

## Persepsi wisatawan mancanegara dalam memilih restoran di kelurahan ubud, gianyar, bali

Ni Kadek Septiyanti<sup>1)</sup>, Ni Ketut Arismayanti<sup>2)</sup>, Nyoman Ariana<sup>3)</sup>

Program Studi Diploma IV Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana<sup>123)</sup>  
Jl. DR. R. Goris No. 7 Denpasar, Bali.  
Email: nikadekseptiyanti@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan mancanegara dalam memilih restoran di Kelurahan Ubud. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* kepada 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner, studi kepustakaan dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan tabulasi silang. Hasil penelitian ini menunjukkan rata-rata skor tiap indikator persepsi yaitu harga makanan memperoleh rata-rata 4,39 (sangat setuju), suasana memperoleh rata-rata 4,34 (sangat setuju), kualitas makanan memperoleh rata-rata 4,46 (sangat setuju), keunikan makanan memperoleh rata-rata 4,27 (sangat setuju), porsi memperoleh rata-rata 4,25 (sangat setuju), standar konsisten memperoleh rata-rata 4,16 (setuju), jenis menu memperoleh rata-rata 4,27 (sangat setuju), tingkat pelayanan memperoleh rata-rata 4,41 (sangat setuju) dan lokasi memperoleh rata-rata 4,25 (sangat setuju). Persepsi wisatawan mancanegara dalam memilih restoran di Kelurahan Ubud secara keseluruhan memperoleh rata-rata sebesar 4,31 yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Saran dari hasil penelitian ini adalah (1) pihak restoran sebaiknya memiliki strategi untuk memuaskan keinginan konsumen dengan cara melakukan sebuah penelitian untuk menggali informasi tentang persepsi konsumen; (2) pihak restoran sebaiknya lebih aktif memanfaatkan media internet untuk memberikan informasi kepada pembeli tentang restoran .

**Kata Kunci** : Persepsi, Wisatawan Mancanegara, Restoran.

### Abstract

This research aims to know the perception of foreign tourists for choosing restaurants in Ubud Village. This research uses accidental sampling technique to 100 respondent. Data collection methods are observation, questionnaires, literature study and documentation. The data analysis using qualitative descriptive and cross tabulation. The results of this research shows that the average score of each perception's indicator are, the price obtains an average 4.39 (strongly agree), the atmosphere obtains an average 4.34 (strongly agree), the quality obtains an average 4.46 (strongly agree), the food uniqueness obtains an average 4.27 (strongly agree), the portion obtains an average of 4.25 (strongly agree), the consistent standard obtains an average 4.16 (agree), the type of menu obtains an average 4.27 (strongly agree), the service level obtains an average 4.41 (strongly agree) and the location obtains an average 4.25 (strongly agree). The conclusion of this research, obtains an average 4.31 that include strongly agree category for the perception of foreign tourists for choosing restaurants in Ubud Village. Suggestions are (1) the restaurant should have a strategy to satisfy the desires of consumers by doing a research to dig information about consumer perception; (2) the restaurant management should more active use the internet for giving information about restaurant to the buyer.

**Keywords** : Perception, Foreign Tourism, Restaurant.

## 1. PENDAHULUAN

Bali merupakan pulau yang kaya akan keindahan alam dan kekayaan seni budaya, sekaligus menjadi ikon Indonesia khususnya dalam bidang pariwisata. Kebudayaan menjadi salah satu landasan pembangunan kepariwisataan di Bali yang memiliki keistimewaan di mata masyarakat dunia, oleh karenanya pulau Bali mendapat kontribusi dalam menyumbangkan banyak devisa dan mendukung perekonomian nasional. Pada tahun 2017, Bali berhasil menduduki peringkat pertama dari 25 destinasi terbaik di dunia mengalahkan kota-kota besar di Eropa seperti London, Paris, Roma, New York, Kreta, Barcelona, Siem Reap, Praha serta Puket (TripAdvisor dalam Kompas, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa minat wisatawan, baik nusantara maupun mancanegara untuk berkunjung ke Bali masih sangat besar. Berikut ini dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara yang datang ke Bali pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara ke Bali Tahun 2011-2016

Tahun	Jumlah Wisatawan (Orang)		Total Wisatawan (Orang)	Pertumbuhan (%)
	Nusantara	M mancanegara		
2011	5.675.121	2.756.579	8.431.700	-
2012	6.063.558	2.892.019	8.955.577	6,21
2013	6.976.536	3.278.598	10.255.134	14,51
2014	6.394.307	3.766.638	10.160.945	(0,92)
2015	7.147.100	4.001.835	11.148.935	9,72
2016	8.643.680	4.927.937	13.571.617	21,73
	<b>Total</b>		62.523.908	51,26
	<b>Rerata</b>		10.420.651	10,25

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Bali (2017)

Berdasarkan Tabel 1, rata-rata pertumbuhan wisatawan sebesar 10,25 persen. Tingkat pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2016 mencapai 21,73 persen. Hal ini tidak terlepas karena adanya promosi pariwisata Bali di media yang gencar ke negara-negara lain. Pertumbuhan wisatawan meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, sedangkan pada tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan menurun dikarenakan naiknya kurs dolar di beberapa negara (PHRI Bali dalam Kabar, 2017). Pulau Bali terbagi atas empat wilayah yakni Bali Utara, Bali Selatan, Bali Timur dan Bali Barat dengan sembilan kabupaten/kota yaitu Jembrana, Tabanan, Badung, Gianyar, Klungkung, Bangli, Karangasem, Buleleng dan Denpasar. Salah satu kabupaten yang memiliki beragam daya tarik wisata dan diminati banyak wisatawan adalah Kabupaten Gianyar. Hal ini dapat dilihat dari jumlah daya tarik wisata di Bali pada tahun 2016 pada Tabel 2.

Tabel 2. Daya Tarik Wisata di Provinsi Bali Tahun 2016

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Daya Tarik Wisata
1	Gianyar	61
2	Bangli	39
3	Badung	36
4	Buleleng	25
5	Tabanan	24
6	Klungkung	17
7	Karangasem	15
8	Jembrana	15
9	Denpasar	8

**Total**

**240**

Sumber : Direktori Dinas Pariwisata Provinsi Bali (2016)

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa Kabupaten Gianyar memiliki daya tarik wisata yang paling mendominasi yaitu sebanyak 61 daya tarik wisata. Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Gianyar Nomor 402 Tahun 2008 tentang Penetapan Daya Tarik Wisata Kabupaten Gianyar, baik yang dikategorikan sudah berkembang maupun potensial untuk dikembangkan terdiri dari 19 daya tarik wisata peninggalan purbakala, 15 daya tarik wisata budaya, 7 daya tarik wisata bahari, 12 daya tarik wisata alam, 5 daya tarik wisata rekreasi, 2 daya tarik wisata wana dan 1 daya tarik wisata remaja. Selain adanya daya tarik wisata, eksistensi Kabupaten Gianyar juga didukung oleh potensi seni dan budaya diantaranya seni tari, seni musik/tabuh, seni lukis, seni suara maupun seni karya. Ragam seni seperti inilah yang memberi potensi untuk membuat wisatawan betah berada di destinasi yang dikunjungi. Kabupaten Gianyar sebagai salah satu tujuan wisata unggulan yang juga menyimpan banyak potensi yang dapat dikembangkan menjadi sebuah desa wisata. Terkait hal tersebut, Pemerintah Kabupaten Gianyar telah menetapkan 30 desa wisata yang terdiri dari berbagai jenis wisata seperti wisata alam, agro wisata dan wisata budaya yang juga tersebar di ketujuh Kecamatan, salah satunya adalah Ubud.

Ubud merupakan kawasan wisata yang sudah terkenal bukan saja di Indonesia melainkan juga di dunia internasional. Keindahan panorama alam, seni, budaya, adat istiadat dan kereligiusan masyarakat menjadikan Ubud memiliki daya tarik yang menyuguhkan nuansa berbeda dengan destinasi wisata lainnya. Seiring perkembangan wisata Ubud, belakangan ini kehadiran restoran atau kuliner Ubud diakui juga sebagai daya tarik wisata, bahkan masuk sebagai salah satu *primary attraction*, alasan utama yang mendorong atau menarik wisatawan datang ke Ubud (Pitanatri dan Putra, 2016:33). Adapun jumlah kunjungan wisatawan ke Kecamatan Ubud dari tahun 2011 sampai tahun 2016 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara ke Kecamatan Ubud Tahun 2011-2016.

