

## Korelasi pendapatan bulanan tamu dengan pengeluaran dan kepuasan tamu terhadap pelayanan *food and beverage* di hotel x

**Fahmi Romadhon**

Program Studi Sarjana Terapan Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Pariwisata,  
Universitas Udayana

Jl. Raya Kampus UNUD, Bukit Jimbaran, Kec. Kuta Selatan, Kab. Badung, Bali, 80361

Email: fahmi.romadhon321@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan pendapatan bulanan tamu dengan pengeluaran dan kepuasan tamu terhadap pelayanan *food and beverage* di hotel X. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer berupa penyebaran kuesioner kepada 40 tamu hotel. Analisis data yang digunakan, yaitu uji korelasi pearson, regresi linear, dan uji ANOVA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan bulanan tamu memiliki pengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi *food and beverage*. Hal ini dapat dilihat melalui hasil koefisien sebesar 0,456 dan signifikansi 0,001 ( $p < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu rupiah pendapatan bulanan akan meningkatkan pengeluaran sebesar Rp 0,456. Semakin tinggi pendapatan bulanan tamu menyebabkan semakin tinggi pengeluaran untuk konsumsi *food and beverage*. Namun, pendapatan bulan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara kelompok pendapatan terkait kepuasan tamu. Hasil signifikansi dari uji ANOVA sebesar 0,917 ( $p > 0,05$ ) sehingga tidak memiliki signifikansi. Penelitian ini juga memberikan wawasan terkait perilaku konsumsi tamu dalam pelayanan *food and beverage* di industri perhotelan.

**Kata Kunci:** Pendapatan Bulanan, Pengeluaran, Kepuasan Tamu, *Food and Beverage*, Hotel

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the correlation between guests' monthly income and their spending and satisfaction with food and beverage service at Hotel X. This study uses a quantitative approach using questionnaires with 40 respondents who are staying at a hotel as primary data. Data analysis techniques used Pearson correlation test, linear regression, and ANOVA test. The result of these studies showed that guests' monthly income has a significant effect on food and beverage consumption spending. It is evidenced by a coefficient of 0.456 and a significance level of 0.001 ( $p < 0.05$ ). It showed that every increase of one rupiah for monthly income, the spending will increase by Rp 0.456. Higher monthly income creates increasing spending on food and beverage consumption. However, monthly incomes does not significantly influence guest satisfaction. The ANOVA test results show that there is no significant difference among income groups regarding guest satisfaction, with a significance level of 0.917 ( $p > 0.05$ ). It indicates insignificance. This study also gives insight about guests' consumption behavior regarding food and beverage service in the hospitality industry.*

**Keywords:** Monthly Income, Spending, Guest Satisfaction, Food and Beverage, Hotel

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan industri perhotelan di Indonesia berkembang sangat pesat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2019-2023, jumlah hotel di Indonesia semakin meningkat. Peningkatan jumlah hotel di Indonesia mengalami peningkatan secara signifikan. Pada tahun 2019, terdapat 29.243 hotel kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2020, penurunan pernah terjadi pada tahun 2021 karena dampak Covid-19, namun pada tahun 2022 sampai 2023 jumlah hotel di Indonesia terus mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa industri perhotelan merupakan industri yang menjanjikan di Indonesia. Semakin meningkatnya industri perhotelan menyebabkan persaingan trend pengelolaan fasilitas dan pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan dan produk yang lengkap, nyaman, dan berkualitas (Kotler, 2009).

Hotel X merupakan sebuah hotel bintang dua yang terletak di Kawasan Nusa Dua Dua, Benoa, Kec. Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Hotel ini memiliki 47 kamar yang mengedepankan layanan yang intim karena konsep hotel ini merupakan hotel butik. Hotel ini memiliki desain yang indah dengan pemandangan Bali Bay. Sebagai hotel bintang dua tentunya

memiliki sebuah restoran. Restoran tersebut disediakan untuk memenuhi kebutuhan para tamu dalam makanan dan minuman serta menambah pendapatan hotel.

