

Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Terhadap Bauran Pemasaran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran Kabupaten Badung Bali

Maria Fulgensia R. Toyo¹⁾, IB Ketut Astina²⁾, I Nyoman Tri Sutaguna³⁾

^{1,2,3}Sarjana Terapan Pengelolaan Perhotelan, Pariwisata Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

E-mail: ²ida.bagusastina@yahoo.com, ³trisutaguna@unud.ac.id

Abstrak

Bidang akomodasi pariwisata khususnya restoran merupakan suatu bentuk usaha yang potensial dan dapat berkembang, dalam mengembangkan suatu restoran tentunya dibutuhkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam rangka menarik minat wisatawan, nilai keberhasilan bauran pemasaran yang telah diterapkan dapat diukur melalui persepsi wisatawan dalam hal ini kali ini akan yang dibahas adalah restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi wisatawan terhadap bauran pemasaran Restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran serta untuk mengetahui karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran. Dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif yang mana data tersebut diperoleh dari data primer dan data sekunder, data-data tersebut dikumpulkan melalui kegiatan observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka serta dokumentasi. Data primer didapatkan dari kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling* setelah itu data yang didapatkan diolah dengan menggunakan teknik analisis skala likert, uji validitas dan uji realibilitas. Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini disimpulkan bahwa karakteristik wisatawan digolongkan menjadi beberapa yaitu jenis kelamin umur, asal provinsi, pendidikan terakhir, pekerjaan, promosi, pendapatan per bulan, lama berlibur, serta berdasarkan jumlah kunjungan. Persepsi wisatawan terhadap bauran pemasaran di Restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran berada pada kategori baik dengan rata-rata 3.97 yang terdiri dari indikator dengan nilai persepsi paling tinggi yaitu lokasi yang mudah diakses dengan menggunakan kendaraan mendapat skor 4.28 yang termasuk dalam kategori sangat baik, dan indikator dengan nilai persepsi paling rendah yaitu sikap karyawan dalam melayani wisatawan mendapatkan skor dengan jumlah 3.23 yang termasuk dalam kategori cukup. Adapun saran dari penulis yaitu menambahkan fasilitas seperti wifi dan dari pihak Restoran Kober Mie Setan Jimbaran agar menambahkan pengajaran tentang hospitality serta melayani wisatawan dengan ramah dalam kegiatan *training*.

Kata kunci : Karakteristik Wisatawan, Persepsi Wisatawan.

Abstract

The Field of tourism accommodation especially restaurant is a form of business that is very potential and can be developed. In developing a restaurant, of course apply a marketing mix strategy to attract tourist. The value of the success of marketing mix can be measured by the perception of tourist which is this time will be discussed is Restoran Kober Mie Setan Jimbaran Restaurant. The Purpose of this research is to determine how tourist perception about the marketing mix in Restoran Kober Mie Setan Jimbaran Restaurant and to find out the characteristics of tourist visiting Restoran Kober Mie Setan Jimbaran. In this research using qualitative data and quantitative where the data comes from primary data and secondary data. These data are collected through observation, interviews, questionnaires, literature study and documentation. Primary data obtained from questionnaires distributed to 100 respondents who were determined by purposive sampling technique and the data analysis technique used the likert scale, validity test and reliability test. Based on the result of the analysis of this research, characteristic can be divided into several group based on gender, province of origin, latest education, occupation, promotion, last income, promotional work, monthly income, length of vacation and based on the number visits and tourist perception about the marketing mix at Restoran Kober Mie Setan Jimbaran Restaurant are in the good category with an average value of 3.97. The indicator with the highest perception value which is a location that is easily accessible by vehicles, gets score 4.20 which is in very good category. The suggestion from the author is to add facilities.

Key words : Tourist Characteristic, Tourist Perception.

1. PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki kekayaan alam maupun adat istiadat yang beraneka ragam. Oleh karena itu, banyak wisatawan yang berkunjung ke Bali

untuk melakukan kegiatan wisata. Wisatawan yang berkunjung ke Bali bukan hanya wisatawan lokal tetapi juga wisatawan mancanegara. Beberapa destinasi yang terkenal di Bali yaitu di daerah Nusa Dua, Jimbaran, Ubud, Kuta, dan Bedugul. Dalam melakukan kegiatan pariwisata tentunya didukung oleh beberapa akomodasi seperti penginapan, transportasi dan tempat makan. Salah satu tempat makan atau restoran yang berada di kabupaten Badung yaitu Kober Mie Setan yang terletak di Jalan By Pass Ngurah No 18 Kecamatan Kuta Selatan Kabupaten Badung Bali, yang menyajikan mie sebagai menu utamanya dan menu pendukung lainnya seperti siomay, sushi, dan minuman-minuman. Usaha kuliner Kober Mie Setan ini sangat berkembang pesat dan banyak diminati oleh pecinta makanan pedas maupun wisatawan. Kober Mie Setan pertama kali didirikan di Malang, dan terus memperluas cabangnya hingga ke Bali. Berikut merupakan tabel beberapa cabang Kober Mie Setan yang ada di Bali.

Ada konsumen yang mengulas produk dari Kober Mie Setan Jimbaran dengan beberapa kritikan dan pengalaman yang kurang menyenangkan saat membeli di Kober Mie Setan Jimbaran, diantaranya dalam hal pelayanan karyawan, proses pemesanan, suasana restoran, kualitas makanan serta kebersihan dari makanan dan tempat yang kotor. Seperti yang sudah dijelaskan, persepsi sangat menentukan keberhasilan penjualan suatu produk, untuk mendapatkan persepsi yang baik dari konsumen maka strategi yang dibuat harus bagus dan tepat dalam menarik konsumen, sehingga produk tersebut bisa terus berkembang dan diterima di pasar dagang. Kober Mie Setan Jimbaran sendiri baru dibuka pada awal tahun 2019, serta sudah adanya persepsi maupun ulasan yang kurang baik maka oleh karena itu penulis ingin meneliti lebih lanjut tentang “Persepsi Wisatawan Terhadap Bauran Pemasaran Kober Mie Setan Kabupaten Badung Bali” untuk melihat seberapa jauh keberhasilan bauran pemasaran yang diterapkan ditinjau dari persepsi konsumen dan elemen bauran pemasaran manakah yang menjadi daya tarik konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Dalam Penelitian ini penulis menggunakan *purposive sampling* dimana responden yang akan dibagikan kuesioner harus sesuai dengan kriteria penulis. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji skala likert, uji validitas dan uji reliabilitas serta jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Uji Validitas dalam penelitian ini penulis menguji 14 (empat belas indikator) dengan kode XI (indikator pertama) sampai dengan X14 (indikator keempat belas) dengan hasil yang menunjukkan bahwa uji validasi dua belas indikator (instrument) dapat dinyatakan valid dikarenakan koefisien relasi (*r*hitung) melebihi ketetapan tabel korelasi sebesar 0.196 (*r*tabel). Sedangkan untuk uji reliabilitas hasil dari output menunjukkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.611 yang memiliki arti bahwa empat belas indikator dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *cronbach's alpha* diatas 0,600 sehingga pengujian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bauran Pemasaran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran

1. Produk

Menu yang ditawarkan di restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran bermacam-macam dan bervariasi, terdapat 33 (tiga puluh tiga) menu makanan dan 51 (lima puluh satu), menu minuman dengan total 84 menu (hidangan) yang ditawarkan di restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran, menu terbaru di restoran Kober Mie Setan pada saat ini adalah nasi hitler yang cukup mendapatkan perhatian dari konsumen maupun wisatawan.

2. Harga

Menu makanan dan minuman di Restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran terjangkau, dengan harga yang berkisar antara empat ribu rupiah (menu yang paling murah)

sampai dengan dua belas ribu rupiah, yang memungkinkan berbagai kalangan dapat membeli dan menikmati menu yang tersedia. Mie Setan di *Warehouse* (dapur pusat) sehingga menu yang ditawarkan berkualitas, dari sejak awal berdirinya Restoran Kober Mie Setan Jimbaran, restoran ini tidak pernah menaikkan harga menu makanan dan minuman agar harganya tetap terjangkau dan konsumen tetap loyal

3. Tempat atau lokasi

Tempat atau lokasi dari Restoran Kober Mie Setan Jimbaran bisa dibilang strategis, karena berada di seberang jalan raya umum yang menghubungkan daerah Jimbaran dan Nusa Dua yang tepatnya berada di jln. By Pass Ngurah Rai No.18 Jimbaran, kecamatan Kuta Selatan Kabupaten Badung, letaknya yang berada di dekat daerah Pariwisata yaitu Nusa dua, memungkinkan banyak wisatawan yang mengunjungi restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran hanya untuk sekedar makan dan duduk santai sejenak.

