

Pengaruh Kualitas Menu Terhadap Minat Konsumen di Hotel Carrissima Palembang

¹Nia Atika, ²Nurvia Nathasya, S.E,M.M.Par

Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Vokasi, Universitas Bina Darma

¹niaatika2000@gmail.com ² nurvia.nathasya@binadarma.ac.id

Abstract

The reason for this riset is to decide the impact of menu quality on client interest at the Carrissima Palembang Hotel to increase purchaser interest.. The exploration technique used is contextual analysis research, namely taking one particular object to examine it inside and out by focusing on one problem. The information used is important information and additional information. Important information was collected through surveys and direct perceptions with Carrissima Palembang Hotel clients, while additional information was obtained from books and different sources. In view of the investigation results, it shows that the idea of the menu at the Carrissima Palembang Inn is in a good class, this can be seen from the buyer's perspective on the freshness of the food, food presentation, level of doneness and food variants. The quality seen by customers greatly influences the buyer's profits in returning visits, even prescribing it to other people and the presence of good quality in providing goods makes buyers interested.

Keywords: Menu quality, consumer interest.

Abstrak

Alasan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas menu terhadap minat klien di Hotel Carrissima Palembang untuk meningkatkan minat pembeli. Teknik eksplorasi yang digunakan adalah penelitian analisis kontekstual, yakni mengambil satu benda tertentu untuk diteliti luar-dalam dengan memusatkan perhatian pada satu persoalan. Informasi yang dimanfaatkan adalah informasi penting dan informasi tambahan. Informasi penting dikumpulkan melalui survei dan persepsi langsung dengan klien hotel carrissima palembang, sedangkan informasi tambahan diperoleh dari buku dan sumber berbeda. Berdasarkan hasil eksplorasi menunjukkan bahwa sifat menu di hotel carrissima palembang berada pada kelas yang bagus, hal ini terlihat dari besarnya sudut pandang pembeli terhadap kesegaran makanan, penyajian makanan, tingkat kematangan dan varian makanan. Kualitas yang dilihat oleh pelanggan sangat mempengaruhi keuntungan pembeli dalam berkunjung kembali, bahkan meresepkannya kepada orang lain dan adanya kualitas yang baik dalam memberikan barang menjadikan minat pembeli.

Kata kunci: Kualitas menu, minat konsumen.

1. Pendahuluan

Sektor Pariwisata sebagai salah satu diva dalam perkembangan modern diciptakan untuk semakin meningkatkan kecepatan pergantian acara masyarakat. Bidang industri perjalanan telah terbukti mampu membantu perekonomian masyarakat dan saat ini kehadirannya sangat dibutuhkan dan merupakan bidang penting untuk memperoleh perdagangan asing dan meningkatkan pendapatan pemerintah. Salah satu sektor yang bergerak dibidang pariwisata adalah hotel.

Hotel ialah suatu bangunan dengan banyak ruangan yang disewakan sebagai tempat menginap dan makan bagi individu yang sedang bepergian; sejenis kenyamanan yang dikendalikan secara finansial, diberikan kepada setiap orang untuk mendapatkan organisasi, penginapan, makanan dan minuman. (kamus Besar Bahasa Indonesia, 2023).

Departemen yang sangat mempengaruhi minat konsumen yaitu departemen *Food and Beverage*. Hal ini sejalan yang diungkap oleh (Kumala, n.d.), beliau mengatakan bahwa “Salah satu departemen yang sangat penting dalam sebuah hotel yaitu departemen *Food and Beverage*” . (Ardiyanto, n.d) juga menyebutkan bahwa “*Food and Beverage* bertugas menyediakan layanan makan dan minum bagi tamu hotel, responden memberikan Divisi Makanan dan Minuman adalah salah satu sumber daya penginapan yang paling signifikan. Hal ini dapat menghasilkan pendapatan yang sangat besar bagi para pelaku bisnis perhotelan”.