Perilaku konsumsi tamu merujuk pada kegiatan mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa. Solomon (2018) menerangkan bahwa perilaku konsumsi adalah tindakan individu atau kelompok dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang/jasa dan dipengaruhi oleh kebutuhan, preferensi, dan faktor lainnya. Dalam perspektif industri perhotelan, perilaku konsumsi tamu sebagai keputusan tamu dalam menggunakan layanan hotel termasuk Food and Beverage. Keynes (2015), salah satu faktor yang mempengaruhi individu dalam menentukan konsumsi, yaitu pendapatan. Deaton & Muellbauer (1989) dalam Puspita & Agustina (2019), pendapatan sebagai faktor kunci yang memiliki tujuan menentukan perilaku konsumsi dalam berbagai lapisan pasar. Lebih lanjut Mankiw (2014) menjelaskan bahwa tingkat pendapatan yang tinggi akan mendorong pengeluaran yang lebih besar dalam keputusan pembelian.

Sumber pendapatan hotel berasal dari berbagai layanan yang disediakan oleh hotel. Menurut Wiyasha (2018), 25-35% pendapatan berasal dari penjualan makanan dan minuman. Sumber pendapatan ini menduduki peringkat kedua setelah sumber pendapatan yang berasal dari penjualan kamar (60-70%). Peran layanan food and beverage tidak dapat diabaikan dalam keberhasilan bisnis Hotel X. Selain itu, Layanan ini juga memberikan kontribusi dalam tingkat kepuasan tamu. Kepuasan sering kali dikaitkan dengan besarnya pendapatan tamu yang menginap di hotel. Tamu yang memiliki pendapatan tinggi dianggap akan mendapatkan kepuasan karena dapat memesan food and beverage dengan lebih tinggi atau tidak terbatas. Padahal kepuasan tamu terhadap pelayanan food and beverage dipengaruhi oleh kualitas makanan, kecepatan pelayanan, keramahan pelayan, jenis menu, dan kenyamanan tempat.

Salah satu faktor yang terlewatkan dalam konsumsi food and beverage adalah bagaimana pendapatan bulanan tamu dapat mempengaruhi pengeluaran pada layanan food and beverage dan kepuasan yang dirasakan. Oleh karena itu peneliti mengkaji bagaimana pengaruh pendapatan bulanan tamu domestik terhadap pengeluaran layanan food and beverage dan kepuasan tamu untuk menjawab permasalahan di atas.

## 2. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Hotel X pada tanggal 25 Agustus 2024 sampai dengan 15 Oktober 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan tamu terhadap pengeluaran serta tingkat kepuasan terhadap pelayanan Food and Beverage di hotel. Menurut Sugiyono (2009), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi tertentu, biasanya teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak dan analisis data bersifat statistic atau berupa angka untuk menguji hipotesis. Melalui pendekatan kuantitatif, peneliti mendeskripsikan secara akurat dan faktual terhadap fenomena yang menjadi kajian peneliti. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah informasi berupa angka. Data kuantitatif penelitian diproses melalui SPSS 27.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan pada objek penelitian. Data primer penelitian ini berasal dari penyebaran kuesioner kepada tamu domestik yang menginap di Hotel X. Sumber data penelitian adalah asal data penelitian dapat diperoleh, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan objek penelitian (Arikunto, 2011). Peneliti menggunakan sumber data kuesioner. Kuesioner/angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden, teknik ini efisien karena peneliti dapat tahu pasti variabel yang diukur (Sugiyono, 2011). Peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung yang berisi pertanyaan mengenai profil responden, penggunaan layanan food and beverage selama menginap di hotel, dan tingkat kepuasan yang diukur melalui skala likert 1-5 (1=sangat tidak puas, 2 = tidak puas, 3 = cukup puas, 4 = puas, 5 = sangat puas). Sumber data penelitian adalah asal data penelitian dapat diperoleh, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan objek penelitian (Arikunto, 2011). Peneliti menggunakan sumber data kuesioner. Kuesioner/angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan tertulis

kepada responden, teknik ini efisien karena peneliti dapat tahu pasti variabel yang diukur (Sugiyono, 2011). Peneliti menyebarkan kuesioner secara offline yang berisi pertanyaan mengenai profil responden, penggunaan layanan food and beverage selama menginap di hotel, dan tingkat kepuasan yang diukur melalui skala likert 1-5 (1=sangat tidak puas, 2 = tidak puas, 3 = cukup puas, 4 = puas, 5 = sangat puas).