Tahun	Jumlah Wisatawan (Orang)		Total Wisatawan (Orang)	Pertumbuhan (%)
	Nusantara	M mancanegara		
2011	32.128	122.925	255.053	-
2012	37.531	153.494	191.025	18,83
2013	33.885	158.330	192.215	0,62
2014	42.809	171.103	213.912	10,14
2015	33.769	165.763	199.532	(7,21)
2016	32.545	840.558	873.103	77,15
	<b>Total</b>		<b>1.824.840</b>	<b>99,53</b>
	<b>Rerata</b>		<b>304.140</b>	<b>19,91</b>

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar (2017)

Berdasarkan Tabel 3, rata-rata pertumbuhan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Ubud sebesar 19,91 persen. Pada tahun 2016 kunjungan wisatawan mengalami peningkatan, walaupun sebelumnya sempat mendapat isu adanya bom. Namun, tidak memberi pengaruh yang begitu signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Kehadiran wisatawan mancanegara memberi pengaruh besar dalam pembangunan Ubud. Perbandingan wisatawan mancanegara dengan wisatawan nusantara yaitu sebesar 96 persen berbanding 4 persen. Hal ini menandakan ajang promosi yang telah dilakukan melalui event-event yang bersifat internasional seperti *Ubud Festival* yang menampilkan potensi seni dan budaya yang dimiliki termasuk kulinernya dan *Ubud Writers Readers Festival* yang menjadi ajang bertemu bagi para penulis dari

mancanegara yang juga secara rutin dilaksanakan setiap tahun mampu mendorong pertumbuhan wisatawan terutama wisatawan mancanegara. Pitana dalam workshop “Strategi Pemasaran Wisata Kuliner dan Belanja dalam Tingkatan Kunjungan Wisman” menekankan pentingnya peranan kuliner untuk diplomasi budaya dan ekonomi, dijelaskan pula kekayaan kuliner khas Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara. Kegiatan aktifitas seni budaya lainnya yang dilaksanakan oleh masyarakat Kelurahan Ubud, juga menjadi suatu tradisi yang dijalankan secara turun temurun oleh setiap generasi, sehingga jaminan akan keberlangsungan dari perkembangan pariwisata di Kelurahan Ubud akan tetap terjaga.

Pada tahun 2013, Ubud dinobatkan sebagai salah satu kota terbaik di Asia oleh Conde Nast Traveller dan meraih skor tertinggi berdasarkan indikator atmosfer, seni dan budaya, penginapan, restoran, situs, keramahan penduduk, dan fasilitas belanja. Salah satu elemen yang mendukung Ubud sebagai pemenang adalah pada kriteria restoran. Hal ini dikarenakan kuliner di Ubud merupakan makanan khas dan memiliki cita rasa atau unsur bumbu yang dipakai, pengetahuan tentang cara memasak melalui program *cooking class*, fungsi makanan, cara makan, gaya hidup, tradisi, dan kebudayaan bagi wisatawan untuk mendapatkan pengalaman menikmati makanan lokal (Pitanatri dan Putra, 2016). Adapun jumlah restoran di Kecamatan Ubud dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Data Restoran di Kecamatan Ubud Tahun 2016

No	Kelurahan/Desa	Total (unit)
1	Ubud	108
2	Mas	39
3	Kedewatan	20
5	Peliatan	13
4	Sayan	9
6	Singakerta, Lodtunduh, Petulu	0
<b>Total</b>		<b>189</b>

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar (2017)

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa jumlah restoran di Kelurahan Ubud sebanyak 108 unit. Angka tersebut menunjukkan keberadaan restoran di Kelurahan Ubud paling mendominasi, apabila di dibandingkan dengan keberadaan restoran di desa lainnya, sehingga wisatawan yang berkunjung ke Ubud dapat menentukan lebih banyak pilihan ketika akan menikmati makanan di restoran, terutama di Kelurahan Ubud. Berbagai jenis restoran yang ada di Kelurahan Ubud dapat menimbulkan persaingan sehingga pelaku usaha dituntut agar lebih inovatif dalam mengelola restoran agar tidak kehilangan konsumen. Selain itu, terdapat dua alasan yang mendorong seseorang datang ke restoran yaitu rasa lapar alamiah dan lapar karena keinginan. Lapar alamiah mendorong seseorang agar bisa makan dimana dan apa saja. Namun, jika lapar karena keinginan, seseorang akan mencari lebih dari sekedar mengisi perut, misalnya menu harus spesial dan suasana menyenangkan. Sugi (dalam Rachmawati, 2009:43). Oleh sebab itu, sebaiknya sebuah restoran mempunyai strategi untuk mengetahui keinginan wisatawan agar dapat bertahan dan bersaing secara kompetitif.

Menyikapi hal tersebut, penting bagi pelaku usaha agar lebih memperhatikan tanggapan wisatawan terhadap restoran yang dapat mempengaruhi pembelian dan mengetahui keinginan pasar, maka akan memudahkan penyedia jasa restoran dalam melakukan inovasi untuk keberlanjutan usaha yang telah dibangun. Oleh karena itu, dilakukan suatu penelitian untuk mengetahui persepsi wisatawan khususnya wisatawan mancanegara dalam memilih restoran di Kelurahan Ubud. Hasil yang diperoleh nanti akan berguna bagi penyedia jasa restoran untuk menawarkan produk makanan yang mampu memenuhi keinginan wisatawan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Ubud. Lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah restoran yang berada di Kelurahan Ubud dan sekitaran area restoran. Adapun restoran tersebut adalah restoran Ibu Rai, restoran Casa Luna, Restoran Nomad, restoran Bebek Bengil, restoran Tropical View dan restoran *The Bridges*. Restoran Ibu Rai, Casa Luna dan Nomad dipilih karena berada dekat pusat kota. Sedangkan restoran Bebek Bengil, Tropical View dan *The Bridges* berada dekat alam berupa persawahan. Ubud adalah sebuah daerah tujuan pariwisata yang diunggulkan di Kabupaten Gianyar. Selain itu, berbagai sarana dan prasarana yang menjadi kebutuhan para wisatawan juga telah tersedia, terutama untuk kebutuhan akan makanan dan minuman wisatawan.

### Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang digunakan untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

- 1) Karakteristik wisatawan yang dimaksud dalam penelitian ini berdasarkan kategori wisatawan yaitu jenis kelamin, kebangsaan, usia, pendidikan, pekerjaan dan tujuan perjalanan.
- 2) Persepsi merupakan tanggapan wisatawan mancanegara dalam mempertimbangkan suatu produk berdasarkan 9 (sembilan) indikator yaitu harga, suasana, kualitas makanan, keunikan makanan, porsi, standar konsisten, jenis menu, tingkat pelayanan dan lokasi.

Variabel dan indikator dalam pemilihan restoran di Kelurahan Ubud dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Variabel dan Indikator Pemilihan Restoran di Kelurahan Ubud

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Karakteristik Wisatawan	1. Jenis Kelamin	Seaton & Bennet (dalam Suwena dan Widyatmaja, 2010)
		2. Kebangsaan	
		3. Usia	
		4. Pendidikan	
		5. Pekerjaan	
		6. Tujuan perjalanan	
2	Persepsi Wisatawan	1. Harga Makanan	Andrew, Sudhir (2008)
		2. Suasana	
		3. Kualitas makanan	
		4. Keunikan makanan	
		5. Porsi	
		6. Standar konsisten	
		7. Jenis menu	
		8. Tingkat Pelayanan	
		9. Lokasi	

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner, studi kepustakaan dan dokumentasi. Pengambilan sampel ditentukan menggunakan *accidental sampling* (100 wisatawan mancanegara). Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dan analisis tabulasi silang (*crosstab*). Deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan juga menginterpretasikan data terkait persepsi wisatawan mancanegara dalam memilih restoran di Kelurahan Ubud dengan menggunakan

kuesioner berskala *likert*. Setiap jawaban yang diberikan oleh responden memiliki bobot nilai yang berbeda dan memiliki lima pilihan alternatif jawaban sebagai berikut.