4. Promosi (*Promotion*)

Media yang dijadikan sarana promosi oleh restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran adalah internet dan media sosial, seperti instagram, youtube, facebook, twitter, tiktok dan media sosial whatsapp untuk pelayanan *customer service* informasi yang dibagikan oleh restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran di media sosialnya berisi tentang menu-menu yang tersedia, potongan harga atau diskon yang diberikan oleh restoran.

5. Orang (*People*)

Jumlah keseluruhan karyawan di Restoran Kober Mie Setan Jimbaran adalah 40 orang dengan 1 supervisor, 2 staf HRD, 2 staf administrasi, 2 kasir, dan 33 karyawan yang bertugas di bagian dapur dan pelayanan konsumen, dengan jumlah tersebut karyawan juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen sehingga dapat menarik konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen maupun wisatawan yang berkunjung

6. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penampilan fisik dari Restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran yang dibuat semenarik mungkin untuk menarik wisatawan, bukti fisik dalam penelitian ini berupa desain ruangan, fasilitas dan penampilan fisik karyawan Restoran Kober Mie Setan Jimbaran, untuk desain ruangnya Restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran mengusung tema ruangan yang *instagramable*, fasilitas yang ditawarkan di restoran ini ada beberapa yaitu halaman parkir yang luas, tempat cuci tangan berjumlah tiga, dan toilet (tiga). Selain dari fasilitas terdapat juga penampilan karyawan yang menjadi bukti fisik dalam menarik wisatawan.

7. Proses (*Process*)

Proses yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kegiatan dalam memesan menu makanan dan minuman yang terdapat pada Restoran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran, proses tersebut dimulai saat pelanggan datang ke restoran sampai meninggalkan restoran, proses pemesanan ini terbilang unik karena tidak terdapat di restoran lainnya.

3.3 Karakteristik Wisatawan yang Mengunjungi Kober Mie Setan Jimbaran

Tipe-tipe wisatawan yang berkunjung ke Restoran Kober Mie Setan Jimbaran bisa berbeda-beda, dari segi jenis kelamin, umur, asal wisatawan, pendapatan perbulan dan lainnya, oleh karena itu akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Wisatawan yang berkunjung ke Restoran Kober Mie Setan Jimbaran hampir sama yaitu wisatawan yang berjenis kelamin laki-laki 42% dan wisatawan yang berjenis kelamin perempuan 58%, tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan artinya wisatawan berjenis

kelamin laki-laki maupun perempuan dapat berkunjung dan menikmati menu di Restoran Kober Mie Setan Jimbaran, hal ini dikarenakan Restoran Kober Mie Setan cocok dengan segala gender untuk dapat bercengkrama dan menikmati hidangan atau menu yang disediakan.

2. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Umur

Wisatawan yang berkunjung ke Restoran Kober Mie Setan berdasarkan umur yaitu yang berumur 17 tahun sampai dengan 25 tahun berjumlah 54% (54 orang), yang berusia 26 tahun sampai dengan 35 tahun berjumlah 34% (34 orang), yang berumur 36 tahun sampai dengan 45 tahun berjumlah 10% (10 orang), serta yang berumur 46 tahun sampai dengan 55 tahun berjumlah satu orang.

3. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal (Provinsi)

Wisatawan yang paling banyak mengunjungi Restoran Kober Mie Setan Jimbaran berasal dari provinsi Jawa Timur, disusul provinsi Jawa Tengah dan Nusa Tenggara Barat, hal ini dikarenakan dari letak geografis pada peta, Restoran Kober Mie Setan Jimbaran yang berada di Provinsi Bali berdekatan dengan Jawa Timur, Jawa Tengah dan Nusa Tenggara Barat sehingga wisatawan dari daerah/provinsi tersebut lebih mudah bepergian (berwisata) ke Bali dengan biaya perjalanan yang terjangkau, dalam tabel diatas daerah lainnya yang dimaksud yaitu : Nusa Tenggara Timur sebanyak 4%, Kalimantan Tengah 3%, Sulawesi Selatan (5%) dan Irian Jaya berjumlah 2%.

4. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Wisatawan berpendidikan terakhir paling banyak yaitu sarjana/diploma sebanyak 45% (45 orang) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) juga sebanyak 45% (45 orang). Hal ini dikarenakan desain dan menu dari Restoran Kober Mie Setan Jimbaran yang modern, serta menu dengan tingkat kepedasan yang berbeda sehingga lebih banyak diminati oleh wisatawan yang berpendidikan Sarjana/Diploma, selain itu juga karena wisatawan yang berpendidikan Sarjana/Diploma dan Sekolah Menengah Atas suka menghabiskan waktu dengan berkumpul dan bercengkrama di restoran/rumah makan yang harganya terjangkau.

5. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan

Wisatawan yang berkunjung ke Restoran Kober Mie Setan Jimbaran lebih banyak ada pelajar/mahasiswa dengan jumlah 35%(35 orang), disusul dengan pekerjaan swasta 26% dan pekerjaan wirausaha 20%, sedangkan pekerjaan lainnya 3%, hal ini dikarenakan harga menu makanan maupun minuman yang murah dan terjangkau sehingga ramah dikantong para pelajar, dan juga desain serta ruangan restorannya yang luas memungkinkan para pelajar dapat makan dan bercengkrama dengan nyaman sehingga kebanyakan wisatawan yang masih berstatus pelajar mengunjungi Restoran Kober Mie Setan Jimbaran.

6. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Promosi

Wisatawan paling banyak mengetahui informasi tentang Restoran Kober Mie Setan Jimbaran dari media sosial, hal ini dikarenakan mayoritas pengunjung yaitu pelajar dan mahasiswa paling banyak menghabiskan waktunya dengan memainkan media sosial sehingga mereka dapat mengetahui informasi tentang Restoran Kober Mie Setan dari media sosial resmi restoran yang tersedia di youtube, Instagram, facebook, whatsapp dan tiktok. selain itu juga wisatawan mengetahui yang mengetahui dari kerabat/kenalan yaitu berjumlah 32% dikarenakan rekomendasi serta ajakan dari teman maupun kenalan untuk makan dan berkumpul.

7. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Wisatawan yang mengunjungi Kober Mie Setan Jimbaran paling banyak mempunyai pendapatan antara satu juta rupiah sampai lima juta rupiah dengan persentase 35%, kemudian disusul dengan wisatawan yang berpendapatan lima juta sampai dengan 10 juta, hal ini berarti wisatawan yang paling banyak mengunjungi Kober Mie Setan adalah wisatawan dengan

ekonomi menengah kebawah.

8. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Lama Berlibur

Wisatawan yang lama berlibur di Bali terbanyak yaitu wisatawan yang berlibur satu sampai tujuh hari dengan persentase 65%, disusul wisatawan yang berlibur di Bali delapan sampai dengan empat belas hari dengan persentase 25%, limas belas sampai dengan dua puluh satu hari dengan persentase 7% serta paling sedikit yaitu wisatawan yang berlibur lima belas sampai dengan 21 hari dengan persentase 3%. Hal ini membuktikan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Restoran Kober Mie Setan Jimbaran mayoritas wisatawan yang berlibur selama rata-rata satu minggu, hal ini dikarenakan kebanyakan wisatawan yang berkunjung merupakan remaja dan dewasa awal yang cenderung berlibur dengan waktu yang singkat.

9. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Wisatawan yang paling banyak berkunjung sekali ke Restoran Kober Mie Setan Jimbaran dengan persentase 70% dari 100 responden, disusul dengan wisatawan yang berkunjung dua kali dengan persentase sebanyak 20%, wisatawan yang berkunjung tiga kali dengan persentase 5% serta wisatawan yang berkunjung lebih dari tiga kali dengan persentase 5%, hal ini berarti mayoritas wisatawan yang berkunjung rata-rata baru pertama kali mengunjungi Restoran Kober Mie Setan Jimbaran.

3.2 Persepsi Wisatawan Terhadap Bauran Pemasaran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran

Berikut merupakan tabel indikator persepsi wisatawan terhadap bauran pemasaran Kober Mie Setan Jimbaran

Tabel 3.2 Rekap Persepsi Wisatawan Terhadap Restoran Kober Mie Setan Jimbaran

No	Pernyataan	Nilai					Rata-rata	Kategori
		5	4	3	2	1		
Produk (Product)								
1	Kualitas makanan dan minuman	25	52	21	2	0	4,00	Baik
2	Kemasan produk	22	65	13	0	0	4,09	Baik
3	Variasi menu (menu yang bermacam-macam)	26	59	15	0	0	4,11	Baik
Harga (Price)								
4	Harga yang terjangkau	30	54	16	0	0	4,13	Baik
5	Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas	17	60	23	0	0	3,94	Baik
Lokasi (Place)								

