model of Job Performance</i>)	Adaptabilities, Kerjasama tim, Komitmen terhadap tugas	Skala Likert	1,2,3,4
	Kualitas Layanan (Referensi: Parasurama et al. 1988 dalam <i>SERVQUAL Model</i>)	Keandalan, Daya tanggap, dan Perhatian terhadap pelanggan	Skala Likert	5,6
	Komitmen Karyawan (Referensi: Meyer & Allen 1991 dalam <i>Organizational Commitment Theory</i>)	Komitmen afektif, Berkelanjutan, dan Normatif	Skala Likert	7,8,9,10,11,12,13

Sumber: Data Olah Penelitian (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV menyajikan data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah diolah dan dianalisis secara statistik menggunakan *Software SPSS*. Hasil analisis disajikan secara menyeluruh, disertai interpretasi yang berfokus pada implikasi bagi praktik Manajemen Sumber Daya Manusia di Restoran Subway Distrik 7.

Tabel 4.1 Gambaran Umum Karakteristik Responden

No.	Variabel	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1	Usia	20-25 tahun	58 responden	79,5%
		26-30 tahun	13 responden	17,8%
		31-35 tahun	2 responden	2,7 %
		>35 tahun	0	-

2	Jabatan	Restaurant Manager	4 responden	5,5%
		Supervisor	15 responden	20,5%
		Full-time Staff	22 responden	30,1%
		Part-time Staff	8 responden	11%
		Lainnya	24 responden	32,9%
3	Lama Bekerja	< 1 tahun	13 responden	17,8%
		1-3 tahun	54 responden	74%
		> 3 tahun	6 responden	8,2%

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa:

Mayoritas responden (79,5%) berada pada rentang usia 20-25 tahun, hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini lebih fokus pada kelompok usia muda. Hanya terdapat sedikit responden yang berusia di atas 30 tahun, maka hal ini mengidentifikasi bahwa populasi penelitian cenderung lebih muda. Sebagian besar responden (61,1%) bekerja sebagai *full-time Staff* atau *part-time Staff*. Ini menunjukkan bahwa penelitian lebih banyak melibatkan karyawan tingkat operasional.

Sebanyak 74% responden telah bekerja selama 1-3 tahun, hal ini menunjukkan bahwa banyak responden yang masih tergolong baru dalam bidang tersebut. Hanya 8,2% responden yang memiliki pengalaman kerja lebih dari 3 tahun, hal ini mengidentifikasi bahwa penelitian ini lebih fokus pada karyawan dengan pengalaman kerja yang relatif singkat.

Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

a. Uji Validitas

Produktivitas Kerja

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Produktivitas Kerja (X)

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r hitung	r tabel 73 (5%)	Sig (0,05)	Ket
Produktivitas Kerja (X)	1	0.274	0.1914	0.019	Valid
	2	0.570	0.1914	0.000	Valid
	3	0.755	0.1914	0.000	Valid
	4	0.382	0.1914	0.000	Valid
	5	0.264	0.1914	0.019	Valid
	6	0.668	0.1914	0.000	Valid
	7	0.674	0.1914	0.000	Valid
	8	0.547	0.1914	0.000	Valid
	9	0.625	0.1914	0.000	Valid
	10	0.492	0.1914	0.000	Valid
	11	0.664	0.1914	0.000	Valid
	12	0.620	0.1914	0.001	Valid
	13	0.593	0.1914	0.024	Valid
	14	0.658	0.1914	0.000	Valid

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa variabel Produktivitas Kerja (X) mempunyai

nilai r hitung $>$ r tabel (5% , dari item total $73 = 0,1914$) dan nilai signifikan yang diperoleh $<$ $0,05$ sehingga seluruh item pertanyaan dianggap valid dan dapat disertakan dalam analisis selanjutnya.

Kinerja Karyawan

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r hitung	r tabel 73 (5%)	Sig (0,05)	Ket
Kinerja Karyawan (Y)	1	0.663	0.1914	0.000	Valid
	2	0.666	0.1914	0.000	Valid
	3	0.799	0.1914	0.000	Valid
	4	0.750	0.1914	0.000	Valid
	5	0.581	0.1914	0.000	Valid
	6	0.724	0.1914	0.000	Valid
	7	0.792	0.1914	0.000	Valid
	8	0.758	0.1914	0.000	Valid
	9	0.795	0.1914	0.000	Valid
	10	0.821	0.1914	0.000	Valid
	11	0.805	0.1914	0.000	Valid
	12	0.576	0.1914	0.000	Valid
	13	0.463	0.1914	0.000	Valid

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa variabel Kinerja Karyawan (Y) mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel (5% , dari item total $73 = 0,1914$) dan nilai signifikan yang diperoleh $<$ $0,05$ sehingga seluruh item pertanyaan dianggap valid dan dapat disertakan dalam analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Produktivitas Kerja

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Produktivitas Kerja (X)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	73	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.809	14

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,809 dan nilai signifikan sebesar 95% atau $\alpha = 5\%$. Hal ini menunjukkan data di atas reliabel untuk digunakan

karena r hitung $>$ r tabel ($0,809 > 0,60$). Dengan ini dapat disimpulkan bahwa data tersebut **RELIABEL** dalam kategori tinggi dan responden cenderung memberikan jawaban konsisten pada semua item yang berkaitan dengan variabel produktivitas kerja.

Kinerja Karyawan

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	73	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.911	13

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,911 dan nilai signifikan sebesar 95% atau $\alpha = 5\%$. Hal ini menunjukkan data di atas reliabel untuk digunakan karena r hitung $>$ r tabel ($0,911 > 0,60$). Dengan ini dapat disimpulkan bahwa data tersebut **RELIABEL** dalam kategori tinggi dan responden cenderung memberikan jawaban konsisten pada semua item yang berkaitan dengan variabel kinerja karyawan.

