



Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Aliya Alasri Nurrochim¹, Siti Zakiah², Dendi Gusnadi³

^{1,2}Universitas Telkom Bandung, Indonesia

E-mail: aliyaalasrinurrochim@student.telkomuniversity.ac.id, kszakiah@telkomuniversity.ac.id, dendigusnadi@telkomuniversity.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-09-17 Revised: 2023-10-23 Published: 2023-11-03 Keywords: <i>Restoran; Customer Perception; Breakfast; Quality Product.</i>	The study is background to a researcher's interest in the quality of breakfast products at the rancabango hotel & resort restaurant. The purpose of this study is to find out how the customer perceptions of the quality of the product offered by the rancabango hotel & resort restaurants to its customers. The study USES a quantitative descriptive data analysis technique by using validation, realification and data collection techniques with questionnaires and interviews conducted by the respondents as guests at the rancabango hotels and resort restaurants. Based on the results of the study above in research regarding customer perceptions of the quality of breakfast products at the Ranbranco Hotel and Resort Restaurant, the author draws conclusions, namely: (1) The majority of customers who have breakfast at the Ranbranco Hotel and Resort Restaurant are women aged 20-30 years who work. as a private employee and go there less than 2 times a month and have an income of 1-5 million per month. (2) Based on the results of interviews with the Head Executive of the Ranbranco Hotel and Resort Restaurant, there are several ways for the Ranbranco Hotel and Resort Restaurant to maintain and improve the quality of breakfast products, including selecting the quality of raw materials, arranging raw materials, standardizing recipes for all products, rotate the breakfast menu, and evaluate the menu.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-09-17 Direvisi: 2023-10-23 Dipublikasi: 2023-11-03 Kata kunci: <i>Restoran; Persepsi Pelanggan; Sarapan Pagi; Kualitas Produk.</i>	Penelitian ini melatar belakangi penulis untuk tahu lebih lanjut terhadap pilihan sarapan yang tersedia di Restoran Rancabango Hotel & Resort. Tujuan penelitian ini adalah mengungkap opini konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan restoran Rancabango Hotel & Resort kepada pelanggannya. Metode deskriptif kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, termasuk analisis uji validasi, reliabilitas, dan pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara yang dilakukan pada responden yang merupakan tamu restoran Rancabango Hotels and Resort. Berdasar pada hasil kajian diatas dalam penelitian mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort maka penulis menarik kesimpulan yaitu: (1) Pelanggan yang sarapan pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort mayoritas adalah wanita berusia 20-30 tahun yang bekerja sebagai pegawai swasta dan pergi ke sana kurang dari 2 kali sebulan dan memiliki pendapatan 1-5 juta per bulan. (2) Berdasarkan hasil wawancara dengan Head Executive Restoran Rancabango Hotel dan Resort, ada beberapa cara dari Restoran Rancabango Hotel dan Resort untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk sarapan pagi diantara lain adalah pemilihan kualitas bahan baku, pengaturan bahan baku, melakukan standarisasi resep pada semua produk, melakukan rotasi menu sarapan pagi, dan melakukan evaluasi menu.

I. PENDAHULUAN

Restoran di hotel sering kali menjadi magnet bagi pengunjung hotel. Salah satu restoran yang terkenal di Garut adalah Restoran Rancabango Hotel dan Ressor. Namun, meskipun memiliki reputasi yang baik, belum tentu semua konsumen memiliki persepsi yang sama tentang kualitas produk yang disajikan di restoran tersebut. Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi konsumen terhadap kualitas

produk yang disajikan di Restoran Rancabango Hotel dan Ressor.

Restoran Rancabango Hotel dan Ressor Garut dikenal sebagai salah satu restoran yang terkenal dan populer di wilayah Garut. Restoran ini menyajikan berbagai jenis hidangan dan makanan dengan cita rasa yang khas, sehingga menjadi daya tarik bagi para wisatawan dan pengunjung lokal. Namun, kualitas produk yang disajikan di restoran tersebut menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan tingkat

kepuasan konsumen. Kualitas produk dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti bahan baku, cara memasak, kebersihan, dan ketersediaan menu yang beragam. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Restoran Hotel Rancabango, restoran dapat meningkatkan kualitas produk yang disajikan, meningkatkan kepuasan konsumen, dan meningkatkan reputasi restoran dan hotel secara keseluruhan.

Selain itu, dengan semakin berkembangnya teknologi dan informasi, konsumen kini memiliki lebih banyak akses untuk memberikan ulasan dan penilaian mengenai kualitas produk dan layanan yang disajikan di restoran. Hal ini menjadi tantangan bagi Restoran Rancabango Hotel dan Ressorst Garut dalam peningkatan produk dan pelayanan untuk disajikan agar dapat mempertahankan kepercayaan dan kepuasan konsumen serta memperoleh ulasan yang baik dari pengunjung. Oleh karena itu, penting bagi Restoran Rancabango Hotel dan Ressorst Garut untuk memperhatikan kualitas produk yang disajikan dan terus melakukan evaluasi dan perbaikan untuk memastikan kualitas produk yang baik dan memuaskan konsumen. Dengan demikian, restoran dapat mempertahankan reputasi yang baik dan meningkatkan daya tarik untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Berdasarkan permasalahan yang diteliti maka yang mana mengacu pada peningkatan kualitas produk restoran di Rancabango Hotel dan Ressorst. Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas produk di Restoran Rancabango Hotel dan Ressorst.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya Restoran Rancabango Hotel dan Ressorst dalam meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk.

II. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan jenis penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan angka-angka yang telah diolah menurut standarisasi tertentu.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang penulis teteliti berada di Hotel Rancabango Hotel dan Ressorst, Jl. Ngontong, Rancabango, Kec.

Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Lokasi penelitian tersebut sangat mudah diakses oleh para wisatawan karena memiliki jalan yang dapat di akses oleh semua jenis kendaraan.

C. Jenis dan sumber Data

Data yang dikumpulkan oleh peneliti bersifat kuantitatif. Ada dua jenis dan sumber informasi yaitu:

1. Jenis Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan tepat pada titik di mana pokok bahasan penelitian dibuat. Pelanggan Rancabango Hotels & Resorts mengisi kuesioner untuk mengumpulkan informasi ini.

2. Jenis Data Sekunder

Istilah "data sekunder" mengacu pada data terkumpul melalui saluran selain sumber aslinya. Dokumen dan juga jurnal ilmiah yang merupakan contoh sumber sekunder.

D. Instrumen Penelitian

Riduwan menyatakan bahwa Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat penting bagi peneliti untuk mengumpulkan data, dan efektivitas alat ini berdampak langsung pada kualitas data terkumpul. Hal tersebut menyatakan bahwa studi saling ketergantungan bergantung pada hubungan antara instrumen dan data, karena hal ini membentuk dasar fundamental untuk analisis dan interpretasi.

E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner digunakan oleh peneliti sebagai metode pengumpulan data untuk mendapatkan data terkait yang selaras dengan tujuan penelitian dan mengumpulkan informasi sebagai landasan analisis selanjutnya.

2. Wawancara

Wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan data yang relevan. Peneliti mendapatkan informasi dengan teknik wawancara dari pihak Restoran Rancabango Hotel dan Resort mengenai informasi sebagai bahan dasar dalam rangka penyusunan untuk mengetahui bagaimana upaya Restoran Rancabango Hotel dan Resort mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk sarapan pagi.

F. Populasi

Menurut Cronin, Coughlan, dan Smith (2014) Populasi adalah kumpulan elemen yang dianggap memiliki satu atau lebih karakteristik umum, sehingga disebut suatu kelompok. Karakteristik ini di tentukan oleh peneliti, tergantung fokus penelitiannya. Populasi biasanya mengacu pada orang-orang. Populasi adalah sekelompok orang (atau organisasi, peristiwa, atau objek lain) yang ingin dideskripsikan atau digeneralisasikan (Vogt dan Johnson, 2015). Populasi penelitian ini merupakan pengunjung yang pernah menginap di Rancabango Hotel dan Resort pada tahun 2022. Jumlah keseluruhan adalah 98.000 pengunjung.

G. Sampel

Sampel mewakili sebagian dari populasi, menangkap sebagian kecil dari keseluruhan jumlah dan fiturnya (Sugiyono, 2012). Pada kajian ini, penulis akan menggunakan teknik quota sampling yang dimasukkan ke dalam metode non-probability sampling. Langkah pertama dalam metode pengambilan sampel ini adalah menetapkan ukuran sampel target. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel minimum yang harus penulis kumpulkan dengan sampel pengunjung yang sudah pernah mengunjungi dan makan sarapan pagi di Restoran Rancabango.

Pengunjung yang akan di jadikan sampel target peneliti tingkat salah 10%. Untuk menghitung jumlah sampel dari populasi tertentu yang akan diperluas. Perhitungan sampling menurut rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n: ukuran sampel

N: Populasi

e: Batas kesalahan

Karena tidak ada penelitian ilmiah yang dapat menghasilkan data yang sangat akurat, penulis menggunakan margin kesalahan 10% untuk menghitung berapa banyak sampel yang harus diambil. Total populasi yang dipertahankan adalah 98.000 tamu, dengan perhitungan di atas:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{98.000}{1 + 98.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{98.000}{1 + 98.000(0,01)}$$
$$n = \frac{98.000}{1 + 980}$$
$$n = \frac{98.000}{981}$$

= 99,89 atau 100 pengunjung

Dengan demikian, dalam populasi sampel terdapat 99,89 responden. Pada perhitungan pecahan dengan koma, dibulatkan menjadi 100 responden, peneliti mengambil sampel 127 orang pengunjung untuk penelitian ini.

H. Metode dan Teknik Analisa Data

Penelitian ini memanfaatkan metodologi deskriptif yang berorientasi kuantitatif. Angka-angka yang telah melalui serangkaian analisis yang telah ditentukan merupakan fokus deskripsi kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), Metode penelitian adalah pendekatan sistematis terhadap pengumpulan data yang telah dikembangkan untuk suatu penelitian tertentu. Oleh karena itu, kita perlu fokus pada metode ilmiah, data, maksud, dan kegunaan.

Populasinya berupa pelanggan yang pernah sarapan pagi di Restoran Rancabango sebanyak 127 orang dengan pengambilan sampel menggunakan perhitungan rumus Slovin. Teknik analisis data dilalui dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Pada penelitian ini uji validitas dan reliabilitasnya melalui SPSS.

I. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2014), skala Likert berguna dalam pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel pencarian pedang. Dengan skala Likert, variabel pengukuran diubah menjadi metrik konversi. Indikator-indikator ini yang menjadi landasan mensintesis item-item instrumental yang diperoleh dalam pernyataan atau pertanyaan. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima penilaian saja. Skala Likert berguna dalam pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini dirancang untuk menguji respon responden terhadap pernyataan tentang item tertentu yang berkaitan dengan variabel tertentu. Memilih jawaban di sebelah kiri dengan angka terendah

menggambarkan jawaban jawaban negatif, sedangkan pilihan di sebelah kanan dengan angka tertinggi melambangkan jawaban positif, misalnya seperti:

Tabel 1. Skala Pengukuran Likert

Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	6

Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa skala yang berguna dalam pengukuran persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok terhadap suatu peristiwa didasarkan pada definisi kegiatan yang ditetapkan oleh peneliti. Skala ini merupakan skala psikometrik yang berguna pada kuesioner dan tersering dipakai untuk penelitian yang berbentuk survei, termasuk penelitian deskriptif.

J. Operasional Variabel

Variabel aktivitas diperlukan untuk menentukan kategori dan indeks dari variabel yang terlibat dalam penelitian ini. Secara lebih rinci, variabel kinerja penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
Kualitas Produk Gito Sudarna (2018) dan Edwin (2012)	Variasi	Menu Sarapan Pagi	Variasi pada menu sarapan pagi sangat bervariasi.	Likert
	Rasa	Menu Sarapan Pagi	Rasa pada menu sarapan pagi terasa enak.	Likert
	Warna	Menu Sarapan Pagi	Warna pada menu sarapan pagi sangat menarik.	Likert
	Tampilan	Menu Sarapan Pagi	Tampilan pada menu sarapan pagi menarik.	Likert
	Porsi	Menu Sarapan Pagi	Porsi pada menu sarapan pagi cukup.	Likert
	Bentuk	Menu Sarapan Pagi	Bentuk pada menu sarapan pagi menarik.	Likert
	Temperatur	Menu Sarapan Pagi	Temperatur pada menu sarapan pagi sesuai.	Likert
	Tekstur	Menu Sarapan Pagi	Tekstur pada menu sarapan pagi enak.	Likert
	Aroma	Menu Sarapan Pagi	Aroma pada menu sarapan pagi wangi.	Likert

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini, penulis akan menjelaskan bagaimana pelanggan mempersepsikan kualitas produk sarapan pagi di restoran Rancabango dan bagaimana upaya Restoran Rancabango dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk sarapan pagi. Pembahasan ini memiliki tujuan agar diketahuinya pandangan konsumen pada kualitas produk sarapan pagi di restoran Rancabango dan bagaimana upaya restoran rancabango dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk sarapan pagi. Pengambilan data pembahasan ini berasal dari hasil kuesioner yang

disebar kepada pengunjung yang menginap di Hotel Rancabango.

A. Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

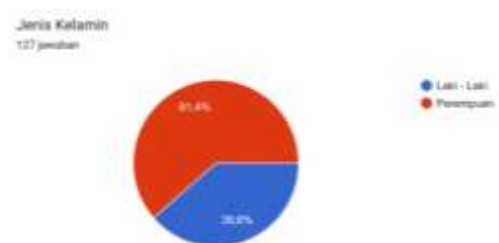
Persepsi pelanggan yang diambil oleh peneliti dalam hal ini berasal dari tamu yang pernah menginap di Rancabango Hotel dan Resort. Jumlah dari pelanggan yang diambil sebagai sampel adalah 127 pelanggan dimana hal ini sesuai dengan rumus Slovin. Dari 127 pelanggan tersebut kemudian peneliti melakukan penjabaran karakteristiknya mulai dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, jumlah kunjungan dalam 1 bulan. Tujuan dari penelitian ini agar diketahuinya pandangan konsumen pada kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango yang mengacu pada beberapa indikator yang antara lain adalah 1) variasi; 2) rasa; 3) warna; 4) tampilan; 5) porsi; 6) bentuk; 7) temperatur; 8) tekstur; 9) aroma.

1. Data Umum Responden

Hasil pengolahan data dari 127 tentang data umum responden yang pernah sarapan pagi di restoran Rankapalo dan diperoleh dari jawaban kuesioner pada bagian 1. Pada data secara umum ini penulis memaparkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, jumlah kunjungan dalam 1 bulan. Bagian berikut menjelaskan dan menampilkan hasil pengolahan data responden secara umum.

2. Data Jenis Kelamin Responden

Pengambilan data jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui jumlah rata-rata jenis kelamin responden yang sudah sarapan pagi di restoran rancabango berdasarkan hasil kuesioner.



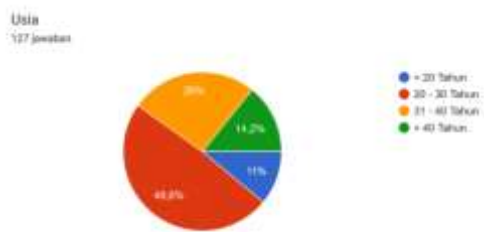
Gambar 1. Jenis Kelamin

Gambar ini menjelaskan perbandingan persentase antara responden laki-laki dan perempuan. 38,6% responden berjenis

kelamin laki-laki (49 perespon) dan 61,4% perespon berjenis kelamin wanita (78 perespon). Hal tersebut menyimpulkan bahwa mayoritas responden yang sarapan pagi di restoran Rancabango dalam kuesioner ini adalah perempuan yaitu sebesar 61,4% dari total populasi.