- 1) Skor 5 (lima) untuk jawaban sangat setuju (SS)
- 2) Skor 4 (empat) untuk jawaban setuju (S)
- 3) Skor 3 (tiga) untuk jawaban moderat (M)
- 4) Skor 2 (dua) untuk jawaban tidak setuju (TS)
- 5) Skor 1 (satu) untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

Persepsi wisatawan dalam memilih restoran, dibuat berdasarkan kategori dengan rumus :

$$\frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah kelas}} = \text{rentang} / \text{interval}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan rumus tersebut, berarti bahwa masing-masing kategori memiliki rentang nilai (interval) sebesar 0,8. Hal ini dapat dilihat pada nilai rata-rata berikut :

- 1) 4,20 – 5,00 : Termasuk kategori sangat setuju (SS)
- 2) 3,40 – 4,19 : Termasuk kategori setuju (S)
- 3) 2,60 – 3,39 : Termasuk kategori moderat (M)
- 4) 1,80 – 2,59 : Termasuk kategori tidak setuju (TS)
- 5) 1,00 – 1,79 : Termasuk kategori sangat tidak setuju (STS)

Menurut Indratno (1998), tabulasi silang merupakan metode analisis kategori data yang menggunakan data nominal, ordinal, interval serta kombinasi diantaranya. Prosedur tabulasi silang digunakan untuk menghitung banyaknya kasus yang mempunyai kombinasi nilai-nilai yang berbeda dari dua variabel dan menghitung harga-harga statistik beserta ujinya. Tabulasi silang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk tabulasi, yang meliputi baris dan kolom . Pada penelitian ini analisis tabulasi silang digunakan untuk mengukur hubungan 6 karakteristik wisatawan sebagai variabel bebas dan 9 indikator persepsi pemilihan restoran sebagai faktor prediktor.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ubud merupakan daerah tujuan pariwisata yang diunggulkan di Kabupaten Gianyar dan memiliki daerah kawasan hutan, yang terkenal ke mancanegara, yaitu: *Monkey Forest*, sekaligus sebagai daerah konservasi terhadap flora dan fauna yang ada di dalamnya terutama kera. Di samping itu, wilayah Kelurahan Ubud juga terdiri dari daerah persawahan yang masih asli, yang merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Ubud serta pemandangan alam lainnya yang masih alami. Supaya ubud tetap menjadi pusat pariwisata budaya, maka seluruh lapisan masyarakat harus berpartisipasi mendukung pariwisata ubud. Dukungan partisipasi aktif masyarakat ubud antara lain dengan selalu menerapkan “sapta pesona” dan pemahaman tentang pariwisata, manfaat yang diperoleh dari pembangunan dan menunjang pariwisata. Pembangunan pariwisata di Ubud dilakukan dengan cara melestarikan kebudayaan sebagai dasar menunjang pariwisata. Penyelenggaraan pariwisata budaya yang dilaksanakan di Ubud berdasarkan pada azas manfaat, usaha bersama dan kekeluargaan, adil dan merata, percaya pada diri sendiri dan peri kehidupan, keseimbangan, keserasian dan keselarasan yang berdasar pada agama hindu. Penyelenggaraan pariwisata budaya tidak terlepas dari partisipasi masyarakatnya, karena masyarakat merupakan motor penggerak dari kebudayaan itu sendiri.

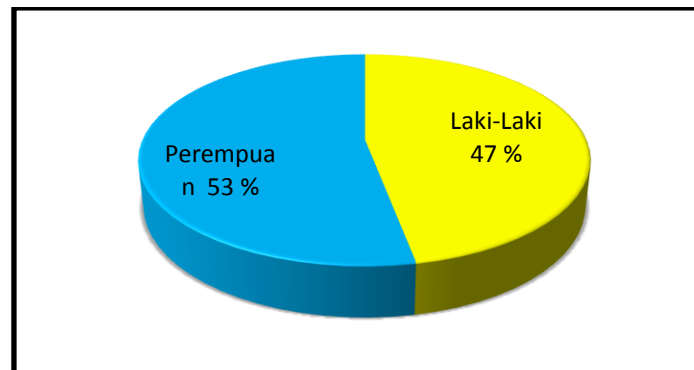
#### 3.1 Karakteristik Responden yang Berkunjung pada Restoran di Kelurahan Ubud

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada seratus (100) wisatawan mancanegara mengenai persepsi dalam memilih restoran, maka dapat diketahui karakteristik

responden berdasarkan kebangsaan, jenis kelamin, kelompok usia, pendidikan, pekerjaan, tujuan perjalanan, tipe restoran yang disukai dan sumber informasi tentang restoran. Berikut dijelaskan masing-masing karakteristik responden yaitu :

**Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut.

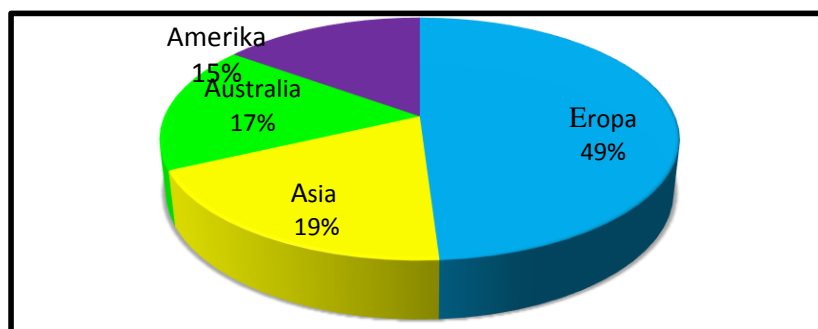


Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi dua yakni laki-laki dan perempuan. Gambar 1, menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 47 orang atau dengan persentase 47 persen, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 53 orang atau dengan persentase 53 persen. Perbedaan jumlah responden antara laki-laki dan perempuan tidak terlalu signifikan dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok setiap orang.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Kebangsaan**

Adapun karakteristik responden berdasarkan kebangsaan dapat dilihat pada Gambar 2 sebagai berikut.



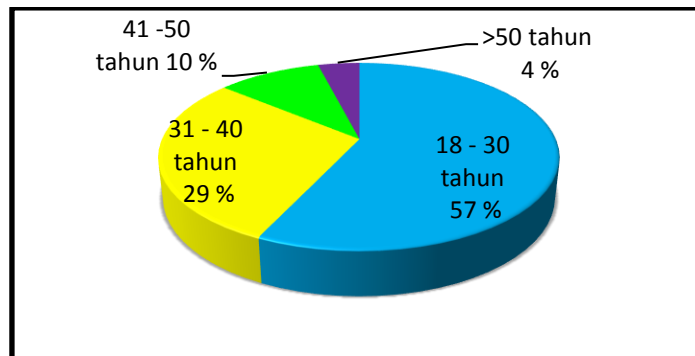
Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kebangsaan

Karakteristik responden yang mengunjungi restoran di Kelurahan Ubud berasal dari berbagai negara. Responden yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara. Gambar 2, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah wisatawan yang berasal dari benua Eropa sebanyak 49 orang atau dengan persentase 49 persen, kemudian diikuti oleh wisatawan yang berasal dari benua Asia sebanyak 19 orang atau dengan persentase 19 persen. Selanjutnya wisatawan yang berasal dari benua Australia sebanyak 17 orang atau

dengan persentase 17 persen. Sedangkan wisatawan yang berasal dari benua Amerika sebanyak 15 orang atau dengan persentase 15 persen.

**Karakteristik Berdasarkan Kelompok Usia**

Adapun karakteristik responden berdasarkan kelompok usia dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut.

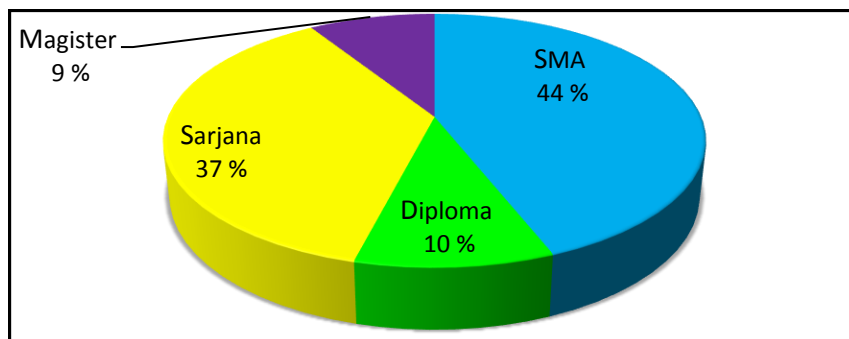


Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Karakteristik responden yang mengunjungi restoran di Kelurahan Ubud berasal dari berbagai kelompok usia, mulai dari usia remaja, usia kerja dan usia lanjut. Gambar 3, menunjukkan bahwa mayoritas responden didominasi oleh wisatawan dengan kelompok usia antara 18-30 tahun sebanyak 57 orang atau 57 persen. Kemudian diikuti oleh kelompok usia antara 31-40 tahun sebanyak 29 orang atau 29 persen. Wisatawan yang mengunjungi restoran di Kelurahan Ubud kebanyakan berada pada rentang usia yang masih relatif muda. Wisatawan yang merupakan golongan usia muda adalah kelompok usia aktif dalam melakukan aktivitas dan senang untuk mencoba hal-hal yang baru termasuk dalam pemilihan kebutuhan yang akan dikonsumsi. Sedangkan responden dengan kelompok usia antara 41-50 tahun sebanyak 10 orang atau 10 persen. Sisanya berada pada kelompok usia diatas 50 tahun sebanyak 4 orang atau 4 persen.