Hotel Carrissima Palembang merupakan hotel bintang satu yang cukup terkenal di Palembang, Gaya hotel yang khas dapat menarik minat masyarakat di daerah setempat maupun di luar daerah. Hotel ini memiliki 50 kamar dengan tiga tipe kamar, adapun rincian tipe kamar tersebut yaitu standar double dengan 17 kamar, standar twin 14 kamar, deluxe double 9 kamar, deluxe twin 2 kamar, dan deluxe family 8 kamar. Carrissima hotel menawarkan berbagai macam pilihan menu seperti nasi goreng, tekwan, celimpungan, laksan, dan pindang patin.

Berikut disajikan data jumlah konsumen hotel Carrissima Palembang, periode Maret 2022 – Maret 2023:

Tabel 1.1 Jumlah konsumen pada periode Maret 2022 – Maret 2022 – Maret 2023

No	Bulan	Kamar Breakfast	Kamar Non Breakfast
1	Maret	195	846
2	April	153	803
3	Mei	174	909
4	Juni	163	976
5	Juli	505	892
6	Agustus	422	935
7	September	137	1.114
8	Oktober	146	1.074
9	November	88	1.018
10	Desember	112	832
11	Januari	108	1.028
12	Februari	85	820
13	Maret	25	895
Total		2.313	12.136
Rata – Rata		178	933

Sumber : Data hotel , 2023

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa minat konsumen terhadap kualitas makanan di hotel masih minim. Hal tersebut juga didukung dari observasi yang peneliti temukan dilapangan yaitu menunjukkan bahwa jumlah pemesanan makanan di hotel berbanding jauh dari jumlah pengunjung hotel, ini dapat dilihat dari masih banyak konsumen yang menginap di hotel memilih untuk tidak membeli makanan di hotel. Menurut (Halim dan Iskandar, 2019) “Minat untuk membeli didasari oleh mentalitas pembeli terhadap suatu produk ataupun barang, hal ini bersumber dari kepercayaan pelanggan terhadap sifat barang tersebut. Artinya, minat beli seseorang bermula dari kepercayaan terhadap sifat barang tersebut”.

Oleh karena itu maka peneliti mengusung penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Menu Terhadap Minat Konsumen Di Hotel Carrissima Palembang**”

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Hotel

(Sri Larasati, 2016:5) Penginapan merupakan bagian penting dalam bisnis industri perjalanan dan merupakan organisasi kenyamanan yang dipopulerkan dengan memberikan fasilitas yang menyertainya:

a.Kamar Tidur

b.Makanan dan minuman

- c. Administrasi yang berbeda meliputi:
- d. Tempat Rekreasi
- e. Kantor olahraga
- f. Kantor berbeda yang diharapkan oleh pengunjung.

2.2 Jenis-Jenis Hotel

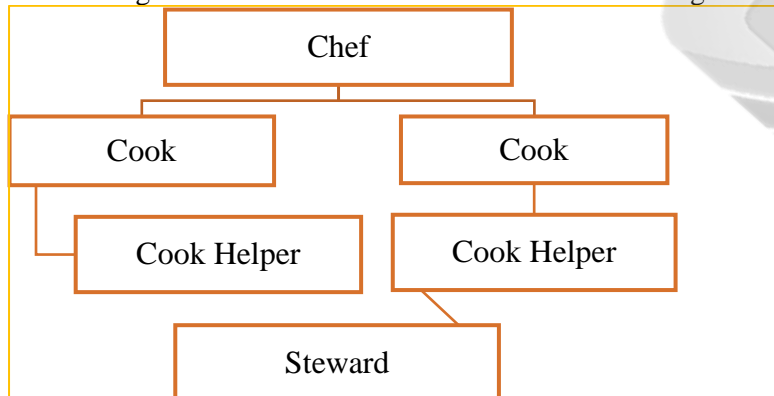
Bataafi, sebagaimana dikemukakan pada tahun 2013 Hotel dapat dipecah menjadi berbagai jenis berdasarkan ukurannya dan kriteria lainnya:

- a. Sesuai ukuran penginapan
 1. Little Housing, yaitu motel yang memiliki 150 kamar.
 2. Perumahan Khas Sedang, yaitu perumahan khusus yang mempunyai 150 – 300 kamar.
 3. Hotel Besar, khususnya motel yang memiliki 600 kamar.
- b. Berdasarkan area penginapan
 1. City Hotel, adalah sebuah motel yang terletak di wilayah metropolitan.
 2. Penginapan pribadi adalah penginapan yang letaknya dekat atau pinggir kota besar.
 3. Penginapan, khususnya penginapan yang letaknya di pinggir-pinggir atau sepanjang jalan raya yang menghubungkan masyarakat perkotaan yang besar dan menyediakan kantor pemberhentian tersendiri. Penginapan di tepi laut, yaitu penginapan yang terletak di dekat laut.
 4. *Downtown Lodging*, penginapan yang lokasinya dekat dengan *exchange* dan *shopping*. Pengunjung yang ingin melakukan bisnis atau berbelanja adalah target demografis utama hotel.
 5. *Resort* Penginapan, penginapan yang dikerjakan di tempat-tempat menarik. Motivasi dibangunnya penginapan ini adalah sebagai kantor kenyamanan bagi pergerakan industri perjalanan.

2.3 Kitchen

Ada juga bagian memasak dalam organisasi Dapur Utama di hotel-hotel besar. Semakin banyak kegiatan yang dilakukan penginapan maka semakin banyak jumlah masakan atau jumlah pesanan yang harus dibuat, sehingga terbentuklah asosiasi Dapur Utama dengan kerangka yang ada.

Berikut Organisasi Kitchen di Hotel Carrissima Palembang :



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Kitchen

Adapaun Uraian tugas dan tanggung jawab devisi kitchen di Hotel Carrissima Palembang, yaitu sebagai berikut :

- a. *Chef*
Bertanggung jawab atas semua administrasi dan operasional dapur terkait produk.
- b. *Cook*
Bertanggung jawab dalam membuat makanan.
- c. *Cook Helper*
Bertanggung jawab untuk membantu semua usaha memasak.
- d. *Steward*
Bertanggung jawab menjaga kenyamanan, kerapian serta kebersihan di dapur dan mengantarkan menu makanan yang telah disiapkan chef ke meja makan pengunjung penginapan.

2.4 Kualitas Menu

Menu merupakan ikhtisar makanan dan minuman yang diberikan kepada pengunjung untuk memilih sendiri makanan dan minuman yang dibutuhkannya.

Ada tiga kategori menu:

1. Statis, yang menawarkan menu serupa secara konsisten.
2. Siklus, sekumpulan menu yang berubah setiap hari dalam jadwal mingguan, dua mingguan, atau jadwal lainnya setelah siklus tersebut diulang.
3. Sekali pakai, yaitu menu yang ditujukan untuk administrasi pada hari tertentu dan tidak digunakan dalam struktur yang benar pada waktu berikutnya.

Indikator Kualitas makanan

Menurut Ryu dan Han (2010), kualitas pangan merupakan properti utama dari kualitas bantuan dan memiliki hubungan positif dengan loyalitas dan pengabdian konsumen. Qin dkk. (2009) menyatakan bahwa “kualitas produk pada sektor makanan dan minuman mempunyai 4 aspek berdasarkan hasil penelitian yang diarahkan oleh Johns dan Howard (1998) dan Kivela dkk (1999), yaitu:

1. Kesegaran Makanan
 - A. Aroma lezat dari makanan yang disajikan mampu menggugah selera makan konsumen.
 - B. Warna makanan yang disajikan tampak segar/tidak pucat, serasi, dan menarik perhatian konsumen.
 - C. Rasa makanan yang disajikan juicy, tidak kering, dan penuh rasa atau nikmat.
 - D. Tekstur makanan yang disajikan terasa renyah dan terasa lembut (tidak keras).
2. Penyajian Makanan
 - A. Hiasan pada makanan yang disajikan sesuai/dikombinasikan dengan cita rasa masakan yang disajikan dan terlihat menarik.
 - B. Porsi makanan yang disajikan sesuai dengan standar porsi yang disajikan pada menu.
 - C. Bentuk makanan yang disajikan terlihat unik dan menarik.
3. Tingkat kematangan
 - A. Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus bersih (higienis), bebas dari benda asing berbahaya seperti rambut, serangga dan lain sebagainya.
 - B. Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus dimasak hingga matang sempurna namun tidak terlalu matang (gosong).
 - C. Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus disajikan pada waktu yang tepat agar bumbu dapat meresap ke dalam makanan.
 - D. Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus disajikan dengan suhu yang tepat untuk menjaga rasa dan aroma makanan.
4. Varian Makanan
 - A. Tersedia varian makanan yang sesuai dengan selera konsumen.
 - B. Tersedia varian makanan dengan harga terjangkau.
 - C. Terdapat varian makanan dengan inovasi kreatif yang menarik perhatian konsumen.
 - D. Terdapat varian makanan dengan pilihan menu yang banyak/beragam dan menarik perhatian konsumen.”