3. Data Usia Responden

Pengambilan data usia bertujuan untuk mengetahui rata-rata usia yang sarapan pagi di Restoran Rancabango dalam kuesioner ini.

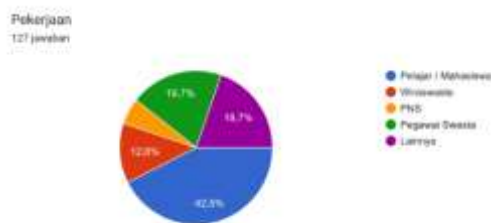


Gambar 2. Data Usia

Pada gambar ini, dijelaskan persentase perbandingan umur masing-masing responden. Terdapat 11% berusia <20 tahun, 49% berusia 20 - 30 tahun, 26% berusia 31 - 40 tahun dan 14% berusia >40 tahun. Oleh karena itu, kesimpulannya mayoritas responden yang pernah sarapan di restoran Rancabango dalam kuesioner ini berusia 20-an dan 30-an dengan persentase sebesar 49% atau setara dengan total populasi sebanyak 62 responden.

4. Data Pekerjaan Responden

Pengambilan data pekerjaan ini bertujuan untuk mengetahui rata-rata pekerjaan yang sarapan pagi di Restoran Rancabango.



Gambar 3. Data Pekerjaan

Dalam gambar ini dijelaskan persentase yang membandingkan pekerjaan masing-masing responden. Ada 42% mahasiswa, 13% wiraswasta, 0% PNS, 20% pegawai swasta, lainnya 20%. Hal tersebut

menyimpulkan perespon terbanyak yang sarapan pagi di restoran Rancabango dalam kuesioner adalah mahasiswa sebesar 42% atau setara dengan 54 responden dari total populasi.

5. Pendapatan atau Uang Saku Perbulan

Pengambilan data pendapatan atau uang saku perbulan ini bertujuan untuk mengetahui rata-rata pendapatan pengunjung yang sarapan pagi di Restoran Rancabango.



Gambar 4. Pendapat Uang Saku

Pada gambar ini, dijelaskan perbandingan persentase antara pendapatan atau uang saku perbulan melalui perespon. Memiliki 22% pendapatan/uang saku perbulan sebesar < 1 juta, 50% pendapatan/uang saku perbulan sebesar 1-5 juta, dan 28% pendapatan/uang saku perbulan sebesar >28%. Oleh karena itu dapat disimpulkan responden yang sudah sarapan pagi di Restoran Rancabango dalam kuesioner ini mayoritas pendapatan / uang saku perbulan sebanyak 1 - 5 juta dengan persentase 50% atau setara dengan 63 orang yang ditanyakan dalam populasi.

6. Jumlah Kunjungan

Pengambilan data jumlah kunjungan dalam 1 bulan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak rata-rata populasi dalam kuesioner ini yang telah sarapan pagi di Restoran Rancabango.



Gambar 5. Jumlah Kunjungan

Pada gambar ini, menjelaskan tingkat sering perespin dalam 1 bulan melakukan kunjungan. 67% sudah datang ke Restoran Rancabango sebanyak < 2 kali dan 33% sudah datang ke Restoran Rancabango lebih 2 kali. Kesimpulannya perespon yang sudah berkunjung dan sarapan pagi di Restoran Rancabango pada kuesioner mayoritasnya sudah mengunjungi lebih 2 kali (67% dengan 85 perespon).

7. Persepsi Pelanggan terhadap Variasi Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Pengambilan data kualitas produk sarapan pagi berdasarkan variasi di Restoran Rancabango yang memiliki tujuan dalam mengetahui pendapat konsumen terhadap variasi dari menu sarapan pagi di restoran rancabango. Variasi yang dimaksud adalah menu yang bervariasi ketika tamu sarapan pagi di Restoran Rancabango.

Tabel 3. Hasil Responden Terhadap Variasi

No	Indikator	STS		TS		CS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Variasi Produk Sarapan Pagi Bervariatif	0	0%	0	0%	7	3.5%	54	42.5%	66	52%	100%	576	4.48

Tabel tersebut telah menunjukkan perbandingan pendapat konsumen pada variasi menu sarapan pagi di Restoran Rancabango. Terdapat 0% responden berpendapat sangat tidak setuju dengan variasi pada menu sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat bervariasi, 0% responden berpendapat tidak setuju dengan variasi pada menu sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat bervariasi, 5,5% responden berpendapat cukup setuju dengan variasi pada menu sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat bervariasi, 42,5 % responden berpendapat setuju dengan variasi pada menu sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat bervariasi, dan 52% responden berpendapat sangat setuju dengan variasi pada menu sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat bervariasi.

Dengan demikian memiliki kesimpulan perespon mayoritasnya sangat setuju dengan variasi menu sarapan pagi di restoran Rancabango sangat bervariasi dengan persentase rate 52% (66 perespon dari populasi).

8. Persepsi Pelanggan terhadap Rasa Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Pengambilan data kualitas produk makanan berdasarkan rasa di Restoran Rancabango ini memiliki tujuan dalam mengetahui pendapat konsumen pada rasa dari menu sarapan pagi di Restoran Rancabango. Rasa yang dimaksud adalah rasa yang pas lidah pelanggan ketika menikmati hidangan dan tidak ada rasa yang terlalu kuat atau berlebih atau kurang di lidah yang bisa mengganggu pada saat menikmati hidangan.