**Karakteristik Berdasarkan Pendidikan**

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Gambar 4 sebagai berikut.



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

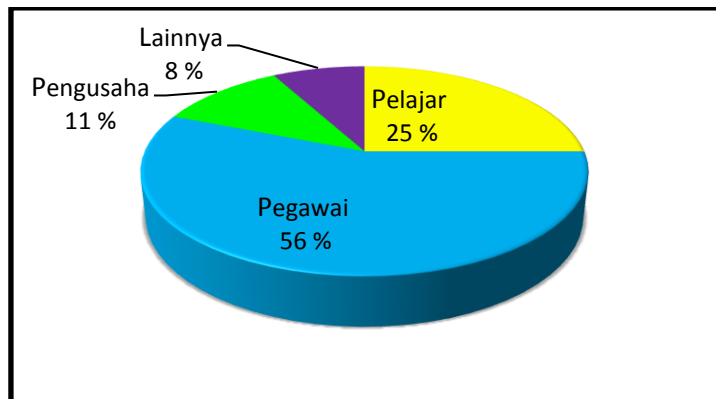
Gambar 4, menunjukkan bahwa mayoritas tingkat pendidikan responden adalah SMA sebanyak 44 orang atau 44 persen. Kemudian diikuti oleh pendidikan sarjana sebanyak 37 orang atau 37 persen. Diploma sebanyak 10 orang atau 10 persen. Sisanya adalah pendidikan Magister



sebanyak 9 orang atau 9 persen. Diagram 4.4 juga menerangkan bahwa wisatawan yang mengunjungi restoran didominasi oleh wisatawan yang mempunyai latar belakang pendidikan yang cukup tinggi.

**Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Gambar 5 sebagai berikut.

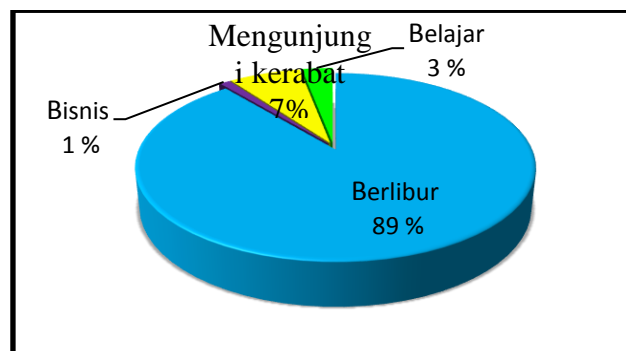


Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 5, menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan responden adalah sebagai pegawai yaitu sebanyak 56 orang atau sebesar 56 persen, kemudian diikuti oleh kalangan pelajar sebanyak 25 orang atau dengan persentase sebesar 25 persen. Pengusaha sebanyak 11 orang atau sebesar 11 persen dan lainnya sebanyak 8 orang atau 8 persen (1 responden bekerja sebagai hakim, 1 responden bekerja sebagai manajer dan 6 responden tidak memberikan keterangan). Dilihat dari karakteristik pekerjaan, dapat diketahui bahwa kebanyakan responden sudah bekerja dan memiliki penghasilan secara pribadi.

**Karakteristik Berdasarkan Tujuan Perjalanan**

Adapun karakteristik responden berdasarkan tujuan perjalanan dapat dilihat pada Gambar 6 sebagai berikut.



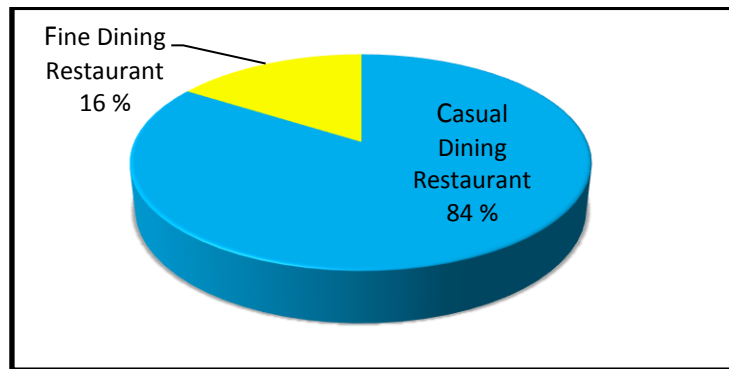
Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Perjalanan

Gambar 6, menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang mengunjungi restoran di Kelurahan Ubud memiliki tujuan perjalanan untuk berlibur yaitu sebanyak 89 orang atau 89 persen. Kemudian, diikuti oleh wisatawan yang ingin mengunjungi teman atau kerabat sebanyak 7 orang atau 7 persen. Wisatawan yang bertujuan untuk belajar atau sedang melakukan penelitian sebanyak 3 orang atau 3 persen. Sisanya sebanyak 1 orang atau 1 persen menjalankan

bisnis usaha dengan melakukan pembelian barang-barang kerajinan yang terbuat dari kayu kemudian di kirim ke negara asal wisatawan untuk dipasarkan kembali.

**Karakteristik Berdasarkan Tipe Restoran**

Adapun karakteristik responden berdasarkan tipe restoran dapat dilihat pada Gambar 7 sebagai berikut.

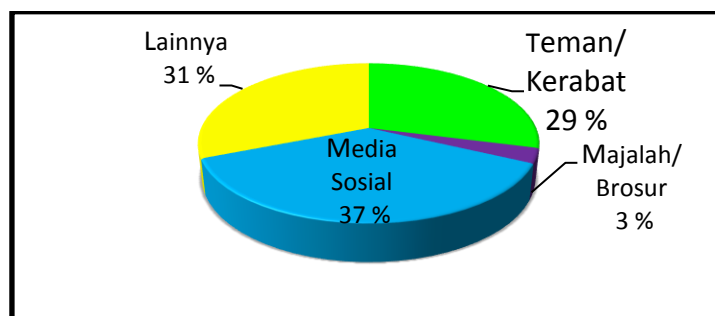


Gambar 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Restoran

Gambar 7, menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan memilih restoran dengan tipe *casual dining restaurant* sebanyak 84 orang atau dengan persentase 84 persen. Sedangkan, wisatawan yang memilih restoran tipe *fine dining restaurant* sebanyak 16 orang atau dengan persentase 16 persen. Wisatawan mancanegara lebih dominan memilih tipe *casual dining restaurant*, karena restoran tipe ini menawarkan makanan dengan harga yang tidak terlalu mahal dan suasana restoran yang santai. Restoran ini juga menyediakan layanan meja maupun layanan prasmanan yang dibantu oleh staff yang terampil.

**Karakteristik Berdasarkan Sumber Informasi**

Adapun karakteristik responden berdasarkan sumber informasi dapat dilihat pada Gambar 8 sebagai berikut.



Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Gambar 8, menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan mengetahui informasi tentang restoran di Kelurahan Ubud melalui media sosial (*facebook, instagram, twitter, dll*) sebanyak 37 orang atau 37 persen. Wisatawan yang menyatakan lain-lain sebanyak 31 orang atau 31 persen yang diketahui melalui situs website, TripAdvisor dan juga wisatawan yang secara langsung berada dekat restoran kemudian mencoba untuk mengunjungi restoran tersebut. Kemudian, sebanyak 29 orang atau 29 persen mengetahui informasi dari teman/kerabat dan 3 orang atau 3 persen dari majalah/brosur.