Uji Statistika Deskriptif

Tabel 4.8 Uji Statistika Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produktivitas Kerja	73	14.00	70.00	52.8767	7.67924
Kinerja Karyawan	73	29.00	65.00	54.1644	8.08293
Valid N (listwise)	73				

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat gambaran dari masing-masing variabel dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Variabel Produktivitas Kerja (X) memiliki nilai minimum 14 dan nilai maksimum 70, hal ini menjelaskan bahwa variasinya sangat tinggi dan sangat rendah. Nilai rata-rata tingkat produktivitas kerja adalah 52,87 dan standard deviasi bernilai 7,679 maka besar data penyebarannya.
- 2) Variabel Kinerja Karyawan (Y) memiliki nilai minimum 29 dan nilai maksimum 65, hal ini menjelaskan bahwa variasinya sedikit lebih tinggi dibanding produktivitas kerja. Nilai rata-rata tingkat kinerja karyawan adalah 54,16 dan standard deviasi bernilai 8,082 maka besar data penyebarannya.

Uji Asumsi Klasik (Normalitas dan Heteroskedastisitas)

a. Uji Normalitas

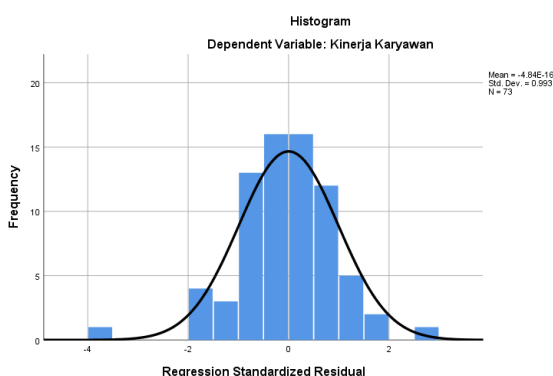
Tabel 4.9 Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.31075111
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.055
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

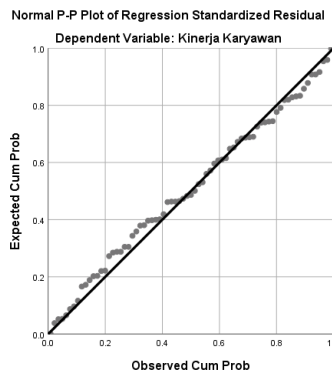
Berdasarkan tabel *output SPSS* di atas, dapat dilihat pada nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal. Hal ini didukung oleh hasil pengujian normalitas menggunakan Histogram, Grafik P-P Plot, serta Uji Heteroskedastisitas.



Gambar 4.1 Hasil Histogram Dependan Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

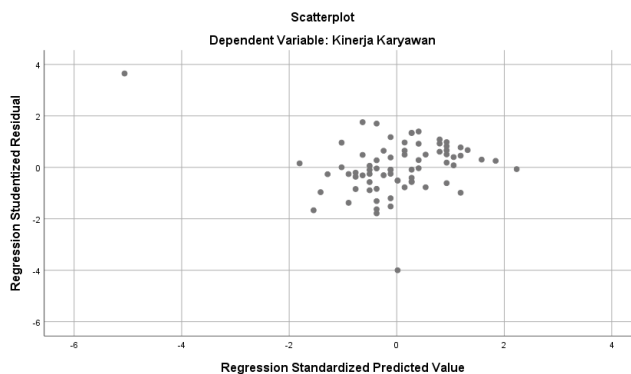
Berdasarkan histogram yang terlihat di atas dapat dilihat bahwa data berdistribusi normal, hal ini diperlihatkan oleh bentuk kurva yang menyerupai lonceng dengan puncak yang tinggi yang menunjukkan bahwa sebagian besar data terpusat di sekitar nilai rata-rata serta frekuensi data naik dan menurun simetris ke arah ekor distribusi.



Gambar 4.2 Hasil *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* (Y)
 Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Pada gambar di atas Grafik *Normal P-Plot Regression Standardized Residual* tersebut menunjukkan bahwa titik stabil menyebar di sekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal mengikuti garis diagonal.

b. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.3 Hasil Scatterplot Uji Heteroskedastisitas (Y)
 Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Berdasarkan scatterplot di atas, secara visual dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Titik-titik pada grafik menyebar secara acak di sekitar garis horizontal nol dan tidak membentuk pola yang jelas. Ini mengindikasikan bahwa varian dari residual pada model regresi relatif konstan dan memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.10 Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Variables Entered/Removed ^a		Method
	Variables Entered	Variables Removed	
1	Produktivitas Kerja ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan
 b. All requested variables entered.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1836.586	1	1836.586	45.475	.000 ^b

Residual	2867.442	71	40.387		
Total	4704.027	72			

- a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan
- b. Predictors: (Constant), Produktivitas Kerja

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh model regresi hanya memiliki satu variabel independen (prediktor) yaitu “Produktivitas Kerja,” nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka hal ini dapat tolak H_0 (hipotesis nol) dan terima H_1 (hipotesis alternatif) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan produktivitas kerja terhadap kinerja karyawan. Nilai F 45,475 hal ini mendukung kesimpulan bahwa model regresi signifikan.

b. Uji T “Parsial”

Tabel 4.11 Uji T “Parsial”

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.388	5.210		3.721	.000
	Produktivitas Kerja	.658	.098	.625	6.744	.000

- a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa dapat menginterpretasikan hasil uji sebagai berikut:

Hasil uji t pada variabel Produktivitas Kerja (X) menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 6,744 yang lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,994 ($t = (0,05/2 ; 73-2-1) = (0,025 ; 70) = 1994$) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Produktivitas Kerja (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi “R-Squared”

Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi “R-Squared”

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	.390	.382	6.35504

- a. Predictors: (Constant), Produktivitas Kerja

- b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber: Hasil Data Olah Peneliti (2024)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa R-Square memiliki nilai sebesar 0,390 atau 39%. Hal ini menunjukkan bahwa Produktivitas Kerja (X) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) dan memberikan kontribusi sebesar 39% yang masih cukup relatif rendah karena masih menyisakan 61% kemungkinan dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, hasil yang diperoleh untuk menjawab rumusan masalah penelitian dengan bunyi pertanyaan “Bagaimana pengaruh produktivitas kerja

terhadap kinerja karyawan di Restoran Subway Distrik 7", maka hasilnya yaitu H₁ diterima bahwa Produktivitas Kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan di Restoran Subway Distrik 7. Seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel, mendukung kelayakan data untuk analisis lebih lanjut. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa produktivitas kerja memberikan kontribusi sebesar 39% terhadap kinerja karyawan, sedangkan sisanya 61% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan produktivitas kerja secara langsung dapat meningkatkan kinerja karyawan, menjadikan produktivitas kerja sebagai elemen penting dalam pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia di Restoran Subway Distrik 7.