6	Lokasi yang mudah diakses dengan kendaraan	38	52	10	0	0	4,28	Sangat Baik
7	Lokasi yang mudah ditemukan	27	58	15	0	0	4,12	Baik
Promosi (Promotion)								
8	Potongan harga yang diberikan	27	54	17	2	0	4,06	Baik
9	Informasi yang diberikan melalui media promosi lengkap dan jelas	20	56	24	0	0	4,20	Baik
Orang (People)								
10	Sikap karyawan melayani konsumen	7	38	31	19	5	3,23	Cukup
Bukti Fisik (Physical Evidence)								
11	Desain ruangan restoran	16	63	21	0	0	3,95	Baik
12	Penampilan karyawan	22	62	15	1	0	4,05	Baik
13	Fasilitas yang didapatkan	14	58	26	2	0	3,84	Baik
Proses (Process)								
14	Cara Melakukan Pemesanan yang diberlakukan	10	54	21	15	0	3,59	Baik

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian 2020

Dapat dilihat pada Tabel 4.16 diatas bahwa indikator dengan perolehan nilai paling tinggi adalah lokasi yang mudah diakses dengan menggunakan kendaraan dengan nilai rata-rata 4.28 yang termasuk dalam kategori sangat baik sedangkan indikator dengan perolehan nilai terendah adalah persepsi wisatawan terhadap sikap karyawan dalam melayani dengan nilai rata-rata 3.23 yang berada dalam kategori cukup. Hal ini berarti indikator sikap karyawan dalam melayani wisatawan harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan lagi agar persepsi wisatawan terhadap sikap karyawan mendapatkan respon lebih baik dari sebelumnya. Dari keseluruhan indikator didapatkan hasil dengan nilai rata-rata 3.97 yang termasuk pada kategori baik

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Gambaran bauran pemasaran Restoran Kober Mie Setan Jimbaran yaitu : produk yang terdiri dari 33 (tiga puluh tiga) menu makanan dan 51 (lima puluh satu), menu minuman dengan total 84 menu (hidangan), harga yang berkisar antara empat ribu rupiah (menu yang paling

murah) sampai dengan dua belas ribu rupiah, tempat/lokasi strategis karena berada di seberang jalan raya umum yang menghubungkan daerah Jimbaran dan Nusa Dua, promosi yaitu melalui internet dan media sosial, seperti instagram, youtube, facebook, twitter, tiktok, whatsapp serta melalui *event-event* yang diadakan, orang (*people*) karyawan di Restoran Kober Mie Setan Jimbaran adalah 40 orang dengan 1 supervisor, 2 staf HRD, 2 staf administrasi, 2 kasir, dan 33 karyawan yang bertugas di bagian dapur dan pelayanan konsumen, bukti fisik (*Physical evidence*) berupa desain ruangan yang *instagramable*, fasilitas dan penampilan fisik karyawan Restoran Kober Mie Setan Jimbaran serta proses (*process*) yaitu kegiatan dalam memesan menu makanan dan minuman yang terdapat pada Restoran Kober Mie Setan Jimbaran, proses tersebut dimulai saat pelanggan datang ke restoran hingga meninggalkan restoran.