### 3.2 Persepsi Wisatawan Mancanegara dalam Memilih Restoran

Tabel 6. Persepsi Wisatawan Mancanegara dalam Memilih Restoran di Kelurahan Ubud

Indikator	Sub-Indikator	STS	TS	M	S	SS
		1	2	3	4	5
Harga Makanan	Rp50.000-Rp100.000	0	0	3	44	53
	>Rp100.000	0	1	11	47	41
	Total Skor	0	2	42	364	470
	Rata-Rata Skor	878 4,39 (SS)				
Suasana	Tradisional	0	0	1	40	59
	Modern	0	3	19	44	34
	Total Skor	0	6	60	336	465
	Rata-Rata Skor	867 4,34 (SS)				
Kualitas Makanan	Makanan segar	0	0	5	73	22
	Makanan bernutrisi	0	0	1	23	76
	Total Skor	0	0	18	384	490
	Rata-Rata Skor	892 4,46 (SS)				
Keunikan Makanan	Cita rasa	0	0	5	31	64
	Penyajian	0	2	22	55	21
	Total Skor	0	4	81	344	425
	Rata-Rata Skor	854 4,27 (SS)				
Porsi	Sedikit dengan set menu	0	3	18	47	32
	Banyak dengan 1 menu	0	1	9	38	52
	Total Skor	0	8	81	340	420
	Rata-Rata Skor	849 4,25 (SS)				
Standar Konsisten	Standar makanan	0	0	14	47	39
	Standar pelayanan	0	3	19	46	32
	Total Skor	0	6	99	372	355
	Rata-Rata Skor	832 4,16 (S)				
Jenis Menu	Menu ala carte	0	0	10	43	47
	Menu Table D'hote	1	2	15	43	39
	Total Skor	1	4	75	344	430
	Rata-Rata Skor	854 4,27 (SS)				
Tingkat Pelayanan	Pelayan ramah	0	0	3	16	81
	Penyajian tepat waktu	0	0	9	78	13
	Total Skor	0	0	36	376	470
	Rata-Rata Skor	882 4,41 (SS)				
Lokasi	Dekat alam (sawah/sungai)	0	0	2	28	70
	Dekat pusat kota	0	4	31	45	20
	Total Skor	0	8	99	292	450
	Rata-Rata Skor	849				

	Rata-Rata Skor	4,25 (SS)
	Rata-Rata Keseluruhan	4,31 (SS)

Sumber : Hasil Penelitian (2017)

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui persepsi wisatawan mancanegara dalam memilih restoran. Pada indikator harga makanan, wisatawan mancanegara dominan memilih harga makanan rentang harga Rp50.000-Rp100.000 yaitu sebanyak 53 responden. Dengan harga tersebut, wisatawan sudah dapat menikmati salah satu makanan mulai dari *appetizer* sampai *dessert* seperti *shrimp avocado salad*, *spring roll*, *chicken soup*, *marinated grill chicken* dan *coconut cream pay*, karena harga rata-rata makanan sekitar Rp50.000-Rp100.000. Sedangkan pilihan harga makanan diatas Rp100.000 dipilih sebanyak 47 responden. Dengan harga tersebut, wisatawan dapat menikmati makanan lebih dari satu jenis sesuai dengan keinginan. Menurut perhitungan skala *likert*, persepsi wisatawan wisatawan mancanegara mengenai harga makanan mendapatkan total skor 878 dengan rata-rata sebesar 4,39. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar kepada wisatawan mancanegara yang mengunjungi restoran di Kelurahan Ubud, harga makanan pada restoran di Kelurahan Ubud sesuai dengan kualitas rasa yang diinginkan oleh wisatawan. Bahkan wisatawan mampu membayar lebih untuk menikmati makanan dengan sajian yang unik dan menarik.

Pada indikator suasana, wisatawan mancanegara dominan memilih suasana tradisional yaitu sebanyak 59 responden, sedangkan pada indikator suasana modern dipilih sebanyak 44 responden. Dari hasil perhitungan skala *likert* terhadap indikator suasana diperoleh total skor sebesar 867 dengan nilai rata-rata sebesar 4,34. Hal ini menggambarkan bahwa wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Ubud cenderung menginginkan suasana tradisional. Suasana tradisional tercipta melalui tampilan bangunan, dekorasi, fasilitas restoran, musik, penampilan pelayan dan makanan yang disajikan berciri khas budaya Bali. Suasana tradisional membuat wisatawan merasa nyaman dan senang sehingga dapat mendorong terjadinya pembelian.

Persepsi wisatawan mancanegara berdasarkan kualitas makanan diperoleh nilai tertinggi yaitu sebanyak 76 responden memilih kualitas makanan yang bernutrisi, sedangkan nilai tertinggi pada kualitas makanan segar dipilih oleh sebanyak 73 responden. Dari hasil perhitungan skala *likert* diperoleh total skor sebesar 892 dengan nilai rata-rata sebesar 4,46. Makanan yang dijual di restoran mampu memenuhi kebutuhan gizi konsumen dan tetap menjaga kualitas makanan dari proses mentah, pengolahan sampai penyajian. Selain itu, makanan yang bernutrisi mempunyai kandungan gizi yang sangat bermanfaat untuk kesehatan.

Persepsi wisatawan mancanegara berdasarkan keunikan makanan dibedakan menjadi dua yakni unik pada cita rasa dan unik pada penyajian makanan. Pada indikator keunikan makanan, kebanyakan wisatawan memilih unik pada cita rasa yaitu sebanyak 64 responden yang menyatakan “sangat setuju”, sedangkan sebanyak 55 responden yang menyatakan “setuju” pada penyajian yang unik. Dari hasil perhitungan skala *likert* diperoleh total skor sebesar 854 dengan nilai rata-rata sebesar 4,27. Berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan kepada wisatawan rata-rata menjawab pilihan sangat setuju terhadap keunikan makanan, dengan alasan bahwa di Kelurahan Ubud sangat terkenal dengan kuliner lokal, yang menyediakan makanan dengan isian bumbu dari rempah-rempah pilihan yang diolah sehingga menghasilkan sajian makanan yang dapat menggugah selera makan.

Persepsi wisatawan berdasarkan porsi diperoleh sebanyak 52 responden memilih makanan porsi banyak dengan satu menu, sedangkan pada makanan porsi sedikit dengan set menu dipilih sebanyak 47 responden. Dari hasil perhitungan skala *likert* diperoleh total skor sebesar 849 dengan nilai rata-rata sebesar 4,25. Saat seseorang memilih untuk makan di luar rumah, satu hal yang kerap menjadi pertanyaan sebelum memesan adalah seberapa besar porsi makanan yang disajikan. Jika berbicara tentang porsi normal, porsi makanan tentunya berbeda ukuran di setiap negara. Jones, dkk (dalam Adinugraha dan Michael, 2015) menyatakan bahwa setiap penyajian makanan umumnya sudah ditentukan porsi standar untuk rincian dan jumlah bahan makanan yang digunakan di setiap hidangan.

Persepsi wisatawan berdasarkan standar konsisten dibedakan menjadi dua yakni standar makanan dan standar pelayanan. Pada standar makanan memperoleh nilai sebanyak 47 responden. Pada standar pelayanan memperoleh nilai sebanyak 43 responden. Dari hasil perhitungan skala *likert* diperoleh total skor sebesar 832 dengan nilai rata-rata sebesar 4,16. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada wisatawan mancanegara rata-rata menjawab setuju dengan alasan bahwa adanya standar makanan dan pelayanan memudahkan wisatawan untuk memberikan penilaian tentang restoran tersebut.

Persepsi wisatawan mancanegara berdasarkan jenis menu diperoleh nilai tertinggi yaitu sebanyak 47 responden memilih pada jenis menu *ala carte* dan sebanyak 43 responden memilih jenis menu *table d'hote*. Dari hasil perhitungan skala *likert* pada indikator jenis menu diperoleh total skor sebesar 854 dengan nilai rata-rata sebesar 4,27. Jenis menu yang ada di restoran memiliki varian makanan yang beragam, mulai dari makanan pembuka sampai makanan penutup, dalam hal ini konsumen bebas memilih menu yang tersedia baik dari luar restoran maupun dalam restoran, karena terdapat restoran yang meletakkan jenis menunya di depan pintu masuk restoran.

Persepsi wisatawan mancanegara berdasarkan tingkat pelayanan memperoleh nilai tertinggi yaitu sebanyak 81 responden memilih pelayanan dengan pelayan yang ramah dan sebanyak 78 responden memilih pelayanan dengan penyajian tepat waktu. Dari hasil perhitungan skala *likert* pada indikator tingkat pelayanan diperoleh total skor sebesar 882 dengan nilai rata-rata sebesar 4,41. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada wisatawan, rata-rata menjawab sangat setuju pada indikator tingkat pelayanan dengan alasan bahwa pelayanan yang diberikan kepada wisatawan sangat ramah, sopan dan handal dalam melayani konsumen sehingga wisatawan merasa puas ketika melakukan pembelian.