REFERENSI

- Angga Alfianto, & Moh Taufan Nugroho. (2024). Pengaruh Pengembangan Kompetensi terhadap Produktivitas Kerja Pegawai di Lingkungan Kedeputian Bidang Pengawasan dan Pengendalian Badan Kepegawaian Negara (BKN) Pusat. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 75–94. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i4.1180>
- Hartoyo, B. (2024). *Pengembangan Motivasi Karyawan Yang Membuat Perilaku Karyawan Selalu Meningkatkan Kinerjanya Melalui Teori Perilaku Azjen*.
- Kustiawan, U., & Pandansari, L. (2023). Understanding Restaurant Customers' Environmental Behaviour in the Social Media Context: An Application of Theory of Planned Behaviour. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2). <https://doi.org/10.56457/jimk.v11i2.441>
- Zboja, J. J., Jackson, R. W., & Grimes-Rose, M. (2020). An expectancy theory perspective of volunteerism: the roles of powerlessness, attitude toward charitable organizations, and attitude toward helping others. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(4), 493–507. <https://doi.org/10.1007/s12208-020-00260-5>

KAJIAN PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI RUMAH BUNDA RESORT BOGOR

[Analysis Of Instagram Social Media Promotion At Rumah Bunda Resort Bogor]

Hikam Mahdul Ali¹, Cindy Henriette Posumah²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, mahdulalihikam01@gmail.com

²Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, posumah.cindy27@gmail.com

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Diterima

Disetujui

Tersedia Secara Online

Promotion through social media has become a crucial marketing strategy for the hospitality industry, including Rumah Bunda Resort Bogor. Instagram, as a visual-based platform, plays a significant role in attracting potential customers through engaging and interactive content. This study aims to analyze the Instagram promotion strategies implemented by Rumah Bunda Resort Bogor and their effectiveness in increasing audience engagement. This research employs a qualitative method with a purposive sampling technique. Data were collected through observations, interviews with the marketing team and social media administrators, as well as content analysis of the @rumah.bunda.resort Instagram account. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles and Huberman and the Circular Model of SoMe approach. The results show that the visual communication strategy applied by Rumah Bunda Resort Bogor is quite effective in building brand identity and capturing audience attention. Consistency in using visual elements such as color, typography, and visual storytelling contributes to the appeal of the content. However, customer engagement still needs to be improved through more interactive strategies such as polls, giveaways, and collaborations with influencers. Based on these findings, it is recommended that Rumah Bunda Resort Bogor further utilize Instagram features such as Reels, Stories, and Live Sessions while increasing the frequency of posts consistently. Additionally, collaborating with influencers can be an additional strategy to expand market reach and enhance the resort's attractiveness.

Keywords : Instagram, Digital Promotion, Visual Communication, Engagement, Social Media

ABSTRAK

Promosi melalui media sosial menjadi strategi pemasaran yang sangat penting bagi industri perhotelan, termasuk Rumah Bunda Resort Bogor. Instagram sebagai platform berbasis visual memiliki peran besar dalam menarik perhatian calon pelanggan melalui konten yang menarik dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi Instagram yang diterapkan oleh Rumah Bunda Resort Bogor serta efektivitasnya dalam meningkatkan engagement dengan audiens. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan tim pemasaran dan admin media sosial, serta analisis konten Instagram @rumah.bunda.resort. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman serta pendekatan The Circular Model of SoMe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh Rumah Bunda Resort Bogor sudah cukup efektif dalam membangun identitas merek dan menarik

perhatian audiens. Konsistensi dalam penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, dan storytelling visual berkontribusi dalam menciptakan daya tarik konten. Namun, keterlibatan pelanggan (engagement) masih perlu ditingkatkan dengan strategi yang lebih interaktif seperti polling, giveaway, dan kolaborasi dengan influencer. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar Rumah Bunda Resort Bogor lebih memanfaatkan fitur Instagram seperti Reels, Stories, dan Live Session serta meningkatkan frekuensi unggahan secara konsisten. Selain itu, kolaborasi dengan influencer dapat menjadi strategi tambahan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik resort.

Kata Kunci: Instagram, Promosi Digital, Komunikasi Visual, Engagement, Media Sosial

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, industri pariwisata menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi informasi. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi platform utama bagi wisatawan untuk mencari inspirasi, informasi, dan rekomendasi destinasi wisata. Hal ini menuntut pelaku industri pariwisata, termasuk resort, untuk mengembangkan strategi konten yang efektif guna menarik perhatian calon pengunjung. Salah satu media sosial yang berkembang dan paling banyak digunakan di Indonesia adalah media sosial Instagram, berdasarkan artikel yang berjudul "Pengguna Media Sosial Sepanjang 2024" dari laman infoketapang.com, Instagram adalah media sosial yang menduduki peringkat pertama sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna media sosial di Indonesia. Tak dapat dipungkiri, berdasarkan data di Instagram merupakan media sosial yang dikenal dikarenakan banyak fitur sehingga dalam mempromosikan suatu produk banyak brand-brand menggunakan Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan produk mereka kepada khalayak banyak.