Minat Konsumen

Indikator berikut dapat digunakan untuk mengidentifikasi minat beli. Menurut Ferdinand (2014),:

1. Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk.
2. Referral interest adalah seseorang telah terbiasa untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang mempunyai preferensi utama terhadap produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diubah jika terjadi sesuatu pada produk pilihan.
4. Minat eksplorasi, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sikap positif terhadap produk tersebut.”

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, Penelitian kuantitatif mengacu pada pendekatan penelitian pada dasarnya mencakup pandangan dunia positivis dalam menciptakan ilmu pengetahuan (seperti merenungkan keadaan dan hasil logis, mereduksi faktor-faktor, spekulasi dan proklamasi eksplisit, melibatkan estimasi dan persepsi serta menguji hipotesis) dengan menggunakan prosedur penelitian, misalnya uji coba. dan ulasan yang memerlukan informasi statistik (Emzir,2017). Dalam yang akan dilihat dalam penelitian ini nantinya yaitu pengaruh kualitas menu terhadap minat beli di hotel carrissima Palembang.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan di pengumpulan informasi ini adalah survei. Survei adalah ikhtisar pertanyaan yang diajukan kepada orang lain yang akan menjawab permintaan klien. Alasan diadakannya penilaian sentimen masyarakat adalah mengikuti informasi menyeluruh tentang suatu isu dan responden tanpa menggarisbawahi jika responden memberi jawaban pada survey yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam menyelesaikan pertanyaan. Adapun alat yang dipakai untuk mengumpulkan data penelitian sebagai alat daftar pertanyaan. Penyelidikan dibuat sebagai penelitian Skala Likert. Menurut (Syariffudin dkk, 2021) “Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sudut pandang, perasaan dan cara pandang seseorang atau kelompok terhadap suatu hal tertentu”.

3.3 Analisis Uji Statistik

Analisis Regresi Linear Sederhana

Seperti yang dikemukakan oleh Suyono (2018:05) “regresi sederhana merupakan model probalistik yang menyatakan hubungan lurus antara dua elemen dimana satu variabel dianggap berdampak pada variabel lainnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi disebut faktor bebas (otonom) , sedangkan factor yang tidak mempengaruhi disebut faktor bawahan (terikat).”

Analisis Determinasi

“Koefisien kepastian digunakan untuk mengukur apakah kemampuan model dalam memahami kuantitas faktor lingkungan sudah tepat dan tingkat kemampuan model” (Ghozali, 2016).

Uji t-test

Uji t ditujukan untuk menilai spekulasi bahwa semua variabel pada dasarnya mempunyai pengaruh bebas sampai taraf tertentu terhadap variabel dependen. Salah satu tes faktual yang digunakan untuk menunjukkan atau membatalkan spekulasi bahwa tidak ada perbedaan besar antara dua contoh yang diambil secara sembarangan dari populasi yang sama (Sudjiono, 2010)

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Menggunakan Google form kuesioner yang telah diisi. Penelitian ini melibatkan 97 pelanggan. Penggambaran pelanggan yang dijadikan tes eksplorasi disusun berdasarkan jenis kelamin dan usia.

4.2 Hasil Uji Validitas

Konsekuensi uji validitas variabel X seperti tabel diatas menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada tingkat kepentingan bernilai 0,05%. Oleh karena itu, cenderung diasumsikan bahwa semua hal dalam survei pemeriksaan ini sependapat, sehingga dapat dijadikan instrumen eksplorasi. Konsekuensi uji legitimasi pada faktor Y juga sama dengan tabel di atas, menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai kepentingan sebesar 0,05%, sehingga cenderung diasumsikan bahwa semua hal dalam survei eksplorasi ini sependapat dan terpenuhi, sehingga baik sekali dapat dimanfaatkan sebagai instrumen review.

