



Jurnal Hospitaliti

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *PASTRY SECTION* TERHADAP MINAT BELI TAMU DI SINTESA PENINSULA HOTEL

Jelly Sendow, Sri Martini, Aurellio Xavier Liano Ando
Sekolah Tinggi Ilmu Pariwisata Manado, Indonesia

ARTICLE INFO

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Pastry Section Service Quality on Guest Buying Interest at Sintesa Peninsula Hotel Manado. The research method used is the Quantitative Method, with data analysis techniques Simple Linear Regression. The population in this study were hotel guests, with a sample of sixty guests at the Sintesa Peninsula Hotel Manado. The results of the study prove that the Pastry Section Service Quality has a positive and significant effect on Guest Buying Interest with an F-count value of 53.975 and a significance of 0.000. This shows that the better the quality of service, the more guests' buying interest will increase. The conclusion of this study is the quality of service and has a significant influence on the Buying Interest of Guests at Sintesa Peninsula Hotel Manado. The advice given is that Sintesa Peninsula Hotel Manado maintains or improves the quality of its services so that guests have a high buying interest in the services that have been provided, and always update and arrange facilities at Sintesa Peninsula Hotel Manado.

Keywords:
Provide 4-6 Keywords

Analysis
Island
Makalehi
Sitaro

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan *Pastry Section* Terhadap Minat Beli Tamu di Sintesa Peninsula Hotel Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Kuantitatif, dengan teknik analisis data Regresi Linear Sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu hotel, dengan sampel sebanyak Enam Puluh orang tamu di Sintesa Peninsula Hotel Manado. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan *Pastry Section* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Tamu dengan nilai F-hitung sebesar 53,975 dan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan maka akan semakin meningkat pula Minat Beli Tamu. Kesimpulan penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Tamu di Sintesa Peninsula Hotel Manado. Saran yang diberikan adalah

Kiranya Sintesa Peninsula Hotel Manado mempertahankan atau lebih meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga tamu memiliki minat beli yang tinggi terhadap pelayanan yang sudah diberikan, serta selalu melakukan pembaruan dan penataan fasilitas di Sintesa Peninsula Hotel Manado.

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor industri andalan di Indonesia. Sumber daya alam yang tersedia di Indonesia sangat menunjang perkembangan pariwisata. Sektor kepariwisataan memegang peranan penting dalam menumbuhkan perekonomian daerah, oleh karenanya mayoritas daerah Indonesia bersaing dalam memperkenalkan potensi kepariwisataannya untuk menarik wisatawan berkunjung. Setiap daerah memiliki daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Destinasi pariwisata memiliki peranan penting terhadap perkembangan pariwisata suatu negara. Destinasi wisata yang dikelola dengan baik dapat menciptakan peluang kerja dan usaha-usaha yang terkait dengan pariwisata sehingga akan mempengaruhi perekonomian masyarakat di suatu negara tersebut. Kenaikan dan penurunan popularitas suatu destinasi membuat perlunya destinasi untuk memperbaiki diri dan meningkatkan kualitasnya, tujuannya agar wisatawan tidak mengalami kejenuhan atau berpaling ke destinasi lain. Destinasi pariwisata menawarkan berbagai jenis wisata yang beragam bagi wisatawan. Jenis-jenis wisata menurut lokasi yang dituju diantaranya : wisata alam, wisata sejarah, wisata religi, wisata budaya, dan wisata pendidikan. Salah satu destinasi wisata yang menjadi pilihan favorit wisatawan diberbagai belahan dunia adalah wisata alam dan wisata budaya. Pengembangan pariwisata selain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap sarana dan prasarana wisata juga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan terhadap aktifitas wisata yang ada di kawasan destinasi wisata, contohnya seperti hotel. Hotel adalah salah satu hal yang penting dan dibutuhkan oleh para wisatawan untuk beristirahat dalam menjalani kegiatan wisatanya.

Hotel adalah akomodasi yang menyediakan fasilitas layanan jasa seperti penginapan, penyediaan makanan dan minuman, serta layanan jasa lainnya agar para wisatawan atau tamu yang menggunakan sarana akomodasi hotel merasa senang, nyaman dan mendapat kepuasan selama menginap. Seperti yang dikatakan diatas hotel juga memberikan layanan makanan dan minuman, dan departemen yang menangani bagian makan dan minum di hotel disebut *Food and Beverage*.