Pada tahun 2024, Instagram menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan 84,80% pengguna internet (173,59 juta) bergabung. Banyak merek terkemuka di Indonesia yang memanfaatkan Instagram untuk berinteraksi dengan konsumen mereka. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat pemasaran yang sangat efektif dalam meningkatkan penjualan dan popularitas suatu brand. Sebuah studi menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi mampu meningkatkan penjualan secara signifikan, seperti yang terjadi pada akun @Subur_batik (Untari, 2018). Hal ini membuktikan bahwa strategi pemasaran digital berbasis visual dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Dengan tren ini, Rumah Bunda Resort Bogor juga dapat memanfaatkan Instagram sebagai platform utama dalam menarik lebih banyak wisatawan. Menggunakan konten visual yang menarik, seperti foto berkualitas tinggi dan video promosi yang engaging, dapat memperkuat branding resort di tengah persaingan industri pariwisata. Selain itu, dominasi video marketing yang semakin populer dapat menjadi strategi efektif untuk menampilkan keunikan dan daya tarik Rumah Bunda Resort, sehingga calon pengunjung lebih tertarik untuk berkunjung. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, resort ini dapat menarik lebih banyak pengunjung melalui visualisasi produk dan layanan yang menarik.

Oleh karena itu, keberadaan admin media sosial yang kompeten sangat diperlukan dalam menjaga konsistensi branding serta meningkatkan daya saing bisnis di tengah industri perhotelan yang semakin kompetitif. Namun dalam melakukan promosi melalui Instagram, Rumah Bunda cenderung tidak menampilkan konsistensi dalam menciptakan ruang digital yang informatif ataupun mengajak calon konsumen dalam tertarik kepada penawaran dan promosi yang menarik. Salah satu faktor penting dalam pemasaran digital adalah peran media sosial sebagai alat komunikasi dan interaksi dengan pelanggan. Media sosial sekarang menjadi alat penting

untuk membangun citra dan menarik pengunjung. Maka dari itu, dibutuhkannya sebuah strategi dalam mengelola akun Instagram menjadi untuk keberhasilan strategi pemasaran digital. Promosi Rumah Bunda melalui konten yang dibuat sesuai dengan identitas *brand* serta mampu membangun interaksi yang lebih baik.

KERANGKA TEORITIS

Teori Komunikasi Visual merupakan kajian tentang bagaimana informasi disampaikan melalui elemen- elemen visual seperti gambar, tipografi, warna, dan desain. Menurut Messaris (2012), komunikasi visual adalah bentuk penyampaian pesan yang menggunakan bahasa visual dengan tujuan menginformasikan, mempengaruhi, atau mengubah perilaku target sesuai dengan yang diinginkan.

Dalam konteks media sosial Instagram, komunikasi visual menjadi sangat relevan karena platform ini secara fundamental berbasis visual. Baldwin dan Roberts (2006) menekankan bahwa elemen visual yang kuat dapat menciptakan kesan pertama yang mendalam dan mempengaruhi persepsi audiens terhadap suatu merek atau produk. Bagi Rumah Bunda Resort Bogor, komunikasi visual melalui konten Instagram menjadi instrumen penting dalam membangun citra dan identitas merek.

Barnard (2013) dalam kajiannya tentang komunikasi visual mengidentifikasi bahwa konten visual yang efektif harus memiliki tiga komponen utama: menarik perhatian (*attention-grabbing*), dapat diingat (*memorable*), dan memicu tindakan (*action-triggering*). Ketiga komponen ini menjadi acuan dalam mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi visual Rumah Bunda Resort di Instagram. Dalam Penelitian ini peneliti memakai teori Terapan yang dimana teori ini memiliki beberapa model salah satunya adalah The Circular Model of SoMe, Regina Luttrell (2019) mengembangkan kerangka strategis untuk pemasaran media sosial yang dikenal dengan "The Circular Model of SoMe" (Social Media). Model ini terdiri dari empat tahap siklus yang saling terhubung, yaitu:

1. Share: Tahap dimana merek berbagai konten yang relevan dan berharga bagi audiens.
2. Optimize: Proses pengoptimalan konten melalui penggunaan hashtag, waktu posting optimal, dan elemen interaktif.
3. Manage: Pengelolaan interaksi dan percakapan dengan audiens, termasuk merespons komentar dan pesan
4. Manage: Pengelolaan interaksi dan percakapan dengan audiens, termasuk merespons komentar dan pesan

Model ini memberikan kerangka komprehensif dalam mengevaluasi strategi media sosial Rumah Bunda Resort di Instagram. Menurut Luttrell, keberhasilan strategi media sosial bergantung pada konsistensi dalam menjalankan keempat tahap tersebut secara berkesinambungan. Penerapan model ini pada strategi promosi Rumah Bunda Resort memungkinkan analisis terstruktur tentang bagaimana resort tersebut mengelola kehadiran digitalnya. Misalnya, tahap "Share" dapat dievaluasi dari kualitas dan relevansi konten yang diposting, sementara tahap "Engage" dapat dinilai dari tingkat interaksi yang dihasilkan oleh konten tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan beberapa asumsi dasar dalam menganalisis strategi promosi Instagram Rumah Bunda Resort. Pertama, kualitas visual yang tinggi, seperti fotografi profesional dan desain konsisten, diyakini meningkatkan engagement lebih baik dibandingkan konten standar. Kedua, penerapan penuh Circular Model of SoMe (Share, Optimize, Manage, Engage) akan lebih efektif dibandingkan implementasi parsial. Konsistensi dalam identitas visual dan frekuensi posting memperkuat brand recognition, sementara pendekatan

storytelling yang menampilkan pengalaman tamu atau keunikan resort membangun koneksi emosional dengan audiens. Terakhir, integrasi komunikasi visual dengan strategi pemasaran lainnya diyakini memberikan dampak lebih komprehensif terhadap awareness dan minat kunjungan. Berdasarkan asumsi ini, penelitian mengevaluasi efektivitas promosi Instagram Rumah Bunda Resort dalam menarik pengunjung. Dalam Penelitian ini, peneliti akan mengambil tempat di Rumah Bunda Resort Batulayang Bogor, Alamat: Batulayang, Cisarua, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16750. Penelitian ini Dimulai Pada Tanggal 22 Februari 2025 hingga 16 Maret 2025. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui data deskriptif yang dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dan analisis dokumen, dengan menekankan pada makna daripada angka atau statistik. Menurut Sugiyono (2017) Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi. Peneliti menggunakan metode kualitatif dikarenakan Metode ini akan membantu peneliti untuk dapat mengumpulkan menjabarkan data dalam bentuk narasi yang komprehensif.