Tabel 4. Hasil Responden Terhadap Rasa

No	Indikator	STS		TS		CS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
2	Rasa Produk Sarapan Pagi Rasa enak	0	0%	0	0%	6	4.7%	54	42.5%	67	52.8%	100%	569	4.48

Tabel ini menjelaskan perbandingan persentase persepsi pelanggan terhadap kualitas rasa produk sarapan pagi di restoran Rancabango. 0% perespon berpendapat sangat tidak setuju dengan kualitas rasa produk sarapan pagi di Restoran Rancabango terasa enak, 0% responden berpendapat tidak setuju dengan kualitas rasa produk sarapan pagi di Restoran Rancabango terasa enak, 4,7% responden berpendapat cukup setuju dengan kualitas rasa produk sarapan pagi di Restoran Rancabango terasa enak, 42,5% responden berpendapat setuju dengan kualitas rasa produk sarapan pagi di Restoran Rancabango terasa enak, 52,8% responden berpendapat sangat setuju dengan kualitas rasa produk sarapan pagi di Restoran Rancabango terasa enak.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden yang menyelesaikan survei ini dengan persentase 52,8% yaitu 67 responden dari populasi, mayoritas sangat setuju dengan kualitas produk sarapan pagi di restoran Rancabango yang sempurna dan rasanya enak.

9. Persepsi Pelanggan terhadap Warna Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Pengambilan data kualitas produk makanan berdasarkan warna di Restoran Rancabango ini tujuannya adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap

warna hidangan sarapan pagi di restoran Rancanago. Warna yang dimaksud dalam dimensi ini adalah pemilihan warna haruslah tepat tidak pucat dan diharuskan bisa menggugah selera makan para konsumen. Berikut adalah hasil penilaian responden terhadap kualitas warna produk makanan sarapan pagi di Restoran Rancabango.

Tabel 5. Hasil Responden Terhadap Warna

No	Indikator	STS		TS		CS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor	
3	Warna Produk Sarapan Pagi Sangat Menarik	0	0%	0	0%	18	7.9%	67	42.8%	50	39.4%	100%	548	4.31

Tabel ini menunjukkan persentase komparatif kualitas warna produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. Operespon berpendapat sangat tidak setuju dengan kualitas warna produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik, 0% responden berpendapat tidak setuju dengan kualitas warna produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik, 7,9% responden berpendapat cukup setuju dengan kualitas warna produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik, 52,8% responden berpendapat setuju dengan kualitas warna produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik, 39,4% responden berpendapat sangat setuju dengan kualitas warna produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden yang menyelesaikan survei ini, dengan rasio 52,8% yaitu 67 responden berpendapat bahwa kualitas warna produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik.

10. Persepsi Pelanggan Terhadap Tampilan Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Pengambilan data kualitas produk makanan berdasarkan tampilan di Restoran Rancabango ini memiliki tujuan dalam mengetahui pendapat konsumen pada tampilan produk makanan sarapan pagi di Restoran Rancabango. Tampilan yang dimaksud adalah makanan yang di sajikan harus terlihat segar, bersih, dan menarik. Berikut adalah hasil penilaian responden terhadap kualitas tampilan

produk makanan sarapan pagi di Restoran Rancabango.

Tabel 6. Hasil Responden Terhadap Tampilan

No	Indikator	STS		TS		CS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor	
4	Tampilan Produk Sarapan Pagi Sangat Menarik	0	0%	3	1.6%	5	3.9%	69	54.3%	51	40.2%	100%	550	4.38

Tabel ini menjelaskan persentase komparatif yang dinilai pelanggan terhadap kualitas tampilan penyajian produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. 0% responden sangat tidak setuju sama sekali tentang tampilan kualitas produk sarapan di Restoran Rancabango sangat menarik, 1,6% responden berpendapat tidak setuju dengan kualitas tampilan pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik, 3,9% responden berpendapat cukup setuju dengan kualitas tampilan pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik, 54,3% responden berpendapat setuju dengan kualitas tampilan pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik, 40,2% responden berpendapat sangat setuju dengan kualitas tampilan pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik.

Dari sini perespon rata-ratanya setuju dengan kualitas tampilan pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sangat menarik dengan besar persentase 54,3% yaitu 69 orang dari populasi.

11. Persepsi Pelanggan terhadap Porsi Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Pengambilan data porsi produk sarapan pagi di Restoran Rancabango ini memiliki tujuan dalam mengetahui pendapat konsumen pada pemberian porsi Produk Sarapan pagi di Restoran Rancabango, Porsi tersebut memenuhi standar yang ditetapkan oleh restoran Rancabango. Berikut adalah hasil penilaian responden terhadap kualitas porsi produk sarapan pagi di Restoran Rancabango.