Departemen *Food and Beverage (F&B)* memiliki beberapa *section* di dalamnya, salah satunya adalah *Pastry Section*. *Pastry section* adalah bagian dari *food and beverage department* yang bertanggung jawab untuk menyediakan berbagai macam *cake, dessert, snack, ice cream, cookies, sherbet* dan beberapa produk lainnya. *Pastry section* memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan di hotel, oleh karena itu bukan hanya pelayanan yang ditawarkan tapi juga harus menyediakan produk-produk yang *fresh from the oven* hingga memiliki kualitas produk yang baik, harga yang

terjangkau, pelayanan yang ramah dan promosi yang menarik agar tamu memiliki minat beli yang tinggi untuk membeli produk dan pelayanan yang ditawarkan Sintesa Peninsula Hotel Manado.

Hal ini menunjukkan bahwa *Pastry Section* di Sintesa Peninsula Hotel Manado harus memberikan pelayanan yang baik serta promosi pada produk-produknya. Berdasarkan pengamatan peneliti, *Pastry Section* di Sintesa Peninsula Hotel Manado cenderung lambat dalam menyediakan produk dan kurangnya promosi sehingga mengakibatkan kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan apabila Sintesa Peninsula Hotel Manado sedang ramai dikunjungi tamu.. Adanya permasalahan tersebut dapat menyebabkan munculnya rasa kurang puas tamu terhadap pelayanan yang diberikan. Apabila hal ini terus dibiarkan, maka akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar kedepannya, seperti berkurangnya minat beli tamu.

Berkaitan dengan departemen yang dijelaskan di atas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Pastry Section* Terhadap Minat Beli Tamu Di Sintesa Peninsula Hotel Manado”.

Pariwisata

Kata ‘pariwisata’ berasal dari bahasa sansekerta, yang memiliki dua kata, yaitu ‘pari’ dan ‘wisata’. Kata ‘Pari’ berarti banyak atau berkali-kali dan kata ‘wisata’ berarti perjalanan, bepergian. Oleh karena itu, pariwisata bisa diartikan dengan perjalanan yang dilakukan berkali-kali, dari suatu tempat ke tempat lain, dan dalam bahasa Inggris disebut “*tour*.” Terminologi pariwisata bisa terbentuk apabila ada pelaku wisata yang memang mempunyai motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, ketersediaan infrastruktur pendukung serta keberadaan obyek wisata dan atraksi wisata yang didukung dengan cara melakukan promosi dan pemasaran yang baik serta pelayanan terhadap para pelaku wisata (*supply*).

WTO (*World Tourism Organization*, 2013) adalah berbagai aktivitas yang dilakukan oleh orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk dan tinggal di luar kebiasaan lingkungannya dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk kesenangan bisnis, dan keperluan lain. Sinaga (2010) mengatakan bahwa pariwisata adalah perjalanan yang terencana, yang dilakukan individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata. bahwa hakikatnya pariwisata itu adalah proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya, dengan dorongan kepergiannya untuk bermacam kepentingan, baik karena kepentingan sosial, ekonomi, agama, politik, kebudayaan, kesehatan, ataupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman maupun untuk belajar Sunarto (2017). Pengertian lain dikemukakan oleh Yoeti dalam Yulesti (2017:1246) yang

mengatakan pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan dalam sementara waktu, yang dilakukan dari suatu tempat ketempat lainnya, dengan maksud bukan untuk membuka usaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi.

Hotel

Kata hotel berasal dari bahasa Parancis kuno, kata *hostel* yang mempunyai arti tempat penampungan buat pendatang dan bisa juga “bangunan penyediaan pondokan dan makan untuk umum”. Pengertian atau definis hotel secara umum adalah usaha akomodasi yang menyediakan fasilitas pelayanan jasa bagi masyarakat umum dengan menawarkan kamar, makanan dan minuman, pencucian pakaian bagi mereka yang bermalam di hotel ataupun hanya memakai fasilitas tertentu yang ada di hotel. Dari SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 (2011:6). Hotel merupakan suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial. Menurut Surat Keputusan Menteri Perhubungan No. PM.10/PW.301/Phb-77. Hotel merupakan bentuk suatu akomodasi yang dikelola secara komersial. Hotel adalah tempat yang disediakan untuk semua orang yang membutuhkan pelayanan. Seperti pelayanan penginapan, pelayanan makanan dan pelayanan minuman. Hotel memiliki berbagai macam jenis klasifikasi yang dibedakan berdasarkan fungsi dan peruntukannya.