Dalam dunia penelitian dan pengolahan informasi, data menjadi elemen utama yang menentukan validitas hasil analisis. Data yang digunakan dalam penelitian umumnya dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui berbagai teknik pengumpulan seperti wawancara, survei, observasi, atau eksperimen. Data ini bersifat orisinal karena diperoleh secara langsung oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian yang sedang dilakukan. Contoh dari data primer adalah hasil kuesioner mengenai preferensi konsumen terhadap suatu produk, rekaman wawancara dengan pelaku industri, atau hasil observasi terhadap perilaku pelanggan di sebuah toko.

Di sisi lain, data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain, baik dalam bentuk laporan, publikasi, maupun database yang telah terdokumentasi. Data ini sering kali digunakan untuk mendukung penelitian atau sebagai bahan pembandingan. Contoh data sekunder meliputi laporan keuangan perusahaan yang telah dipublikasikan, data sensus dari pemerintah, atau artikel jurnal yang berisi hasil penelitian sebelumnya. Dalam pelaksanaan penelitian tugas akhir ini, penulis menggunakan metode deskriptif. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan data serta fakta yang terjadi di lapangan dan kemudian menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan cara untuk memperoleh data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh @rumah.bunda.resort terbukti efektif dalam mencapai tujuan promosi. Konsistensi visual branding membantu membangun identitas yang kuat dan mudah dikenali, sementara kualitas foto dan video yang tinggi berhasil menampilkan keunggulan resort secara menarik dan profesional. Storytelling visual yang diterapkan melalui rangkaian konten berhasil menciptakan koneksi emosional dengan pengikut, membangkitkan keinginan untuk mengalami sendiri suasana menginap di Rumah Bunda Resort. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi visual yang menekankan pentingnya menciptakan pengalaman visual yang bermakna untuk mempengaruhi persepsi dan perilaku audience. Desain grafis untuk konten promosi juga berhasil menarik perhatian dan menyampaikan informasi penting dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, dan komposisi dimanfaatkan secara optimal untuk menciptakan desain yang eye-catching dan efektif dalam menyampaikan pesan promosi.

Berdasarkan analisis The Circular Model of SoMe pada strategi promosi Instagram @rumah.bunda.resort, terdapat empat komponen utama yang diterapkan, yaitu Share, Optimize, Manage, dan Engage. Dalam aspek Share, Rumah Bunda Resort membagikan berbagai jenis konten seperti showcase fasilitas, promosi, dan user-generated content melalui berbagai fitur Instagram untuk meningkatkan jangkauan. Pada tahap Optimize, strategi optimalisasi dilakukan melalui

penggunaan hashtag strategis, geo-tagging, caption yang menarik, serta cross-promotion untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pengguna.

Dalam aspek Manage, pengelolaan media sosial dilakukan dengan merancang kalender konten, menganalisis performa unggahan, serta koordinasi tim agar strategi pemasaran lebih terarah. Sementara pada tahap Engage, meskipun belum ada strategi keterlibatan pelanggan yang terstruktur, pihak resort tetap memantau interaksi, merespons komentar dan pesan, serta membagikan ulang unggahan pelanggan guna memperkuat hubungan dengan mereka.

Secara keseluruhan, strategi promosi Instagram Rumah Bunda Resort telah diterapkan dengan baik dalam aspek berbagi, optimalisasi, dan pengelolaan konten. Namun, aspek keterlibatan pelanggan masih perlu diperkuat dengan strategi yang lebih sistematis untuk meningkatkan loyalitas dan membangun komunitas pelanggan yang lebih aktif. Selanjutnya, hasil penelitian yang peneliti dapatkan untuk tantangan promosi instagram @rumah.bunda.resort adalah sebagai berikut:

1. Algoritma Instagram yang Dinamis: Perubahan algoritma Instagram secara berkala menjadi tantangan dalam mempertahankan jangkauan organik konten @rumah.bunda.resort
2. Kompetensi Konten: Banyaknya akun resort dan penginapan di Bogor yang juga aktif di Instagram menciptakan persaingan ketat untuk mendapatkan perhatian audience.
3. Keterbatasan Fitur Organik: Beberapa fitur promosi Instagram yang efektif memerlukan anggaran iklan (paid promotion), sementara @rumah.bunda.resort masih mengandalkan strategi organik.
4. Konsistensi Produksi Konten: Mempertahankan kualitas dan frekuensi konten yang konsisten memerlukan sumber daya dan perencanaan yang matang.