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data untuk menganalisis korelasi variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis statistic deskriptif yang bertujuan menggambarkan karakteristik responden. Teknik ini memiliki indikator mean, median, standar deviasi, dan range. Uji Korelasi Pearson digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hubungan linieritas antara variabel independen (X), yaitu pendapatan bulanan tamu dan variabel dependen (Y), yaitu pengeluaran food and beverage dan kepuasan tamu. Penelitian ini juga menggunakan analisis regresi linear untuk mengetahui pengaruh variabel X dan Y. Regresi linear menghasilkan persamaan  $Y = a + Bx$ , dimana Y merupakan pendapatan bulanan dan X merupakan pengeluaran bulanan. Persamaan ini digunakan untuk menilai peningkatan pengeluaran food and beverage setiap kali terjadi peningkatan pendapatan bulanan. Uji ANOVA dalam penelitian ini juga terlibat dalam mengetahui perbedaan signifikan antara pendapatan bulanan terhadap kepuasan tamu terhadap pelayanan food and beverage. Tujuan uji ANOVA ini menilai apakah variasi pendapatan bulanan menghasilkan perbedaan yang signifikan terhadap kepuasan tamu. Selain itu, uji validitas digunakan menguji bahwa pertanyaan-pertanyaan di kuesioner dapat mengukur apa yang menjadi rumusan masalah. Sedangkan uji reliabilitas bertujuan memastikan bahwa kuesioner konsisten ketika digunakan berulang kali.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Hasil

##### 3.1.1 Karakteristik Responden

###### a. Jenis Kelamin

Pada penyebaran responden, peneliti mendapatkan 40 responden. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 47% atau 19 laki-laki dan 52,5% atau 21 perempuan sebagai responden.

**Tabel 4.1.1.a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis Kelamin			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Laki-laki	19	47,5	47,5	47,5
	Perempuan	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

###### b. Usia

**Tabel 4.1.1.b Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

		Usia			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	21-30 tahun	17	42,5	42,5	42,5
	31-40 tahun	4	10,0	10,0	52,5
	41-50 tahun	3	7,5	7,5	60,0
	> 50 tahun	3	7,5	7,5	67,5
	< 20 tahun	13	32,5	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Berdasarkan usia, sebagian besar responden berusia 21-30 tahun. Respondent di bawah 20 tahun dengan persentase 32,5% atau berjumlah 13 responden. Disusul dengan responden yang berusia 31-40 tahun dengan persentase 10% atau 4 responden. Selanjutnya terdapat juga responden yang berumur 41-50 tahun dan di atas 50 tahun, masing-masing kategori usia tersebut memiliki persentase 7,5% atau 3 responden.

**c. Daerah Asal**

**Tabel 4.1.1.c Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal**

		Asal Daerah			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Bali	5	12,5	12,5	12,5
	Bandung	3	7,5	7,5	20,0
	Batam	1	2,5	2,5	22,5
	Jabodetabek	9	22,5	22,5	45,0
	Lampung	1	2,5	2,5	47,5
	Madura	1	2,5	2,5	50,0
	Makassar	1	2,5	2,5	52,5
	Manggarai	1	2,5	2,5	55,0
	Medan	4	10,0	10,0	65,0
	Palembang	1	2,5	2,5	67,5
	Pekalongan	1	2,5	2,5	70,0
	Semarang	4	10,0	10,0	80,0
	Sulawesi	1	2,5	2,5	82,5
	Surabaya	7	17,5	17,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Sebagian besar responden berasal dari luar pulau Bali. Hal ini menandakan bahwa Bali telah menjadi destinasi favorit bagi semua orang terutama orang yang berasal dari luar pulau bali. Persentase terbesar yang didapat merupakan Jabodetabek sebesar 22,5% atau sejumlah 9 responden, terbesar kedua berasal dari Jabodetabek sebesar 17,5% atau sejumlah 7 responden, dan sisanya berasal dari berbagai daerah, seperti yang tertera pada tabel 4.1.1.c.