Pengaruh

Surakhmad (2012) menyatakan bahwa pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan yang dapat membentuk kepercayaan atau perubahan. Kamus Besar Bahasa Indonesia (2013) mendefinisikan pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Menurut Linda (2018) pengaruh adalah suatu transaksi sosial dimana seseorang atau kelompok dibujuk oleh seorang atau kelompok lain untuk melakukan sesuatu atau memerintah orang lain untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu agar tercapai tujuan tertentu. Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu baik orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya (Yosin, 2012).

Kualitas

Kualitas memiliki arti sebagai tingkat baik atau buruknya, mutu, taraf atau derajat sesuatu. Dalam hal ini, kata “sesuatu” dapat mewakili banyak hal, baik itu sebuah barang, jasa, keadaan, manusia maupun hal lainnya. Tapi dalam hal yang berkaitan dengan sektor bisnis, kualitas adalah kesesuaian antara spesifikasi suatu produk dengan kebutuhan konsumen, atau tingkat baik buruknya sebuah produk (barang atau jasa) di mata penggunaannya.

Kebanyakan orang mengalami kesulitan dalam mendefinisikan “Kualitas”, dikarenakan makna dari kata kualitas bisa berbeda-beda sesuai konteks yang di bicarakan. Akan tetapi kata “Kualitas” mungkin akan mudah dipahami dengan ilustrasi sederhana ini, sebagai contoh: Sebuah pensil di buat dengan spesifikasi tertentu”. Penggunaannya akan mudah menyebutkan beberapa aspek yang menurut mereka dapat menentukan kualitas pensil tersebut seperti:

- 1) Dapat berfungsi sebagaimana mestinya.
- 2) Memiliki ketebalan yang pas.
- 3) Terdapat banyak pilihan warna yang disediakan.
- 4) Tahan dalam berbagai kondisi.

Jika spesifikasi pensil tersebut memenuhi kebutuhan dan ekspektasi penggunaanya, maka dapat di katakan bahwa pensil tersebut adalah produk yang memiliki kualitas. Dari penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kualitas meliputi usaha memenuhi dan melebihi suatu harapan, kualitas juga bisa menyangkut produk dan jasa. Kualitas memiliki sifat yang relatif atau bisa berubah-ubah sesuai dengan konteks yang dibicarakan, adakalanya sesuatu yang sekarang dianggap berkualitas, bisa dianggap kurang berkualitas dimasa depan.

Pelayanan

Kasmir (2017) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang ataupun suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Pelayanan sangat identik dengan memberi kepuasan kepada tamu, pelayanan yang baik juga memberikan kepuasan yang baik pula, sehingga tamu dapat merasa lebih diperhatikan oleh pihak perusahaan. Pelayanan dapat terjadi apabila seseorang dan seseorang, seseorang dengan kelompok, atau pun kelompok dengan seseorang. *Costumer service* (pelayanan) secara umum adalah setiap kegiatan yang tunjukan atau di peruntukan untuk memberikan kepuasan kepada tamu, melalui pelayanan keinginan dan kebutuhan tamu bisa terpenuhi. Menurut KBBI pelayanan merupakan usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan orang lain)”. Pada mulanya pelayanan merupakan serangkaian kegiatan yang berupa proses.

Moenir (2015) mengatakan bahwa “Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan aktivitas orang lain”, memberikan jaminan kepuasan meskipun hasilnya tidak menentu pada suatu produk secara fisik”. Serta menurut Hardiyansah (2011) “Pelayanan bisa diartikan dengan aktivitas yang diberikan untuk menyiapkan, membantu, dan mengurus baik itu berupa barang maupun jasa dari satu pihak ke pihak yang lainnya”. Pengertian pelayanan menurut Boediono dalam (Eka,2018), mengatakan bahwa pelayanan merupakan suatu proses bantuan pada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal supaya terciptanya kepuasan dan keberhasilan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan kepuasan tamu sehingga menunjang niat beli tamu dan *profitabilitas*. Tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi juga. Menurut Lewis, Booms (dalam Tjiptono 2017) mengatakan bahwa kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan dari pelanggan. Oleh karena itu perusahaan sekarang lebih meningkatkan kualitas produk dan jasa supaya memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan mendapatkan minat beli tamu yang tinggi. Menurut Kotler (2019) mendefinisikan bahwasannya kualitas pelayanan merupakan bentuk dari penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Dan jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Kotler dan Keller (2016), terdapat lima dimensi untuk kualitas layanan, yaitu:

- 1) *Reliability* (Kehandalan), merupakan kemampuan perusahaan agar melakukan layanan yang dijanjikan yang bisa diandalkan dan akurat.
- 2) *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari karyawan tersebut.
- 3) *Responsiveness* (Kepekaan), yaitu kepekaan untuk memberikan bantuan pada pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
- 4) *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya dan percaya diri.
- 5) *Empathy* (Empati), yaitu perhatian khusus yang diberikan kepada konsumen.

Food and Beverage

Food and Beverage Department merupakan salah satu bagian dari departemen yang ada di hotel. Istilah *Food and Beverage Department* diambil dari bahasa Inggris yang berarti bagian makan dan minum. *Food and Beverage* bertugas mengurus dan bertanggung jawab dalam mengelola dan menyajikan kebutuhan pelayanan makanan dan minum bagi tamu yang menginap di hotel atau yang hanya berkunjung dan menikmati fasilitas hotel. *Department Food and Beverage* dibagi menjadi 2 (dua) bagian, yaitu:

- 1) *Food and Beverage Product*
Adalah suatu bagian yang bertanggung jawab mengurus dan mengelola (*production*) makanan dan minuman untuk para tamu yang tinggal di hotel maupun yang tidak menginap. Bagian ini terdiri dari *kitchen* dan *steward*
- 2) *Food and Beverage Service*
Adalah bagian yang memiliki tugas dan tanggung jawab terhadap pelayanan Makanan dan minuman bagi para tamu di hotel. Bagian ini terdiri dari restoran, *banquet* dan *room service*.

Minat Beli

Nugroho (2013), menjelaskan bahwa minat beli merupakan proses penggabungan yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi 2 (dua) atau lebih dari perilaku alternatif dan memilih salah satunya. Hasil dari penggabungan ini ialah suatu *choice* atau pilihan, yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Sedangkan Kotler dan Keller (2016:137) menyatakan bahwa “minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian”. Engel (2014) mengatakan bahwa minat beli adalah kekuatan untuk mendorong atau sebagai motif yang memiliki sifat unik yang mampu mendorong seseorang agar memberikan perhatian secara langsung, tidak sulit, wajar, tanpa pemaksaan dan hati-hati pada satu produk agar kemudian mengambil keputusan untuk membeli. Minat adalah kecenderungan seseorang dalam mempunyai rasa suka pada sesuatu.

Ekinci (2009) dalam Hariani (2013), menjelaskan kecenderungan seseorang memperlihatkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dinilai berdasarkan ciri-ciri: Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu perilaku untuk mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa yang diinginkan, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana keunggulan dan kelemahan produk atau jasa yang akan digunakan, sebelum memakai produk atau jasa tersebut.

Tamu

Kata tamu dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti orang yang datang berkunjung ke daerah orang lain atau orang yang datang ke dalam sebuah acara. Menurut Wursanto dalam (Sedianingsih, Mustikawati & Soetanto, 2010) “tamu” adalah tamu organisasi, badan, lembaga, atau perusahaan maupun sebagai pribadi, yang mengunjungi lembaga lain untuk kepentingan kedinasan maupun kepentingan pribadi, dan Menurut Soemarto dan Dwiantara, tamu organisasi atau perusahaan sanggup seseorang atau sekelompok orang dengan membawa satu atau beberapa kepentingan, baik itu kepentingan dirinya sebagai pribadi, maupun kepentingan orang lain, terlebih kepentingan organisasi tertentu alasannya ialah karena mereka utusan organisasi tersebut. Riris Yuniarsih (2013) menyatakan:

- 1) Tamu merupakan: Orang-orang yang menghendaki pelayanan yang disediakan oleh hotel. Mereka bisa menjadi puas ataupun tidak dengan pelayanan yang ditawarkan oleh hotel.
- 2) Tamu merupakan: Orang-orang yang sangat penting untuk menggunakan fasilitas hotel. Mereka benar-benar sangat penting, karena merekalah yang membeli makanan, minuman, *meeting room*, kamar, suasana, dan berbagai fasilitas lain yang disediakan oleh hotel.
- 3) Konsumen/Tamu bukanlah benda mati, melainkan manusia yang mempunyai perasaan, emosi, rasa suka dan tidak suka, juga curiga.