Berdasarkan penelitian, strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh @rumah.bunda.resort terbukti efektif dalam membangun identitas brand yang kuat serta menarik perhatian audiens. Konsistensi dalam penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, dan komposisi, serta storytelling visual yang menarik, membantu menciptakan koneksi emosional dengan pengikut dan meningkatkan daya tarik promosi. Dalam penerapan The Circular Model of SoMe, Rumah Bunda Resort telah mengimplementasikan strategi Share, Optimize, Manage, dan Engage. Konten yang dibagikan mencakup showcase fasilitas, promosi, dan user-generated content, sementara optimalisasi dilakukan melalui penggunaan hashtag, geo-tagging, dan caption menarik. Manajemen media sosial juga telah diterapkan dengan baik melalui kalender konten dan analisis performa unggahan. Namun, strategi keterlibatan pelanggan (Engage) masih memerlukan peningkatan agar interaksi dengan audiens lebih aktif dan sistematis. Dengan penguatan strategi engagement, Rumah Bunda Resort dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat komunitas pengikut yang lebih terlibat dengan brand.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh @rumah.bunda.resort terbukti efektif dalam membangun identitas brand yang kuat dan menarik perhatian audiens. Konsistensi visual, kualitas foto dan video yang baik, serta storytelling visual berhasil menciptakan koneksi emosional dengan pengikut, mendorong mereka untuk tertarik menginap di resort. Selain itu, elemen- elemen desain seperti warna, tipografi, dan komposisi dimanfaatkan secara optimal untuk menyampaikan pesan promosi dengan lebih menarik dan mudah dipahami. Dalam penerapan strategi media sosial berdasarkan The Circular Model of SoMe, terdapat empat komponen utama yang digunakan, yaitu Share, Optimize, Manage, dan Engage. Pada tahap Share, resort secara aktif membagikan berbagai jenis konten promosi melalui Instagram untuk menarik perhatian calon pelanggan. Dalam aspek Optimize, strategi seperti penggunaan hashtag, geo-tagging, caption menarik, serta cross-promotion berhasil meningkatkan jangkauan dan interaksi. Pada tahap Manage,

perencanaan konten yang terstruktur dan analisis performa unggahan memastikan strategi pemasaran berjalan dengan baik.

Namun, sempat terjadi inkonsistensi dalam jadwal postingan yang menjadi salah satu tantangan dalam tahap ini, karena dapat mengganggu kesinambungan komunikasi dan memengaruhi algoritma distribusi konten di Instagram. Hal ini juga turut berdampak pada aspek Engage, di mana keterlibatan pelanggan masih belum maksimal karena belum adanya strategi yang lebih sistematis dalam membangun interaksi dengan audiens.

REFERENSI

- Baldwin, J., & Roberts, L. (2006). *Visual communication: From theory to practice*. AVA Publishing.
- Barnard, M. (2013). *Graphic design as communication*. Routledge.
- Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L. (2013). Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105–114.
- Duncan, T. (2008). *Principles of advertising and IMC (2nd ed.)*. McGraw-Hill/Irwin.
- Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W. (2015). Beyond user gaze: How Instagram creates tourism destination brand? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 1089–1095.
- Ibrahim, Y. (2020). Strategi digital marketing hotel melalui Instagram di era pandemi. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 8(2), 123–138.
- Infoketapang. (2024). Pengguna media sosial di Indonesia sepanjang 2024. Infoketapang. Diakses pada 17 Maret 2025, dari <https://infoketapang.com/index.php/2024/12/14/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sepanjang-2024/>.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Leung, X. Y., Bai, B., & Stahura, K. A. (2017). The marketing effectiveness of social media in the hotel industry: A comparison of Facebook and Twitter. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(2), 147–169.
- Luttrell, R. (2019). *Social media: How to engage, share, and connect (3rd ed.)*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Messariss, P. (2012). Visual "literacy" in the digital age. *Review of Communication*, 12(2), 101–117.
- Rahmawati, D. (2022). Efektivitas Instagram sebagai platform promosi resort di kawasan wisata Bogor. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 10(3), 215–230.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications (8th ed.)*. South-Western Cengage Learning.
- Statista. (2024). Social media statistics and facts. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>
- Untari, D. (2018). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 1–15

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TIKET MASUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH

[The Influence of Service Quality and Entrance Ticket Prices on Visitor Satisfaction at Taman Mini Indonesia Indah]

Angga Difa Prakasa¹, Dina Hariani²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, anggadifaprakasa62@gmail.com

²Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, dinahariani@stpogor.ac.id

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Diterima

Disetujui

Tersedia Secara Online

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) is an Indonesian cultural themed amusement park located in East Jakarta, DKI Jakarta. Standing in an area of 150 hectares or 1.5 km², Taman Mini Indonesia is present as a summary of the culture of 33 provinces of the Indonesian nation in the form of a miniature archipelago complete with buildings, regional pavilions, traditional architecture, regional arts, recreation parks and various types of rides. which offers artistic, recreational and educational facilities for visitors. Taman Mini Indonesia Indah was founded and inaugurated in 1975, which was initiated by the idea of First Lady Siti Hartinah or better known as Mrs. Tien Suharto.

This research applies a quantitative approach. The population in this study were visitors who had visited Taman Mini Indonesia Indah in 2023. To collect data, the technique used was distributing online questionnaires. The number of samples tested was 100 respondents who were analyzed using multiple linear regression analysis tests to determine the effect of service quality and entrance ticket prices on visitor satisfaction at Taman Mini Indonesia Indah.

After testing hypothesis f, it was revealed that service quality and entrance ticket prices had a simultaneous effect on visitor satisfaction at TMII. In the hypothesis test, service quality and ticket prices both have a partial influence on visitor satisfaction at TMII. In this research, visitor satisfaction at TMII was influenced by service quality and price by 73.3%, while the remaining 26.7% was influenced by other variables not examined by researchers. There is a very strong relationship between service quality and price on visitor satisfaction in this study.

Keywords : service quality, price, satisfaction, and TMII

INTRODUCTION

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) is an amusement park with an Indonesian cultural theme located in East Jakarta, DKI Jakarta. Standing in an area of 150 hectares or 1.5 km², Taman Mini Indonesia Indah was created as a summary of the culture of 33 provinces of the Indonesian nation in the form of a miniature archipelago complete with buildings, regional pavilions, traditional architecture, regional arts, recreation parks, and various types. rides that offer artistic, recreational and educational facilities for visitors.

There are many visitors who feel amazed and satisfied when they visit and see the new

Taman Mini Indonesia Indah (TMII), but there are also visitors who feel disappointed. Quoted from tempo.co, a visitor named Sinta felt disappointed because she had to pay additional fees to enter the toilet on one of the platforms. Not only that, many visitors expressed their disappointment and dissatisfaction after visiting Taman Mini Indonesia Indah after the renovation, namely in 2023, via Google reviews.