**d. Pendidikan Terakhir**

**Tabel 4.1.1.d Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

		Pendidikan Terakhir			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Diploma	3	7,5	7,5	7,5
	S-2	7	17,5	17,5	25,0
	S-1	12	30,0	30,0	55,0
	SMA/SMK	18	45,0	45,0	100,0
		Total	40	100,0	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Berdasarkan pendidikan terakhir, sebagian besar responden merupakan tamatan SMA/SMK dengan persentase 45% atau 18 responden. Selanjutnya sejumlah 12 responden merupakan tamatan sarjana dengan persentase 30%. Untuk lulusan pasca sarjana terdapat 7 responden dengan persentase 17,5% dan 3 responden yang merupakan tamatan diploma dengan persentase 7,5%. Responden dengan tamatan SMA/SMK terbanyak karena dapat dimungkinkan sebagian besar dari responden tersebut sedang menjalani pendidikan sarjana.

**e. Pekerjaan**

**Tabel 4.1.1.e Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

		<b>Pekerjaan</b>			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Pelajar	17	42,5	42,5	42,5
	PNS	5	12,5	12,5	55,0
	Profesional	5	12,5	12,5	67,5
	Wiraswasta	13	32,5	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Terdapat 5 kategori pekerjaan yang peneliti dicantumkan dalam kuesioner. Jumlah responden terbanyak berdasarkan kategori pekerjaan adalah pelajar sebanyak 17 responden atau 42,5%. Terdapat pula 13% atau 13 responden yang bekerja sebagai wiraswasta dan 12,5% atau sebanyak 5 responden sebagai Pegawai Negeri Sipil. Di samping itu, terdapat 12,5% atau sebanyak 5 responden yang bekerja sebagai profesional, seperti dokter dan pengacara.

**f. Tujuan Menginap**

**Tabel 4.1.1. f. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap**

		<b>Tujuan Menginap</b>			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Bisnis	4	10,0	10,0	10,0
	Bulan Madu	5	12,5	12,5	22,5
	Kunjungan Keluarga	3	7,5	7,5	30,0
	Liburan	28	70,0	70,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Sebagian besar tujuan utama menginap adalah liburan dengan persentase 28% atau sebanyak 28 responden mengisi untuk melakukan liburan. 12,5% atau 5 responden data ke Bali untuk bulan madu. Sebagian responden mengisi tujuan mereka datang ke Bali untuk melakukan perjalanan bisnis. Persentase responden yang mengisi tujuan perjalanan bisnis sebanyak 4 responden atau 10%. Hal ini menunjukkan bahwa Bali tidak hanya sebagai tempat untuk berlibur tetapi sebagai tempat tujuan perjalanan bisnis. Selanjutnya, terdapat 7,5% atau 3 responden yang memiliki tujuan utama mengunjungi keluarga.

**3.1.2 Uji Korelasi Pearson**

**Tabel 4.1.2 Hasil Uji Korelasi**

		<b>Correlations</b>	
		<b>PENGELUARAN FB</b>	<b>PENDAPATAN BULANAN</b>
<i>Pearson Correlation</i>	PENGELUARAN FB	1,000	,651
	PENDAPATAN BULANAN	,651	1,000
Sig. (1-tailed)	PENGELUARAN FB	.	,001
	PENDAPATAN BULANAN	,000	.
N	PENGELUARAN FB	40	40

	PENDAPATAN BULANAN	40	40
--	--------------------	----	----

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Nilai korelasi pearson menunjukkan bahwa pendapatan dan pengeluaran food and beverage memiliki hubungan yang positif dan cukup kuat. Hal ini ditunjukkan melalui nilai korelasi pearson sebesar 0,651 yang berarti di atas nol sehingga menunjukkan hubungan positif. Melalui nilai hubungan positif tersebut dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi pendapatan bulanan tamu, semakin besar juga pengeluaran food and beverage. Selain itu, nilai signifikansi (Sig. 1-tailed) menunjukkan 0,001 ( $p < 5$ ) yang berarti memiliki hubungan signifikan. Oleh karena itu, pendapatan bulanan memiliki hubungan dan pengaruh signifikan terhadap pengeluaran food and beverage.