Persepsi wisatawan berdasarkan pilihan lokasi memperoleh nilai tertinggi yaitu sebanyak 70 responden memilih lokasi dekat dengan alam berupa sawah atau sungai dan sebanyak 45 responden memilih lokasi dekat pusat kota. Dari hasil perhitungan skala *likert* pada indikator lokasi diperoleh total skor 849 dengan nilai rata-rata sebesar 4,25. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, wisatawan rata-rata menjawab sangat setuju pada indikator lokasi. Hal ini dikarenakan daerah Ubud yang sudah terkenal dengan keindahan alam dan budayanya, sehingga wisatawan yang berkunjung ke Ubud menginginkan sensasi yang berbeda, bukan hanya sekadar untuk menikmati makanan tetapi juga menikmati keindahan alam yaitu dengan mencari restoran yang memiliki posisi strategis.

Persepsi wisatawan dalam memilih restoran di Kelurahan Ubud secara keseluruhan menunjukkan kategori “sangat setuju” dengan rata-rata keseluruhan sebesar 4,31. Indikator kualitas makanan berada pada nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,46. Restoran di Kelurahan Ubud sudah menjamin kualitas makanan yang baik, dilihat dari bahan makanan yang masih segar, proses pengolahan yang memenuhi standar hygiene dan sanitasi, serta penyajian makanan yang menarik. Kualitas makanan juga memegang peranan penting dalam menjalankan bisnis restoran, karena setiap pembeli yang merasa puas dengan makanan yang disajikan, akan mendorong orang tersebut untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Walker dan Lumberg (dalam Kusumah, 2011) bahwa kebutuhan utama konsumen adalah memenuhi rasa lapar namun, pelaku usaha harus berorientasi pada kepentingan konsumen dan harus memperhatikan dimensi kualitas makanannya. Sedangkan skor terendah berada pada indikator standar konsisten yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,16. Standar konsisten yang diterapkan oleh pihak restoran di Kelurahan Ubud telah memenuhi standar makanan dan pelayanan yang berlaku di setiap restoran, standar makanan sesuai dengan resep dan dimasak oleh koki handal dibidangnya. Selain itu, restoran di Kelurahan Ubud mempunyai *waiter* dan *waitress* yang mampu melayani pembeli dengan baik, sesuai standar operasional pelayanan restoran mulai dari pembeli baru memasuki restoran sampai meninggalkan restoran.

### 3.3 Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Setiap wisatawan memiliki persepsi yang berbeda terhadap pilihan restoran hal ini dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing wisatawan yang tentunya dapat mempengaruhi pemilihan restoran. Berikut ini karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin, kebangsaan, usia, pendidikan, pekerjaan dan tujuan perjalanan.

#### Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi dua yaitu jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Tabulasi silang karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Jenis Kelamin Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Jenis Kelamin	Kategori					Total	
	STS	TS	M	S	SS		
Laki-Laki	F	0	6	85	377	378	846
	%	0,0%	0,7%	10,0%	44,6%	44,7%	100,0%
Perempuan	F	1	13	112	411	417	954
	%	0,1%	1,4%	11,7%	43,1%	43,7%	100,0%

Sumber : Hasil Penelitian (2017)

Jenis kelamin merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi pemilihan restoran (Sanjur, dalam Suswanti 2013). Berdasarkan Tabel 7, dapat dilihat hasil tabulasi silang karakteristik berdasarkan jenis kelamin terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran, dilihat dari persentasenya dapat disimpulkan bahwa wisatawan berjenis kelamin laki-laki memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan perempuan. Dari perhitungan tabulasi silang diketahui bahwa wisatawan laki-laki dan perempuan dominan menyatakan sangat setuju pada persepsi pemilihan restoran dengan nilai perbandingan 378 responden atau 44,7 persen dan 417 responden atau 43,7 persen. Pada penelitian yang dilakukan oleh Butchal dalam (Marsellita, 2012) dari *New American Diner Study* (NADS) pada tahun 2005 dalam jurnalnya *Food Battle of the sexes*, menunjukkan adanya perbedaan perilaku pria dan wanita saat makan dalam sebuah restoran. Pria lebih banyak menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran sebesar 55,9 persen dan lebih mengutamakan *independent restaurant* daripada *chain restaurant* yaitu sebesar 43,6 persen, Sedangkan, wanita memiliki porsi makan yang terlalu banyak sebesar 63 persen, membawa pulang makanan ke rumah sebesar 83,1 persen, dan berbagi makanan sebesar 43,6 persen. Hasil penelitian Marsellita (2012) dari segi harga, makanan dan pelayanan menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan antara wanita dan pria dalam hal harga, makanan dan pelayanan, hal ini dilihat dari nilai signifikansi berada di atas  $>0,1$ . Hal ini menunjukkan bahwa pria dan wanita memiliki tujuan yang sama dalam memasuki sebuah restoran, yaitu mendapatkan harga yang sesuai, makanan yang enak dan pelayanan yang baik. Berdasarkan suasana, menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara wanita dan pria dalam hal suasana, hal ini dilihat dari nilai signifikansi berada di bawah  $<0,1$ . Hal ini disebabkan wanita umumnya menyukai hal-hal yang unik, dan perhatian terhadap detail yang ada dalam sebuah restoran jauh lebih tinggi dibandingkan pria. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tungkiman (2015) yang menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki paling banyak berpartisipasi dengan total persentase 60,31 persen terhadap faktor-faktor pemilihan restoran di Surabaya.

### Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Kebangsaan Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Karakteristik wisatawan berdasarkan kebangsaan dibagi menjadi empat yaitu Eropa, Amerika, Australia dan Asia. Tabulasi silang karakteristik wisatawan berdasarkan kebangsaan terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Kebangsaan Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Kebangsaan	Kategori					Total	
	STS	TS	M	S	SS		
Eropa	F	0	7	84	347	346	784
	%	0,0%	0,9%	10,7%	44,3%	44,1%	100,0%
Amerika	F	1	6	30	119	114	270
	%	0,4%	2,2%	11,1%	44,1%	42,2%	100,0%
Australia	F	0	1	21	140	144	306
	%	0,0%	0,3%	6,9%	45,8%	47,1%	100,0%
Asia	F	0	3	44	149	146	342
	%	0,0%	0,9%	12,9%	43,6%	42,7%	100,0%

Sumber : Hasil Penelitian (2017)

Menurut pendapat Kotler (1994:272), Produsen dapat melakukan segmentasi berdasarkan suku atau kebangsaan konsumen, sepanjang memiliki perbedaan yang mencolok dalam kebiasaan-kebiasaan dan kebutuhan-kebutuhannya, dibandingkan dengan suku-suku lain. Selain itu segmennya harus cukup besar, potensial, dan memiliki daya beli tinggi. Suku-suku tertentu biasanya memiliki ciri khas dalam hal makanan, pakaian, dan cara berkomunikasi, makanan, musik, hiburan, rokok, obat-obatan, perabotan rumah tangga umumnya dapat disegmen menurut cara ini.

Berdasarkan Tabel 8, diketahui bahwa wisatawan berkebangsaan Australia cenderung menjawab sangat setuju sebesar 47,1 persen, lalu wisatawan berkebangsaan Eropa cenderung menjawab sangat setuju sebesar 44,3 persen. Wisatawan berkebangsaan Amerika cenderung menjawab setuju sebesar 44,1 persen, dan wisatawan Asia cenderung menjawab setuju sebesar 43,6 persen. Dari perhitungan analisis tabulasi silang dapat dilihat bahwa hasil tabulasi silang karakteristik berdasarkan kebangsaan terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran, berdasarkan persentase dapat disimpulkan bahwa wisatawan berkebangsaan Australia memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan Eropa, Amerika dan Asia, sehingga dapat dikatakan wisatawan Australia memiliki persepsi dalam memilih restoran lebih tinggi dibandingkan yang lainnya. Hal ini mendukung keterangan dari Kementerian Pariwisata pada acara *Indonesia Culinary and Promotion Wonderful Indonesia* mengungkapkan bahwa sajian kuliner Indonesia berhasil menarik perhatian warga Australia untuk mencoba kuliner Indonesia. Kekayaan akan bumbu dan rempah membuat makanan khas Indonesia sangat menggugah selera bagi orang yang menyantapnya.

### Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Karakteristik wisatawan berdasarkan usia dibagi menjadi empat yaitu usia 18-30 tahun, usia 31-40 tahun, usia 41-50 tahun dan usia diatas 50 tahun. Tabulasi silang karakteristik wisatawan berdasarkan usia terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Usia Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Usia	Kategori					Total	
	STS	TS	M	S	SS		
18-30th	F	0	6	104	412	390	912
	%	0,0%	0,7%	11,4%	45,2%	42,8%	100,0%
31-40th	F	1	12	47	219	243	522
	%	0,2%	2,3%	9,0%	42,0%	46,6%	100,0%
41-50th	F	0	0	19	85	76	180
	%	0,0%	0,0%	10,6%	47,2%	42,2%	100,0%
>50th	F	0	1	6	30	35	72
	%	0,0%	1,4%	8,3%	41,7%	48,6%	100,0%

Sumber : Hasil Penelitian (2017)

Penentuan di dalam pemilihan restoran bergantung pada pendapatan seseorang individu, jenis restoran dan usia seseorang. Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat bahwa hasil tabulasi silang karakteristik berdasarkan usia terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran, dilihat dari persentasenya dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berusia diatas 50 tahun (48,6 persen) memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan yang berusia 18-30 tahun (45,2 persen), 31-40 tahun (46,6 persen) dan 41-50 tahun (47,2 persen), sehingga dapat dikatakan wisatawan yang berusia diatas 50 tahun memiliki persepsi dalam memilih restoran lebih tinggi dibandingkan yang lainnya. Hasil ini sesuai dengan pendapat Shank dan Nahhas (dalam Nathania, 2015), Pada kelompok usia tua terdapat dua aspek dalam *meal experience* yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, yaitu aspek makanan dan pelayanan. Sama seperti kelompok usia muda, makanan merupakan produk utama dari sebuah restoran. Sedangkan untuk aspek pelayanan, sebagian orang dalam kelompok usia tua menganggap bahwa pelayanan yang didapat konsumen, dapat menjadi penentu apakah *meal experience* yang didapatkan secara keseluruhan baik atau buruk. Susskind (dalam Nathania, 2015). Selain itu, konsumen kelompok usia tua juga mempunyai motivasi tersendiri untuk bersantap di restoran, yaitu kebersamaan dan kenyamanan. Selain tujuan utama yang dicari adalah produk dari restoran tersebut, tujuan lain dari konsumen di kelompok usia tua bersantap di restoran adalah sebagai kesempatan untuk bersosialisasi dengan keluarga maupun kerabat sembari menikmati suasana restoran yang didesain sesuai dengan tema atau konsep dari restoran tersebut. Hensley (dalam Nathania, 2015). Menurut Wei dan Milman (dalam Utama, 2011) wisatawan yang berusia lanjut banyak melakukan kegiatan untuk perjalanan wisata dan berkeliling kota (89,3 persen), mengunjungi tempat-tempat bersejarah (88,1 persen), makan-makan di restoran (85,7 persen), dan berbelanja (77,4 persen). Lebih lanjut ditemukan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara keterlibatan wisatawan usia lanjut dengan pilihan jenis aktivitas *leisure*.

#### Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Karakteristik wisatawan berdasarkan pendidikan dibagi menjadi empat yaitu SMA, Diploma, Sarjana dan Magister. Tabulasi silang karakteristik wisatawan berdasarkan pendidikan terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Pendidikan Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Pendidikan	Kategori					Total	
	STS	TS	M	S	SS		
SMA	F	0	4	27	120	122	273
	%	0,0%	1,5%	9,9%	44,0%	44,7%	100,0%



Pendidikan	Kategori					Total	
	STS	TS	M	S	SS		
Diploma	F	0	1	17	84	78	180
	%	0,0%	0,6%	9,4%	46,7%	43,3%	100,0%
Sarjana	F	1	11	71	287	296	666
	%	0,2%	1,7%	10,7%	43,1%	44,4%	100,0%
Magister	F	0	3	27	66	66	162
	%	0,0%	1,9%	16,7%	40,7%	40,7%	100,0%

Sumber : Hasil Penelitian (2017)

Berdasarkan Tabel 10, dapat dilihat bahwa hasil tabulasi silang karakteristik berdasarkan pendidikan terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran, dilihat dari persentasenya dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berpendidikan diploma (46,7 persen) memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan dengan pendidikan SMA (44,7 persen) sarjana (44,4 persen) dan magister (40,7 persen), sehingga dapat dikatakan wisatawan yang berpendidikan Diploma memiliki persepsi dalam memilih restoran lebih tinggi dibandingkan yang lainnya. Pernyataan dari Engel, Blackwell, Miniard 1994 (dalam Swastha dan Hani, 2000) menyatakan bahwa pendidikan merupakan faktor penting yang mempengaruhi pendapatan seseorang yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian. Namun, pada kenyataannya tidak semua orang dengan jenjang pendidikan tinggi mendapatkan pendapatan yang tinggi juga. Tingkat pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap pola konsumsinya. Konsumen yang berpendidikan tinggi cenderung berperilaku lebih kritis dan berhati-hati dalam mengkonsumsi pangan. Biasanya mereka mencari informasi terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Konsumen yang berpendidikan akan lebih memperhatikan kualitas pangan, nilai gizi, kebersihan, dan pelayanan yang diberikan. Pendidikan akan mempengaruhi kemampuan logika berpikir untuk menemukan kebutuhan pribadi secara tepat, dan berhubungan dengan kemampuan untuk memilih dan mencari ketepatan dalam menentukan alternatif, (Kotler, 2005; 211).

#### **Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran**

Karakteristik wisatawan berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi empat yaitu pelajar, pengusaha, pegawai dan lainnya. Tabulasi silang karakteristik wisatawan berdasarkan pekerjaan terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Pekerjaan Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Pekerjaan	Kategori					Total	
	STS	TS	M	S	SS		
Pelajar	F	0	2	20	120	123	265
	%	0,0%	0,8%	7,5%	45,3%	46,4%	100,0%
Pengusaha	F	0	1	18	91	88	198
	%	0,0%	0,5%	9,1%	46,0%	44,4%	100,0%
Pegawai	F	1	14	101	440	452	1008
	%	0,1%	1,4%	10,0%	43,7%	44,8%	100,0%
Lainnya	F	0	0	14	65	65	144
	%	0,0%	0,0%	9,7%	45,1%	45,1%	100,0%

Sumber : Hasil Penelitian (2017)

Perbedaan jenis pekerjaan konsumen juga dapat menimbulkan sikap yang berbeda terhadap suatu obyek atau atribut produk. Karena setiap jenis pekerjaan membawa pengalaman

pribadi, pengaruh orang lain, pengaruh kebudayaan tempat kerja yang cenderung berbeda sehingga selanjutnya akan membentuk pekerja yang memiliki sikap yang berbeda. Mata pencarian atau pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang juga dapat mempengaruhi pola konsumsi. Pekerjaan seseorang berkaitan dengan penghasilan yang diperoleh oleh seseorang dan berpengaruh terhadap kemampuan dalam memilih sebuah produk (Kotler 2005: 214). Berdasarkan Tabel 11, dapat dilihat bahwa hasil tabulasi silang karakteristik berdasarkan pekerjaan terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran, dilihat dari persentasenya dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan dengan pekerjaan sebagai pengusaha, pegawai dan lainnya, sehingga dapat dikatakan wisatawan yang masih pelajar memiliki persepsi dalam memilih restoran lebih tinggi dibandingkan yang lainnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tungkiman (2015) yang menunjukkan bahwa responden sebagai pelajar atau mahasiswa paling banyak berpartisipasi dengan total 48,67 persen terhadap faktor-faktor pemilihan restoran di Surabaya.