According to Sulistyana (2015:12), price is the sum of the components of tourist attraction costs, facility costs and transportation costs charged to visitors. Visitors usually want prices that are in accordance with the facilities offered at the tourist attraction. Comparing prices at several tourist attractions has become a common thing. Visitor satisfaction is also influenced by the price of entrance tickets to tourist attractions.

According to Zeithmal (2012:10) in Mawaddah (2021:232) says that if the price offered is cheaper, the greater the value. Cheap prices will make visitors feel that visiting this tourist attraction will be able to provide satisfaction. Apart from price, the quality of service that visitors must receive is a strong factor in the satisfaction of visitors who will visit Taman Mini Indonesia Indah (TMII).

According to Tjiptono (2015: 117) explains that if the service received exceeds visitors' expectations, then the quality of service can be said to be ideal. However, on the other hand, if the quality of service received by visitors is lower than what visitors expect, then the quality of service is considered bad.

According to Tjiptono (2015: 123), satisfaction is a level of individual or person's feelings after comparing product performance or the results obtained in accordance with their expectations. The level of satisfaction functions as the difference between perceived performance and expectations. If performance falls below expectations, visitors will feel disappointed, and vice versa, if performance meets expectations, visitors will feel happy and satisfied.

According to Kotler (2002) in Hermanto, et al (2022:2) stated that there are eight factors that can influence satisfaction, namely product quality, service quality, emotional, price/tariff, convenience, individual experience, references, and advertising.

RESEARCH PURPOSE

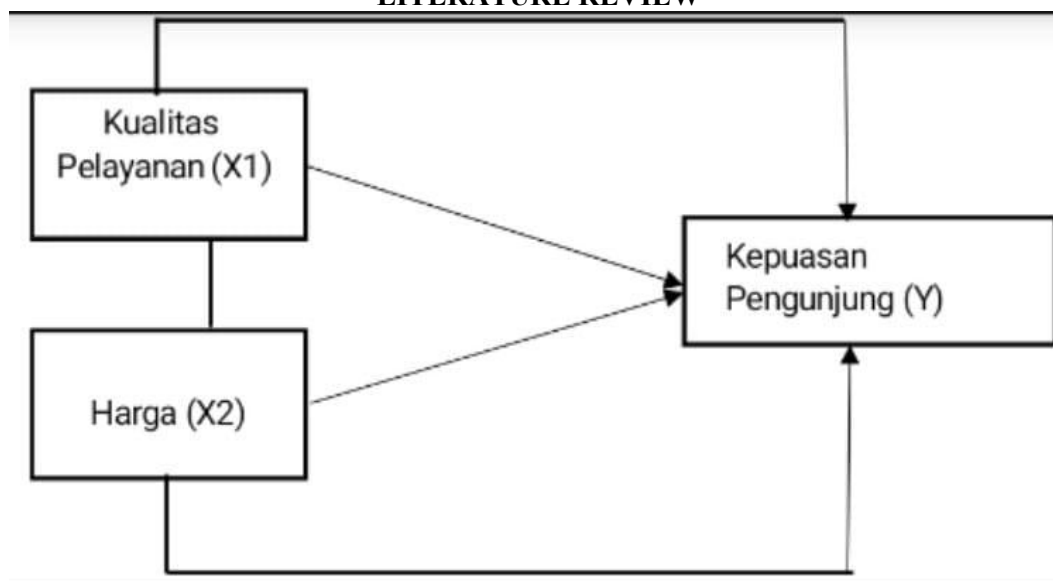
The formal purpose of conducting this research is as one of the requirements for completing the Tourism study program at the Bogor Tourism College.

OPERATION OBJECTIVES

Based on the background and problem formulation attached above, the research objectives to be achieved are as follows:

1. Identify the condition of service quality at Taman Mini Indonesia Indah (TMII) according to visitors.
2. Identify the condition of entrance ticket prices at Taman Mini Indonesia Indah.
3. Identify the condition of visitor satisfaction at Taman Mini Indonesia Indah (TMII).
4. Identify how much influence service quality has on visitor satisfaction at Taman Mini Indonesia Indah.
5. Identify how much influence the entrance ticket price has on visitor satisfaction at Taman Mini Indonesia Indah.
6. Identify how much influence the quality of service and entrance ticket prices have on visitor satisfaction at Taman Mini Indonesia Indah.

Gambar 2.1
LITERATURE REVIEW



Sumber: X1: Tjiptono (2011:347) dalam Matantu, *et al* (2020:356) X2: Kotler & Amstrong (2016:78) Y: Irawan (2002) dalam Ramadhan (2018:14)

RESEARCH METHODS

MIX METHODS

This research was carried out at Taman Mini Indonesia Indah (TMII) Jl. Taman Mini Indonesia Indah, Ceger, Kec. Cipayung, East Jakarta City, Special Capital Region of Jakarta 13820, The method used in this research is the quantitative descriptive method.

Sugiyono (2019:16) states that the quantitative research method is a research method that is based on the philosophy of positivism, has the aim of researching a certain population or sample, collects data using research instruments, data analysis has a quantitative/statistical nature, and has the aim of testing predetermined hypothesis. Meanwhile, according to Siyoto and Sodik (2015: 19), quantitative research methods are a type of research that has specifications such as systematic, planned and clearly structured from the beginning until the creation of the research design. In this research, the research method used is a quantitative descriptive method.

RESULTS AND DISCUSSION

In this study, the researcher conducted data analysis using SPSS as a tool to regress the formulated model.

Tabel 4.22

Hasil Output Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.816	2.312		-.353	.725
Kualitas Pelayanan	.269	.039	.408	6.896	.000
Harga	1.273	.128	.588	9.951	.000

Sumber: Olahan SPSS 28.0, 2024

From the table above, it can be seen that the results of each variable are obtained which will be explained as follows:

1. In the service quality variable, a value of 0.039 was found, which means positive. The significance value of the service quality variable is 0.00, where <0.05 means that the effect is significant. The T value was found to be 6.896, which is greater than 1.985, meaning that H_0 is rejected and H_1 is accepted.
2. In the price variable, a value of 0.128 was found, which means positive. The significance value of the price variable is 0.000, which is <0.05 , meaning the effect is significant. The T value was found to be 9.951, which is greater than 1.985, meaning H_0 is rejected and H_1 is accepted.