### 3.1.3 Uji Regresi

**Tabel 4.1.3.a. Model Summary Hasil Uji Regresi Linear**

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,651 <sup>a</sup>	,424	,409	,92025	,424	28,009	1	38	,001

a. Predictors: (Constant), PENDAPATAN BULANAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Pada olahan data peneliti, r square yang dihasilkan sebesar 0,424 atau 42,4% . Hal ini berarti 42,4% variasi pengeluaran Food and Beverage dapat dijelaskan melalui variabel pendapatan bulanan tamu domestik. Ini menandakan bahwa pendapatan bulanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengeluaran food and beverage, meskipun masih terdapat 57,6% variasi yang dapat dijelaskan oleh variabel lain. Selanjutnya, pada nilai probabilitas F, yaitu 28,009 dengan signifikansi 0,001. Hal ini menjelaskan bahwa variabel independen pendapatan bulanan tamu domestik berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen pengeluaran food and beverage karena  $0,001 < 0,05$ .

**Tabel 4.1.3 Koefisien Hasil Uji Regresi Linear**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1	(Constant)	1,682	,297		5,668	,001					
	PENDAPATAN BULANAN	,456	,086	,651	5,292	,001	,651	,651	,651	1,000	1,000

a. Dependent Variable: PENGELUARAN FB

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Uji-T digunakan untuk menunjukkan pengaruh secara individual atau parsial dari variabel pendapatan bulanan. Pada Uji-T menunjukkan signifikansi variabel pendapatan sebesar 0,001 yang

berarti variabel pendapatan bulanan berpengaruh secara individual terhadap variabel pengeluaran food and beverage. Kemudian, pada koefisien regresi variabel pendapatan bulanan dihasilkan sebesar 0,456 atau 46,6% yang berarti bahwa setiap peningkatan pendapatan bulanan, pengeluaran food and beverage akan meningkat sebesar 0,456.

### 3.1.4 Uji Anova

**Tabel 4.1.4. Hasil Uji ANOVA**

ANOVA					
KEPUASAN					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,751	4	,188	,235	,917
Within Groups	28,024	35	,801		
Total	28,775	39			

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2024)

Variasi Between Groups memiliki sum of square 0,751 yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,917 menunjukkan tidak signifikan karena  $p > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam kepuasan antara kelompok-kelompok pendapatan yang dibandingkan.

## 3.2. Pembahasan

### 3.2.1 Pengaruh Pendapatan Bulanan Tamu terhadap Pengeluaran Layanan *Food and Beverage*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pendapatan bulanan dengan pengeluaran tamu untuk pelayanan Food and Beverage di Hotel X. Pada nilai koefisien regresi menghasilkan sebesar 0,456 dan memiliki tingkat signifikan 0,001, menunjukkan bahwa memiliki hubungan yang signifikan karena  $p < 0,05$ . Setiap mengalami peningkatan pendapatan bulanan akan mengakibatkan peningkatan pengeluaran tamu pada pelayanan food and beverage sebesar 0,456 satuan. Kemudian, nilai R squared yang dihasilkan adalah 0,424 yang menunjukkan bahwa 42,4% variasi pengeluaran food and beverage dapat dijelaskan oleh pendapatan bulanan tamu. Sedangkan, 57,6% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain, seperti trend makanan, gaya hidup, frekuensi menginap, dan promosi.