Tabel 7. Hasil Responden Terhadap Porsi

No	Indikator	STS		TS		CS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	%	Skor	
5	Porsi Produk Sarapan Pagi Cukup	1	0.8%	0	0%	3	3.9%	65	51.2%	56	44.1%	100%	550	4.38

Tabel ini menjelaskan perbandingan pendapat konsumen pada kualitas porsi produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. Terdapat 0,8% responden berpendapat sangat tidak setuju dengan kualitas porsi produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah cukup, 0% responden berpendapat tidak setuju dengan kualitas porsi produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah cukup, 3,9% responden berpendapat cukup setuju dengan kualitas porsi produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah cukup, 51,2% responden berpendapat setuju dengan kualitas porsi produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah cukup, 44,1% responden berpendapat sangat setuju dengan kualitas porsi produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah cukup. Dari sini dapat memiliki kesimpulan rata-rata perespon 51,2% yaitu 65 responden berpendapat bahwa kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah cukup.

12. Persepsi Pelanggan terhadap Bentuk Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Pengambilan data bentuk produk sarapan pagi di Restoran Rancabango ini memiliki tujuan dalam mengetahui pendapat konsumen pada bentuk dari produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. Bentuk yang dimaksud dalam dimensi ini adalah bentuk potongan makanan yang bervariasi agar dapat menarik perhatian konsumen yang akan menyantapnya. Berikut adalah hasil penilaian responden terhadap kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango.

Tabel 8. Hasil Responden Terhadap Bentuk

No	Indikator	STS		TS		CS		S		SS		Total %	Skor	Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
6	Bentuk Produk Sarapan Pagi Menarik	0	0%	0	0%	11	8,7%	84	50,4%	52	40,9%	100%	349	4,32

Tabel ini menjelaskan perbandingan persentase pendapat pelanggan terhadap kualitas bentuk produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. 0% perespon sangat tidak setuju dengan kualitas bentuk produk sarapan pagi di Restoran Rancabango menarik, 0% responden berpendapat tidak setuju dengan kualitas bentuk prouduk sarapan pagi di Restoran Rancabango

menarik, 8,7% responden berpendapat cukup setuju dengan kualitas bentuk produk sarapan pagi di Restoran Rancabango menarik, 50,4% responden berpendapat setuju dengan kualitas bentuk prouduk sarapan pagi di Restoran Rancabango menarik, 40,9% responden berpendapat sangat setuju dengan kualitas bentuk prouduk sarapan pagi di Restoran Rancabango menarik. Dari sini memiliki kesimpulan rata-ratanya perespon setuju dengan kualitas bentuk prouduk sarapan pagi di Restoran Rancabango menarik dengan besar persentase 50,4% atau 64 orang dari populasi.

13. Persepsi Pelanggan terhadap Temperatur Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Pengambilan data temperatur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana tanggapan pelanggan terhadap temperatur dari produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. Temperatur sangat penting dalam kualitas makanan, karena dapat mempengaruhi rasa pada makanan itu sendiri. Temperatur makanan yang telah disajikan harus sesuai dengan jenis makanannya. Berikut adalah hasil dari penilaian responden terhadap kualitas temperatur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango.

Tabel 9. Hasil Responden Terhadap Temperatur

No	Indikator	STS		TS		CS		S		SS		Total %	Skor	Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
7	Bentuk Produk Sarapan Pagi Menarik	0	0%	0	0%	13	10,2%	57	44,9%	57	44,9%	100%	350	4,35

Tabel ini menjelaskan perbandingan persentase pendapat persepsi pelanggan terhadap kualitas temperatur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. 0% perespon berpendapat sangat tidak setuju dengan kualitas temperatur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah sesuai, 0% responden berpendapat tidak setuju dengan kualitas temperatur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah sesuai, 10,2% responden berpendapat cukup setuju dengan kualitas temperatur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah sesuai, 44,9% responden berpendapat setuju

dengan kualitas temperatur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah sesuai, 44,9% responden berpendapat sangat setuju dengan kualitas temperatur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah sesuai. Dari sini bisa disimpulkan bahwa rata-rata dari responden sudah sangat setuju dengan kualitas temperatur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango sudah sesuai dengan besar persentase 44,9% atau 57 orang dari populasi.

14. Persepsi Pelanggan terhadap Tekstur Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Pengambilan data tekstur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana tanggapan pelanggan terhadap tekstur dari produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. Tekstur yang dimaksud adalah tekstur yang terasa enak dan sudah sesuai bagi pelanggan yang menyantapnya. Berikut adalah hasil penilaian responden terhadap kualitas tekstur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango.

Tabel 10. Hasil Responden Terhadap Tekstur

No	Indikator	STS		TS		CS		S		SS		Total	Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
8	Tekstur Produk Sarapan Pagi Menarik	0	0%	0	0%	7	5,5%	63	49,6%	37	44,9%	100%	4,39

Tabel ini menjelaskan perbandingan persentase pendapat pelanggan terhadap persepsi kualitas tekstur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. Didapatkan 0% responden berpendapat sangat tidak setuju dengan kualitas tekstur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango enak, 0% responden berpendapat tidak setuju dengan kualitas tekstur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango enak, 5,5% responden berpendapat cukup setuju dengan kualitas tekstur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango enak, 49,6% responden berpendapat setuju dengan kualitas tekstur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango enak, 44,9% responden berpendapat sangat setuju dengan kualitas tekstur produk sarapan pagi di Restoran Rancabango enak.

Dari sini kesimpulan rata-ratanya perespon setuju dengan kualitas tekstur

produk sarapan pagi di Restoran Rancabango enak dengan besar persentase 49,6% atau 63 orang dari populasi.