4.3 Hasil Uji Reabilitas

Hasil Uji Reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.590	7

Sumber: Data Primer yang didapat dari SPSS (2023)

Karena nilai Alpha yang dihasilkan lebih menonjol dari r tabel (nilai Alpha > 0,590 maka ditarik kesimpulan yaitu item indikator pada masing-masing kuesioner reliabel), maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Hal yang sama terjadi pada variabel y, sehingga penanda dalam setiap jajak pendapat dapat diandalkan karena memenuhi kriteria.

4.4 Hasil Analisis Likert

1) Kesegaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesegaran makanan di Hotel Carissima Palembang, rata-ratanya menunjukkan angka 4,14. Yang berarti pelanggan setuju kesegaran makanan yang ada di Hotel Carissima Palembang kategori sudah baik. Dalam hal ini, yaitu kesegaran makanan tetap terjaga, warna makanan serta bau makanan diminati oleh responden. kesegaran suatu makanan dapat diartikan segar jika memiliki dengan tekstur, rasa dan aroma yang segar. Tidak sulit untuk melihat perbedaan antara makanan baru dan makanan yang sudah lama di olah (Anisa dkk,2019).

2) Penyajian Makanan

Dapat ditarik kesimpulan, penyajian makanan di Hotel Carrissima Palembang rata-ratanya menunjukkan angka 4,30. Hal ini memiliki arti bahwa responden setuju penyajian makanan yang ada di Hotel Carrissima Palembang kategori sudah baik. Dalam hal ini, yaitu responden menyukai penyajian tata letak makanan, kebersihan makanan hingga penggunaan garnish pada makanan yang dihidangkan. Menurut Isnaeni (2015) menyatakan bahwa “penampilan yang pas akan memberikan daya tarik yang luar biasa pada setiap makanan yang disajikan.”

3) Tingkat Kematangan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, tingkat kematangan makanan di Hotel Carrissima Palembang, rata-ratanya menunjukkan angka 4,31. Hal ini memiliki arti bahwa responden setuju rasa makanan yang ada di Hotel Carrissima Palembang kategori sudah baik. Dalam hal ini, yaitu responden menyukai rasa menu makanan dan tingkat kematangan pada menu makanan. Rasa adalah reaksi lidah terhadap perasaan yang diberikan oleh suatu bahan makanan (Hastuti, dkk 2012).

4) Varian Makanan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Varian makanan di Hotel Carrissima Palembang, rata-ratanya menunjukkan angka 4,35. Hal ini memiliki arti bahwa responden setuju Varian makanan yang ada di Hotel Carrissima Palembang kategori sudah baik. Dalam hal ini, yaitu responden menyukai Varian makanan di Hotel Carrissima. Menurut (Saputra, Mulyati, dan Andayani, 2015) “ada baiknya dalam makanan atau minuman, variasi sangat menarik dalam meningkatkan minat beli konsumen. Oleh karena itu, para pelaku bisnis makanan dan minuman harus terus memunculkan ide-ide baru agar produknya lebih menarik bagi pelanggan.”

5) Penilaian Minat Konsumen

Dari hasil analisis data likert, minat konsumen terhadap kualitas makanan di hotel Carissima Palembang memiliki rata-rata 4,26. Dengan demikian minat konsumen terkategori baik.

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan di Hotel Carissima Palembang yang ngambil tema “Pengaruh Kualitas Menu Terhadap Minat Konsumen di Hotel Carissima Palembang” maka ditarik disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Menu Makanan di Hotel Carissima Palembang tergolong baik, ini di lihat dari hasil kuesioner yang telah di isi oleh konsumen Hotel Carissima Palembang, dengan rata-rata hasil kuesioner yaitu 4,28. Yang menunjukkan bahwa konsumen puas terhadap kualitas menu yang ada di Hotel. Baik dari segi kesegaran, penyajian makanan, tingkat kematangan maupun variasi makanan.
2. Minat konsumen terhadap makanan di Hotel Carissima Palembang tergolong baik, hal berdasarkan hasil kuesioner yang telah di isi oleh konsumen Hotel Carissima Palembang, dengan rata-rata hasil kuesioner yaitu 4,30. Yang menunjukkan bahwa konsumen memiliki minat yang baik terhadap menu makanan. Baik minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial maupun minat eksploratif.
3. Kualitas Menu di Hotel Carissima Palembang memiliki pengaruh yang positif terhadap minat konsumen.