Hasil penelitian juga sesuai dengan teori elastisitas pendapatan menyatakan bahwa permintaan terhadap barang dan jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan. Dalam konteks penelitian ini, tamu yang memiliki pendapatan lebih besar cenderung mengalokasikan pendapatannya untuk mendapatkan layanan yang terbaik. Selain itu, teori konsumsi diskresioner oleh Keynes sejalan dengan hasil ini. Teori ini menyatakan bahwa pendapatan mempengaruhi pengeluaran konsumsi, terutama untuk kebutuhan sekunder dan tersier. Tamu yang memiliki pendapatan tinggi lebih mengalokasikan dananya dalam konsumsi yang bersifat mendapatkan kenyamanan, contohnya memesan makanan yang eksklusif.

### 3.2.2 Pengaruh Pendapatan Bulanan Tamu terhadap Kepuasan Pelayanan *Food and Beverage*

Berbeda dengan hasil sebelumnya, hasil uji ANOVA MENUNJUK nilai signifikansi 0,917 yang lebih dari batas signifikansi 0,005. Ini berarti PENDAPATAN BULanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan tamu terhadap layanan food and beverage. Hasil dari penelitian ini lebih menunjukkan bahwa kepuasan tamu terhadap pelayanan food and

beverage cenderung mengacu pada kualitas, harapan, dan pengalaman. Hasil ini juga berhubungan dengan teori kepuasan pelanggan (*disconfirmation theory*) oleh Oliver (1980) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berasal dari perbandingan antara harapan dan persepsi tamu setelah merasakan layanan. Jika layanan yang didapatkan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan, tamu akan merasa puas. Sebaliknya, jika layanan yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan, tamu akan merasa ketidakpuasan.

Kepuasan didapatkan melalui kualitas makanan, seperti variasi menu, rasa makanan, dan kebersihan makanan dan juga pelayanan, seperti *hospitality* dan kecepatan pelayanan. Faktor-faktor tersebut sejalan dengan *Service Quality Theory* (SERVQUAL) yang dikemukakan oleh Zeithaml, Parasuraman, dan Berry menyatakan bahwa apabila kualitas makanan dan pelayanan melampaui dan sesuai dengan harapan, kepuasan tercapai. Namun, jika tidak sesuai dengan harapan, kepuasan tidak tercapai. Melalui teori tersebut, dapat terlihat juga bahwa kepuasan tidak ditentukan dengan tingkat pendapatan bulanan tamu. Namun, lebih mengacu pada kualitas makanan dan pelayanan.

Selain itu, kepuasan pelanggan dipengaruhi persepsi terkait nilai pelayanan. Hal ini memiliki konteks pada kesepadanan pengeluaran yang para tamu keluarkan dengan apa yang mereka dapatkan. Hal ini diterangkan dalam *Perceived Value Theory* oleh Berraies, Ben Yahia, dan Hannachi. Teori tersebut yang memiliki keterkaitan dengan hasil penelitian ini. Walaupun tamu memiliki pendapatan tinggi dimungkinkan dapat mengeluarkan lebih banyak untuk layanan F&B, kepuasan tetap saja bergantung pada kesepadanan antara pengeluaran dan hal yang mereka dapat. Jika pelayanan dilakukan dengan cepat, menyenangkan, dan memiliki kualitas makanan yang bagus, tamu akan merasa puas walaupun mereka harus mengeluarkan biaya lebih besar. Melalui analisis tersebut, kepuasan juga menjadi salah satu variabel lain dalam faktor pengeluaran food and beverage.