15. Persepsi Pelanggan terhadap Aroma Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort

Pengambilan data kualitas aroma pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana tanggapan pelanggan terhadap aroma dari produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. Aroma yang dimaksud adalah aroma yang wangi dan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanannya. Berikut adalah hasil penilaian responden terhadap kualitas aroma produk sarapan pagi di Restoran Rancabango.

Tabel 11. Hasil Responden Terhadap Aroma

No	Indikator	STS		TS		CS		S		SS		Total	Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
9	Aroma Produk Sarapan Pagi Wangi	0	0%	1	0,8%	0	0%	63	49,6%	37	44,9%	100%	4,39

Tabel ini menjelaskan perbandingan persentase pendapat pelanggan terhadap persepsi kualitas aroma pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. Didapatkan 0% orang berpendapat sangat tidak setuju dengan kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango wangi, 0,8% responden berpendapat tidak setuju dengan kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango wangi, 4,7% responden berpendapat cukup setuju dengan kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango wangi, 49,6% responden berpendapat setuju dengan kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango wangi, 44,9% responden berpendapat sangat setuju dengan kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango wangi. Dari sini kesimpulan rata-ratanya perespon setuju dengan kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango wangi dengan besar persentase 49,6% atau 63 orang responden dari populasi.

Tabel 12. Rekapitulasi Indikator Persepsi

No.	Indikator	Total Skor	Skor Rata - Rata
1.	Variasi	567	4,46
2.	Rasa	569	4,48

3.	Warna	548	4,31
4.	Tampilan	550	4,33
5.	Porsi	556	4,38
6.	Bentuk	549	4,32
7.	Temperatur	552	4,35
8.	Tekstur	558	4,39
9.	Aroma	557	4,39
Total		5.006	39,42

Berdasarkan tabel di atas indikator yang memperoleh skor tertinggi adalah indikator kualitas rasa pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango dan diiringi dengan indikator kualitas variasi pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango. Penilaian terendah adalah indikator kualitas tampilan pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango hal ini dikarenakan konsumen yang sarapan di Restoran Rancabango merasa kurang menarik dan puas dengan tampilan yang disajikan di produk sarapan pagi Restoran Rancabango, namun persentase skor tidak memiliki rentang yang sangat signifikan dengan indikator - indikator lainnya.

Secara keseluruhan indikator - indikator yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango dapat ditentukan dengan skor yang ditentukan dari tabel di atas. Kajian ini melalui teknik analisis deskriptif kuantitatif yang memanfaatkan kuesioner dengan sistem perhitungan skala Likert, yang dilakukan dengan mengidentifikasi nilai tertinggi, nilai terendah, dan rentang skala sebagai batas yang dapat digambarkan dengan garis kontinum. Rumus untuk mencari skor dan rentang skala tertinggi dan terendah adalah sebagai berikut:

- Mencari nilai tertinggi:

$$\text{Nilai tertinggi} = \frac{\text{Jumlah Pertanyaan} + \text{Jumlah Responden}}{5}$$

$$\text{Nilai tertinggi} = \frac{5 \times 9 + 127}{5} = 5.715$$
- Mencari nilai terendah:

$$\text{Nilai terendah} = \frac{\text{Jumlah Pertanyaan} + \text{Jumlah Responden}}{5}$$

$$\text{Nilai terendah} = \frac{1 \times 9 + 127}{5} = 1.143$$
- Mencari rentang skala:

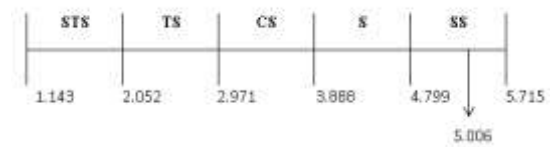
$$\text{Skala rentang} = \frac{(\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah})}{5}$$

$$\text{Skala rentang} = \frac{(5.715 - 1.143)}{5} = 91,4/914$$

Berdasarkan skor total hasil pendataan indikator-indikator yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas produk sarapan pagi Di restoran Rancabango

yaitu 5.006 dilihat dari tabel 12. Hasil ini dapat diklasifikasikan secara berurutan sebagai berikut:

Tabel 13. Garis Kontinum



Merujuk kepada data yang diperoleh dari penilaian responden terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango nilai keseluruhan yang diperoleh yaitu berjumlah 5.006 yang masuk kedalam skala sangat setuju. Artinya responden menyatakan Restoran Rancabango telah menawarkan produk sarapan pagi dengan kualitas yang sesuai dengan standart yang diterapkan dengan menilai dengan indikator-indikator kualitas produk menurut Gito Sudarma (2018) dan Edwin (2012).

B. Persepsi Pelanggan dalam Upaya Meningkatkan dan Mempertahankan Kualitas Produk Sarapan Pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Ressor

Restoran Rancabango selalu melakukan berbagai langkah untuk lebih meningkatkan kualitas produk sarapannya dan menjamin kepuasan pelanggan yang sarapan di Restoran Rancabango. Setelah penulis melakukan wawancara pada tanggal 19 Juli 2023 dengan Head Executive Restoran Rancabango, Penulis menemukan beberapa upaya yang bertujuan untuk dapat meningkatkan kualitas produk di Restoran Rancabango antara lain:

1. Kualitas Bahan Baku

Restoran Rancabango memilih bahan berkualitas untuk semua produk yang disajikan. Bahan baku berkualitas tinggi sangat penting untuk kualitas produk di karenakan bahan baku yang berkualitas akan menghasilkan kualitas produk yang baik.