Daftar Pustaka

- Anisa, Siti Nurjanah., dan Wayansari Lastmi “Tingkat Pemenuhan Santri Terhadap Mutu dan Administrasi Pangan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta” Diss. Politeknik Kemenkes Yogyakarta, 2019.
- Ardiyanto, F.B. (nd) Peran Kerja *food and beverage department* dalam meningkatkan pelayanan tamu Hotel Agas Internasional Solo.
- Batafi. 2013. Pariwisata dan Hotel. Bandung: Alfabet.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen, Semarang., Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (*JRMB*) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Hastuti, Sri, Syamsul Arifin, and Darrimiyya Hidayati. "Pemanfaatan Cangkang Rajungan (Portunus Pelagicus) Sebagai Pesisa Makanan.Alami. "Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian 6.2 (2012): 88-96.
- Isnaeni, Prima. 2015 Hubungan Mutu Pelayanan Gizi Dan.Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Aminah Blitar. Tesis Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- KBBI. 2023. Pandemi Kamus Versi Online/Daring (dalam jaringan) Tersedia: <https://www.kbbi.web.id/pandemi>. Diakses: Mei 2023.
- Kumala,. V. (n.d.). Analisa Profesionalisme Service Attendent Pada Divisi Food & Beverage Servicwe Di Hotel Parai City Garden Sijunjung. *Ensiklopedia Social Review*, 4(3), 267–272.
- Qin, H., Prybutok, V.R., and Zhao, Q. 2009. “*Perceived Service Quality in fast- food restaurant: Empirical evidence from China*”, *International Journal Of Quality and Reability Management*, Vol. 27, No.4, pp.424-437.
- Ryu, Kisang and Heesup Han. 2010. *The Influence Of The Quality Of Food, Service, & Physical Environment On Customer Satisfaction and Behavioral intentions in Quick-Casual Restaurant: Moderating Role Of Perceived Price*. *Journal of Hospitality & Tourism Research* Vol. 34 No.3., pp 310-329
- Sri Larasati. 2016. Excellent Hotel Operation. Yogyakarta: Ekuilibria

- Ardiyanto, F. B. (n.d.). Peran Kerja *food and beverage department* dalam meningkatkan pelayanan tamu Hotel Agas Internasional Solo.
- Batafi. 2013. *Pariwisata dan Hotel*. Bandung: Alfabet.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). Pengaruh Kualiras Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Hastuti, Sri, Syamsul Arifin, and Darrimiyya Hidayati. "Pemanfaatan Cangkang Rajungan (Portunus Pelagicus) Sebagai Pesisa Makanan Alami." *Agrointek: Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 6.2 (2012): 88-96.
- Isnaeni, Prima. 2015. Hubungan Mutu Pelayanan Gizi Dan Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Aminah Blitar. Tesis. Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan Program Studi Magister Manajemen Rumah Sakit Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- KBBI. 2023. Pandemi. Kamus Versi Online/Daring (dalam jaringan) Tersedia: <https://www.kbbi.web.id/pandemi>. Diakses: Mei 2023.
- Kumala, V. (n.d.). Analisa Profesionalisme Service Attendent Pada Divisi Food & Beverage Service Di Hotel Parai City Garden Sijunjung. *Ensiklopedia Social Review*, 4(3), 267–272.
- Qin, H., Prybutok, V.R., and Zhao, Q. 2009. "Perceived Service Quality in fast- food restaurant: Empirical evidence from China", *International Journal Of Quality and Reability Management*, Vol. 27, No.4, pp.424-437.
- Ryu, Kisang and Heesup Han. 2010. *The Influence Of The Quality Of Food, Service, & Physical Environment On Customer Satisfaction and Behavioral intentions in Quick-Casual Restaurant: Moderating Role Of Perceived Price*. *Journal of Hospitality & Tourism Research* Vol. 34 No.3., pp 310-329
- Sri Larasati. 2016. *Excellent Hotel Operation*. Yogyakarta: Ekuilibria