2. Karakteristik wisatawan menginap dibagi menjadi beberapa kategori yaitu : karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin yang paling banyak yaitu wisatawan yang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 58%, karakteristik wisatawan berdasarkan umur yang paling banyak yaitu wisatawan dengan rentang umur antara tujuh belas sampai dua puluh lima tahun dengan persentase 54%, karakteristik wisatawan berdasarkan asal provinsi dengan persentase tertinggi dari Provinsi Jawa Timur sebesar 22%, karakteristik wisatawan berdasarkan pendidikan terakhir terbanyak pada sarjana/diploma dan sekolah menengah atas yang masing-masing dengan persentase 45%, karakteristik wisatawan berdasarkan pekerjaan dengan perolehan tertinggi pada kategori pelajar atau mahasiswa dengan persentase 35%, karakteristik wisatawan berdasarkan promosi dengan persentase terbanyak berada pada kategori media sosial sebesar 41%, karakteristik wisatawan berdasarkan pendapatan perbulan dengan hasil wisatawan yang paling banyak berpendapatan sebanyak 35% dengan kisaran pendapatan antara satu juta rupiah sampai lima juta rupiah dalam sebulan, karakteristik wisatawan berdasarkan lama berlibur dengan presentase tertinggi berada pada kategori wisatawan yang berlibur selama satu sampai tujuh hari, dan karakteristik yang terakhir adalah karakteristik wisatawan berdasarkan jumlah kunjungan dengan hasil sebanyak 70% wisatawan baru mengunjungi Restoran Kober Mie Setan Jimbaran sekali.
3. Persepsi wisatawan terhadap bauran pemasaran di Kober Mie Setan Jimbaran secara keseluruhan menilai baik dengan nilai rata-rata 3.97, adapun masing-masing indikatornya sebagai berikut : wisatawan menilai kualitas makanan dan minuman di Kober mie setan baik dengan skor 4.00, wisatawan menilai kemasan produk baik dengan skor 4.09, wisatawan menilai variasi menu di Kober Mie Setan Jimbaran baik dengan skor 4.11, wisatawan menilai indikator harga yang terjangkau baik dengan skor 4.13, wisatawan menilai harga sesuai dengan kualitas yang diberikan baik dengan skor 3.94, wisatawan menilai lokasi restoran dapat diakses dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun empat sangat baik dengan skor 4.28, wisatawan menilai lokasi mudah ditemukan dengan kategori baik dengan skor 4.12, wisatawan menilai potongan harga (*discount*) yang diberikan baik dengan skor 4.06, wisatawan menilai informasi yang diberikan melalui media promosi lengkap dan jelas dengan kategori baik mendapat skor 4.20, wisatawan menilai sikap karyawan dalam melayani cukup dengan skor 3.23, wisatawan menilai desain ruangan baik dengan skor yang didapat adalah 3.95, wisatawan menilai penampilan karyawan baik dengan skor 4.05, wisatawan menilai fasilitas yang didapatkan baik dengan skor 3.84, wisatawan menilai proses pemesanan yang diberlakukan di Kober Mie Setan Jimbaran baik dengan skor 3,59.

DAFTAR PUSTAKA

Abstraksiekonomi.com.22 Oktober 2015. Pengertian Dan Jenis-Jenis Wisatawan. Diakses tanggal 7 Desember 2019. <https://www.Abstraksiekonomi.com/2015/10/pengertian-wisatawan-dan-jenis-jenis-wisatawan.html>

Anwar (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen VoL. 4, No.12.

Assauri, Sofjan. 1987. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Arikunto, Suharsini.1998. Prosedur Penelitian. Jakarta. Rineka Cipta

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 3 Desember 2018. Perkembangan Pariwisata Bali 2018.

Berita Resmi Badan Pusat Statistik Provinsi Bali No. 77/12/51/Th. XII.

Dosenpsikologi.com. 27 Juli 2017.10 Pengertian Persepsi Menurut Para Ahli. Diakses tanggal 7 Juni 2020. <https://dosenpsikologi.com/pengertian-persepsi-menurut-para-ahli>

Ghozali. Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit Badan Universitas Diponegoro

Kajian Pustaka.com. 27 November 2017. Pengertian, Jenis dan Sistem Pelayanan Restoran. Diakses tanggal 7 Juni 2020. <https://www.kajianpustaka.com/2017/11/pengertian-jenis-dan-sistem-pelayanan-restoran.html>

Kevin Ko, DKK. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Citar, Merek, dan Kualitas Produk di Warung Bebek Kebut Surabaya. Jurnal Management Perhotelan

Kotler & Kevin (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi KetigaBelas. Jilid 1. Terjemahan oleh Bob Sabran. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Lovelock, C, H & Lauren K, W. Manajemen Pemasaran Jasa. (2005). Cetakan Pertama. Jakarta: Indeks.

Lupiyoadi, R. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Penerbit Salemba Empat.

Marsum, W. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.

Nanda. Caragih, 2013. *Definisi Karakteristik Individu*. Gramedia Bandung

Rahmayuni.2010. Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Kafe Warna. Skripsi

Rahman. Abdul, 2013. *Pengaruh Karakteristik Individu, Motivasi dan Budaya Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan Kabupaten Donggala*. Jurnal E – Jurnal Katalogis, Volume I Nomor 2.

Sihite. 2000, dalam Aprilia, M, Putri (2018), Peran Budaya Organisasi Dalam Efisiensi Pelayanan di Dapur Restoran Les Cocottes Paris, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Agung Podomoro.

Statiskian.com.14 oktober 2012. Penelitian Kualitatif: Penjelasan. Diakses tanggal 17 April 2020. <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html>

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif*. Alfabeta, Bandung

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.