### **Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tujuan Perjalanan Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran**

Karakteristik wisatawan berdasarkan tujuan perjalanan dibagi menjadi empat yaitu berlibur, bisnis, belajar dan mengunjungi kerabat. Tabulasi silang karakteristik wisatawan berdasarkan tujuan perjalanan terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Tujuan Perjalanan Terhadap Persepsi Wisatawan dalam Memilih Restoran

Tujuan Perjalanan	Kategori					Total	
	STS	TS	M	S	SS		
Berlibur	F	1	19	181	697	704	1602
	%	0,1%	1,2%	11,3%	43,5%	43,9%	100,0%
Bisnis	F	0	0	2	8	8	18
	%	0,0%	0,0%	11,1%	44,4%	44,4%	100,0%
Belajar	F	0	0	6	24	24	54
	%	0,0%	0,0%	11,1%	44,4%	44,4%	100,0%
Mengunjungi kerabat	F	0	0	8	59	59	126
	%	0,0%	0,0%	6,3%	46,8%	46,8%	100,0%

Sumber : Hasil Penelitian (2017)

Berdasarkan Tabel 12, dapat dilihat bahwa hasil tabulasi silang karakteristik berdasarkan tujuan perjalanan terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran, dilihat dari persentasenya dapat disimpulkan bahwa wisatawan dengan tujuan mengunjungi kerabat memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan dengan tujuan berlibur, berbisnis dan belajar, sehingga dapat dikatakan wisatawan dengan tujuan mengunjungi kerabat memiliki persepsi dalam memilih restoran lebih tinggi dibandingkan yang lainnya. Namun, dalam penelitian Zhang dan Peng (dalam Purwanto dan Wangling, 2016) meneliti faktor pendorong wisatawan melakukan perjalanan wisata. Responden menyatakan faktor utama melakukan perjalanan wisata adalah istirahat dan relaksasi, memperoleh pengalaman yang berbeda dan meningkatkan pengetahuan dan pengalaman individu, mengunjungi teman dan kerabat. Hasil penelitian Chang Kivela dan Mak (dalam Purwanto dan Wangling, 2016), melakukan penelitian pada perilaku makan wisatawan Tiongkok yang melakukan perjalanan wisata di Australia. Dalam hasil penelitiannya, menjelaskan wisatawan Tiongkok penasaran untuk mencicipi makanan lokal, tetapi mereka lebih suka makan makanan Tiongkok. Law, To, dan Goh (dalam Purwanto dan Wangling, 2016), melakukan penelitian atas pemilihan restoran

di Hong Kong oleh wisatawan Tiongkok. Mereka juga mencatat bahwa adanya perbedaan perilaku pada wisatawan individu dan perilaku wisatawan yang tergabung dalam kelompok wisata.

#### 4. KESIMPULAN

Karakteristik responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berkebangsaan Eropa dan usia pada rentang 18-30 tahun. Pendidikan terakhir dominan adalah Sekolah Menengah Atas (SMA), pekerjaan terbanyak adalah sebagai pegawai. Berdasarkan tujuan perjalanan sebagian besar adalah motivasi berlibur. Tipe restoran yang paling banyak disukai adalah *casual dining restaurant*, serta sumber informasi restoran didapat melalui media sosial.

Persepsi wisatawan mancanegara dalam memilih restoran di Kelurahan Ubud, dapat disimpulkan bahwa indikator harga makanan memperoleh nilai rata-rata (4,39), indikator suasana (4,34), indikator kualitas makanan (4,46), indikator keunikan makanan (4,27), indikator porsi (4,25), indikator standar konsisten (4,16), indikator jenis menu (4,27) dan indikator tingkat pelayanan (4,41). Persepsi wisatawan mancanegara dalam memilih restoran di Kelurahan Ubud secara keseluruhan memperoleh rata-rata sebesar 4,31 yang termasuk dalam kategori sangat setuju.

Hasil tabulasi silang karakteristik wisatawan terhadap persepsi wisatawan dalam memilih restoran berdasarkan jenis kelamin disimpulkan bahwa wisatawan berjenis kelamin laki-laki memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan perempuan. Karakteristik berdasarkan kebangsaan diperoleh wisatawan berkebangsaan Australia memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan Eropa, Amerika dan Asia. Karakteristik berdasarkan usia, wisatawan yang berusia diatas 50 tahun memiliki persepsi dalam memilih restoran lebih tinggi dibandingkan yang lainnya. Karakteristik berdasarkan pendidikan, wisatawan yang berpendidikan diploma memiliki jumlah persentase lebih tinggi dibandingkan wisatawan dengan pendidikan SMA, sarjana dan magister. Berdasarkan pekerjaan, wisatawan yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan dengan pekerjaan sebagai pengusaha, pegawai dan lainnya. Karakteristik berdasarkan tujuan perjalanan, wisatawan dengan tujuan mengunjungi kerabat memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan dengan yang dengan tujuan berlibur, berbisnis dan belajar.

Saran yang dapat disampaikan terkait penelitian yang telah dilakukan antara lain.

1. Bagi calon pengelola restoran ataupun manajemen restoran sebaiknya memiliki strategi untuk memuaskan keinginan konsumen yang mengunjungi restoran yaitu dengan cara melakukan sebuah penelitian untuk menggali informasi tentang tanggapan wisatawan, sehingga pihak restoran mampu memberikan yang terbaik bagi konsumen.
2. Pihak restoran sebaiknya lebih aktif dalam memanfaatkan media internet untuk memberikan informasi guna memperluas promosi restoran kepada calon pembeli, dengan demikian calon pembeli akan lebih mudah untuk mengakses restoran yang ingin dituju.

#### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Lurah Ubud dan pengelola usaha restoran yang sudah berkenan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan pengambilan data di Kelurahan Ubud. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yang senantiasa sabar dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir penulisan laporan akhir ini, Tidak lupa juga penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak dan Ibu dosen beserta staff tata usaha Fakultas Pariwisata Universitas Udayana yang telah membantu penulis dalam hal administrasi. Orang tua, keluarga dan teman-teman Diploma IV Pariwisata yang telah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis agar cepat menyelesaikan laporan akhir ini.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Andreas Tanuel dan Stefanus Michael. 2015. “Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D’Cost Surabaya”. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Andrews, Sudhir. 2008. *Textbook of Food and Beverage Management*. New Delhi. Tata McGraw-Hill.
- Asdhiana. 2017. Bali Dinobatkan Sebagai Destinasi Wisata Terbaik di Dunia. Tersedia pada <http://www.google.co.id/amp/amp.kompas.com/travel/read/2017/04/14/200540027/bali.dinobatkan.sebagai.wisata.terbaik.di.dunia> (diakses tanggal 12 Januari 2017).
- Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar, 2016. *Direktori Potensi Pariwisata Kabupaten Gianyar Tahun 2016*. Gianyar : Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2016. *Direktori 2016*. Denpasar : Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
- Indah, Natalia. 2014. Jumlah Wisatawan Turun Selama 2014. Tersedia pada <http://kabar24.bisnis.com/read/20141226/78/386017/javas.cript>. (diakses tanggal 11 November 2016).
- Indratno, Imam. 1998.” Aplikasi Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*) dalam Perencanaan Wilayah dan Kota”. Laboratorium MAP, Jurusan Teknik Planologi UNISBA.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Pertama. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa: Drs. Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kusumah, Ridwan Zia. 2011. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang”. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Marsellita, Priska Vianny. 2012. “Analisa Perbandingan Harapan dan Persepsi Pria dan Wanita dalam Memilih Sebuah Restoran di Surabaya Ditinjau dari Segi *Meal Experience*”. *Jurnal*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Nathania, 2015. “Analisa *Meal Experience* dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang di Restoran Jepang di Surabaya” *Jurnal* . Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Pitanatri, Putu Diah Sastri dan Nyoman Darma Putra. 2016. *Wisata Kuliner Atribut Baru Destinasi Ubud*. Denpasar: JagatPress.
- Purnama, Syahira Marina, Refi Rifaldi Windya Giri. 2014. “Analisis Profil Konsumen Menu Breakfast Berdasarkan Preferensi Terhadap Restoran Cepat Saji di Kota Bandung”. *Jurnal*. Bandung: Universitas Telkom.
- Purwanto, Supriadi dan Wang Ling. 2016. “Analisis Perilaku Wisatawan Tiongkok di Luar Negeri”. *Jurnal*. Tiongkok: Donghua University
- Rachmawati, Mila. 2009. *Sukses Bisnis Rumah Makan Padang*. Jakarta: Kriya Pustaka.
- Setiawati, Dessy. 2014. “Preferensi Mahasiswa FEUI Salemba dalam Memutuskan Pembelian Pada Restoran”. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Suswanti, Ika. 2013. “Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pemilihan Makanan Cepat Saji pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatmaja 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.
- Swastha, Dharmmesta dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen. Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Tungkiman, Ricky Fernando. 2015. “Faktor-Faktor yang Menentukan *Dining Choice* Masyarakat Surabaya dalam Memilih Restoran”. *Jurnal*. Surabaya: Universitas Surabaya.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2011. “Preferensi Wisatawan Senior Terhadap Pemilihan Aktivitas Wisata Pada Sebuah Destinasi”. *Jurnal*. Denpasar: Universitas Udayana.

Wijaya, I Putu Surya Partha. 2017. “Preferensi Wisatawan *Repeater* terhadap Pemilihan *Homestay* di Kelurahan Ubud Gianyar Bali”. *Skripsi*. Denpasar: Universitas Udayana.