Tabel 4.23

Hasil Output Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2102.381	2	1051.191	132.834	.000 ^b
Residual	767.619	97	7.914		
Total	2870.000	99			

Sumber: Olahan SPSS 28.0, 2024

From the results of the table test above, the F count value is 132.834 with a significance of 0.000. Therefore, the significance value is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$). Therefore, it can be concluded that the hypothesis stating that "service quality and price together affect visitor satisfaction at TMII Jakarta can be accepted.

CONCLUSION

In this study, the variables of service quality and price on visitor satisfaction have coefficient values of 0.269 for service quality and 1.273 for price and all have positive values.

In this study, the correlation coefficient test obtained an R figure of 0.856. It can be concluded that there is a very strong relationship between the variables of service quality and price with visitor satisfaction at TMII Jakarta.

In this study, then in the determination test, visitor satisfaction at TMII Jakarta was influenced by service quality and price by 73.3% while the remaining 26.7% was influenced by other variables not studied by the researcher.

REFERENCE

Electronic Jurnal

Firdaus & Mulia Akbar Santoso. 2022. *Dampak Pengembangan Wisata Danau Tangkas Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal*. Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Gofur, Abdul. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Riset Manajemen & Bisnis.

Hanif, Asya & Andriani Kusumawati & M. Kholid Mawardi. 2016. *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan*. Jurnal. Universitas Brawijaya Malang.

Hermanto, Totok Adi & Trisniarty Adjeng Moelyati & Fitantina. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung Muara Enim*. Jurnal. Universitas Muhammadiyah Palembang.

Heryati, Yati. 2019. *Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan.

Kholik, N. S. 2018. *Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop*. In Jurnal UIN.

Mawaddah. 2021. *Pengaruh Aksebilitas dan Tarif Masuk Objek Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Danau Cibogas*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.

Matantu, Ret Ningsih & Dolina L. Tampi & Joane V. Mangindaan. 2020. *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado*. Jurnal. Universitas Sam Ratulangi.

Maulana, Ade Syarif. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*. Jurnal. Universitas Esa Unggul Jakarta.

Negara, Dewa Taruna. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pengunjung (Studi Pada Jawa Timur Park 1 Kota Batu)*. Jurnal. Universitas Brawijaya.

Putri, Y. L., & Utomo, H. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa)*. Among Makarti.

Rahmawati, Desi Kurnia & Muslikhah Dwihartanti. 2017. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah*. Jurnal. Universitas Negeri Yogyakarta.

Riani, Ni Ketut. 2021. *Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2*. Jurnal Inovasi Penelitian.

Riyadin. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus pada Desa Pekalongan)*. Jurnal Simplex.

Setyowati, Erni & Wiyadi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap*

Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediiasi. Jurnal. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sugianti, Nurti & Kasanah & Siti Nurindah Sari. 2022. *Persepsi Pengunjung Terhadap Tingkat Kenyamanan Taman Kali Tuntang Sebagai Ruang Publik.* Jurnal Pendidikan Geografi.

Witrin, R., Meirina, I., dan Abrian, Y. 2014. *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Lamun Ombak Padang.* E-Journal Home Economic and Tourism.

Skripsi

Andari, C. L. S. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Univeritas Sanata Darma.

Fauzi Lisyanto, Iqbal. 2019. *Pengaruh Travel Experience & Destination Image Terhadap Destination Loyalty di Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung.* Skripsi. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Lasmiansi, Leni. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi.* Skripsi. Universitas Respati Indonesia.

Manao, Merry Kristiani. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ud. Elga Advertising Telukdalam Kabupaten Nias Selatan.* Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nias Selatan.

Prasetyo, Aji. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Berkunjung Ke Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur Wonogiri.* Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Priotomo, Ilham Masda. 2020. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Di Museum Motor Antik Dan Kolam Renang Cak Soen Kabupaten Ngawi).* Skripsi. IAIN Ponorogo.

Ramadhan, Deny. 2018. *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bisnis Online.* Skripsi. Institut Perguruan Tinggi Ilmu Alqur'an.

Weny Sari, Natalia. 2018. *Pengaruh Promosi, Brand Image, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening.* Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Buku

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS.* Jakarta: Kencana.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D).* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sulistiyana. 2015. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Kompas.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4.* Yogyakarta: Andi Offset.

Electronic Book

Husna, Asmaul & Budi Suryana. 2017. *Metodologi Penelitian dan Statistik*.

Kotler & Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

Siyoto, Sandu & Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi MediaPublishing.

Rujukan Eletronik

<https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-kemenparekraf-paparkan-upaya-pemulihan-sektor-parekraf-indonesia-pascapandemi>. Diakses pada bulan Februari 2024.

www.google.com/maps/place/tamanminiindonesiaindah. Diakses pada bulan Februari 2024.

https://tamanmini.com/taman_jelajah_indonesia/. Diakses pada bulan Februari 2024.

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20210407160534-17-236000/diambil-alih-dari-anak-suharto-ini-pengurus-lengkap-tmii>. Diakses pada bulan Februari 2024.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20220524152704-4-341524/ditarget-oktober-cek-update-revitalisasi-besar-besaran-tmii>. Diakses pada bulan Februari 2024.

Peraturan Daerah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 10 Tahun 2004. Diakses pada Bulan Februari 2024.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, Melalui <https://jdih.kemenkeu.go.id>. Diakses pada bulan Februari 2024.



Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor



Published by:

LPPM STP Bogor

JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM STUDIES

Volume 1 No.1
Mei 2026

Jl. KH. R. Abdullah Bin Nuh No.16A, Curug Mekar,
Kec. Bogor Barat, Kota Bogor 16113
Phone: (0251) 7534343
<https://j-host.stpbogor.ac.id>