2. Pengaturan Bahan Baku

Restoran Rancabango mengatur bahan-bahan di dapurnya sedemikian rupa agar bahan-bahannya selalu segar. Terutama dengan bahan baku sayuran ketika datang dari supplier dilakukan pencucian langsung sebelum masuk kedalam gudang

penyimpanan dan untuk menjaga sayuran terhindar dari kebusukan Restoran Rancabango melakukan pembelian bahan baku sayuran 5 hari sekali agar tidak ada bahan baku yang terbuang begitu saja.

3. Standarisasi Menu dan Resep

Head Executive di Restoran Rancabango melakukan standarisasi resep pada semua menu sarapan pagi di Restoran Rancabango, hal ini wajib dilakukan agar kualitas produk sarapan pagi memiliki citra rasa yang sama dan tidak berubah-ubah setiap saatnya.

4. Rotasi Menu Sarapan Pagi

Rotasi menu sarapan pagi yang dilakukan di Restoran Rancabango dilakukan setiap 7 hari sekali, tidak semua produk sarapan pagi di Restoran Rancabango dirotasi hanya sebagian menu saja yang dirotasi seperti menu bagian dessert dirotasi dengan berbagai macam jajanan pasar tradisional. Hal tersebut dilakukan oleh Restoran Rancabango guna membuat para konsumen tidak bosan dengan menu sarapan yang sama dan membuat menu yang bervariasi.

5. Melakukan Evaluasi Produk

Manajemen dari Restoran Rancabango selalu melakukan meeting setiap 2 minggu sekali untuk membahas kualitas produk agar selalu ada peningkatan dan membuat para konsumen merasa puas ketika sarapan pagi di Restoran Rancabango.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasar pada hasil kajian diatas dalam penelitian mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort maka penulis menarik kesimpulan yaitu :

1. Pelanggan yang sarapan pagi di Restoran Rancabango Hotel dan Resort mayoritas adalah wanita berusia 20-30 tahun yang bekerja sebagai pegawai swasta dan pergi ke sana kurang dari 2 kali sebulan dan memiliki pendapatan 1-5 juta per bulan. Menurut persepsi pelanggan terhadap kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango berpendapat bahwa kualitas produk dari segi variasi, rasa, warna, tampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, dan aroma cukup memuaskan konsumen dengan kualitas yang diberikan

oleh Restoran Rancabango Hotel dan Resort, namun kualitas tampilan pada produk sarapan pagi di Restoran Rancabango memiliki persepsi yang kurang baik hal ini dikarenakan konsumen yang sarapan di Restoran Rancabango merasa kurang menarik dan puas dengan tampilan yang disajikan di produk sarapan pagi Restoran Rancabango.

2. Berdasarkan hasil wawancara dengan Head Executive Restoran Rancabango Hotel dan Resort, ada beberapa cara dari Restoran Rancabango Hotel dan Resort untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk sarapan pagi diantaranya lain adalah pemilihan kualitas bahan baku, pengaturan bahan baku, melakukan standarisasi resep pada semua produk, melakukan rotasi menu sarapan pagi, dan melakukan evaluasi menu.

B. Saran

Setelah mendapat hasil olahan data penelitian persepsi pelanggan terhadap kualitas produk sarapan pagi di Restoran Rancabango selain menulis kesimpulan, saran penulis berupa:

1. Sebaiknya Restoran Rancabango lebih memperhatikan kembali tampilan pada menu sarapan pagi dikarenakan beberapa responden berpendapat dari segi penampilan menu kurang menarik dan juga lebih memperhatikan temperatur pada produk sarapan pagi dengan demikian konsumen jadi terpuaskan dengan layanan yang berkualitas oleh Restoran Rancabango Hotel dan Resort.
2. Tetap mempertahankan kualitas dan keaneka ragaman makanan dan minuman yang telah ada dan menambahkan menu khas tersendiri dari Restoran Rancabango Hotel dan Resort.
3. Penelitian ini bisa berguna kembali untuk kajian yang akan datang dengan menambahkan kembali metode penelitian untuk mengetahui lebih dalam bagaimana kepuasan tamu pada kualitas produk di Restoran Rancabango Hotel dan Resort.

DAFTAR RUJUKAN

Cahyani, F G., & Sitohang, S (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset*.

- Fadjri, A., & Silitonga, P (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza Marzano Pondok Indah Mall 2.
- Fitriani, S., & Idrus. Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Produk Kfc (Kentucky Fried Chiken) Cabang Wua-Wua Kota Kendari.
- Iswayanti, I P., & Dwiyanto, B M. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan "Soto Angkring Mas Boed".
- Makbul, M (2021). Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian., osf.io,
- Mariansyah, A, & Syarif, A (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*.
- Mulya, A C. (2014). Analisa Persepsi Pelanggan Terhadap Kinerja Agen Properti dan Pengaruhnya terhadap Kepercayaan di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Panjaitan, W., & Lie, D., & Butarbutar, M., & dkk (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ud Pn Silitonga Serbelawan. *Maker: Jurnal Manajemen*.
- Putra, R (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga (*Literature Review Manajemen Pemasaran*). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*.