Tamu yang merasakan kepuasan akan menghabiskan uangnya yang lebih besar. Walaupun pendapatan dapat mempengaruhi tingkat konsumsi. Jika pelayanan tidak sesuai dengan harapan, tamu akan merasa tidak puas dan dapat berpengaruh pada penurunan konsumsi F&B di hotel. Hal ini juga merefleksikan pentingnya emosional dalam kepuasan tamu. Tamu yang mendapatkan layanan ramah, makanan disajikan dengan cepat, cara plating menarik, dan kualitas makanan enak, serta saudara restoran yang nyaman, tamu akan merasakan kepuasan dan dapat terpengaruh untuk menambah konsumsi di restoran. Oleh sebab itu, Hotel X harus memfokuskan pada kualitas pengalaman tamu dalam segi pelayanan dan juga produk F&B yang dijual agar tamu dapat merasakan kepuasan dan berpengaruh pada tingkat konsumsi di restoran.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji regresi linear, pendapatan bulanan tamu dan pengeluaran konsumsi food and beverage menunjukkan hubungan yang signifikan. Hasil koefisien regresi sebesar 0,456 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu rupiah pendapatan bulanan akan meningkatkan pengeluaran sebesar Rp 0,456. Nilai R square sebesar 42,4% mengindikasikan bahwa 42,4% pendapatan bulanan tamu mempengaruhi pengeluaran konsumsi food and beverage, sementara 57,6% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti preferensi makanan, frekuensi kunjungan, dan gaya hidup.

Di samping itu, hasil uji ANOVA menunjukkan nilai signifikansi 0,917 yang menunjukkan bahwa pendapatan bulanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Kepuasan tamu cenderung terkait kualitas layanan dan makanan sesuai dengan teori kepuasan pelanggan dan *Service Quality* (SERVQUAL). Kualitas layanan dan makanan menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan tamu. Jika kinerja pelayanan dan kualitas makanan sesuai atau bahkan lebih dari ekspektasi tamu, Tamu yang memiliki pendapatan bulanan tinggi bersedia membayar lebih. Sebaliknya, kualitas yang buruk dan tidak sesuai dengan ekspektasi tamu dapat terjadi ketidakpuasan dan berakibat pada pengeluaran konsumsi food and beverage tamu di hotel.



### Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen program studi sarjana terapan pengelolaan perhotelan.

### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2011) *Prosedur Penelitian : Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Carmelia Cesariana, Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022) 'Model Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)', *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*.
- Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, I. S. (2018) *Food and Beverage Management*. Routledge.
- Fikri, F. (2024). 'Analisis dan Peningkatan Kualitas Layanan Menggunakan Pendekatan SERVQUAL dan FMEA (Studi Kasus pada Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman, Yogyakarta)'. *Skripsi*. Available at: <https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/50170/19522210.pdf?sequence=1&isAllOwed=y>
- Income Elasticity of Demand - Overview, Measurement, Types*. (n.d.). Corporate Finance Institute. Retrieved October 17, 2024, from <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/economics/income-elasticity-of-demand/>
- Investing in Indonesia's 2024 Food and Beverage Industry*. (n.d.). InCorp Indonesia. Retrieved October 17, 2024, from <https://www.cekindo.com/blog/food-and-beverage-industry>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009) *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016) *Marketing Management*. Pearson.
- Mankiw. (2014) *Pengantar Ekonomi mikro Edisi Asia*. Jakarta: Salemba.
- Pengantar ilmu ekonomi ( mikroekonomi dan makroekonomi) Pusat Sumber Belajar FEB UI*. (n.d.). PSB FEB UI. Retrieved October 17, 2024, from [https://psb.feb.ui.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=93762&keywords=](https://psb.feb.ui.ac.id/index.php?p=show_detail&id=93762&keywords=)
- POLA KONSUMSI, ELASTISITAS PENDAPATAN, SERTA VARIABEL-VARIABEL SOSIAL EKONOMI YANG MEMPENGARUHI PENGELUARAN KONSUMSI RUMAH TANGGA. (2019). *Seminar Nasional Official Statistics 2019: Pengembangan Official Statistics dalam mendukung Implementasi SDG*, 700-709.
- Solomon, M. R. (2017) *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.
- Spillane, J. J. (1991) *Ekonomi pariwisata: sejarah dan prospeknya*. Kanisius.
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, D. (2022) Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Harga terhadap Minat Belanja Online. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 48-58.
- Wiyasha, I. (2024) *Akuntansi Perhotelan, Penerapan Uniform System of Accounts for the Lodging Industry*. Penerbit Andi.
- Wurangian, F. D., Daisy Engka, & Sumual, J. (2015) 'Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi yang Kost di Kota Manado'. *E-Journal UNSRAT*, 74-87.