Mereka mempunyai tingkat kepuasan tertentu yang masing-masing bisa berbeda dan dapat berubah kapan saja.

- 4) Tamu bagaikan raja, dia dapat meminta apa saja seperti layaknya seorang raja yang memerintah bawahannya.
- 5) Tamu bukanlah pegawai hotel, dia dapat berlaku seperti pegawai, tetapi pegawai tidak dapat bertindak seperti tamu. Pegawai hotel tidak dibolehkan menggunakan fasilitas untuk tamu, tetapi tamu dapat menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh hotel tersebut.
- 6) Tamu merupakan penyebab utama adanya hotel, bukan sebaliknya. Keberadaan dan perkembangan hotel sangat berpengaruh oleh ada tidaknya tamu.

METODE

Dalam penelitian ini peneliti memakai teknik pengumpulan data dengan mengambil dari dua (2) sumber data yaitu data Primer dan Data Sekunder. Instrumen Penelitian adalah alat pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mengukur kedua variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan Instrumen penelitian kuesioner dan dilengkapi dengan *interview* atau wawancara demi melengkapi data yang tidak terakomodir dalam kuesioner. Sugiyono (2015) mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi (suatu kelompok) yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi Sugiyono (2012). Populasi dalam penelitian ini adalah tamu Sintesa Peninsula Hotel Manado dan pengambilan sampel dari penelitian ini sebanyak 60 (Enam Puluh) orang yang berkunjung atau menginap di Sintesa Peninsula Hotel Manado, sebagaimana yang dikemukakan oleh Baley dalam Mahmud (2011) yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30. Senada dengan pendapat tersebut, Roscoe menyarankan tentang ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (Gieosha, R.M, 2019). Pengukuran merupakan prosedur penetapan angka yang mewakili kuantitas ciri atau atribut yang dimiliki oleh subjek dalam suatu populasi atau sampel. Sedangkan penskalaan adalah penempatan nilai dan angka pada suatu garis lurus untuk memudahkan perbandingan. Adapun bentuk skala *likert* dimulai dari angka

Model Skala Likert

No.	Keterangan	Skala
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4

3.	Netral (N)	3
4.	Kurang Setuju (KS)	2
5.	Tidak Setuju (TS)	1

Sumber : Riduwan, 2010

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian Deskriptif Kuantitatif yaitu peneliti akan menggambarkan objek penelitian berdasarkan data-data berupa angka atau perhitungan yang didapat dari teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 26 version*, metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, dan analisis koefisien korelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil uji validitas yang dilakukan menunjukkan bahwa setiap item variabel X (Kualitas pelayanan) dapat dinyatakan valid, dan variabel Y (Minat Beli Tamu) dapat dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ nilai r tabel, dimana r tabel = 0.254 (60 responden). Hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha* pada variabel kualitas pelayanan (X) bernilai 0.862 dan variabel Minat Beli Tamu (Y) bernilai 0.887 dimana nilai ini ≥ 0.50 yang artinya semua pernyataan yang ada dalam variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel Minat Beli Tamu (Y) sudah reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Uji normalitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal dengan nilai signifikan $0.200 \geq 0.05$. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan hasil *output* ANOVA SPSS diketahui bahwa nilai F hitung sebesar = 53.975, dengan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0.05$, maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel minat beli tamu atau dengan kata lain ada pengaruh variabel kualitas pelayanan *pastry section* (X) terhadap variabel minat beli tamu (Y). dan hasil *output model summary* SPSS menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0.694 dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.482, yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (minat beli tamu) adalah sebesar 48.2% dan kontribusi variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini adalah sebesar 51.8% yaitu diantaranya :

1. Kurangnya kualitas pelayanan di Sintesa Peninsula Hotel Manado.
2. Kurangnya promosi yang ditawarkan *pastry section* sehingga tamu yang menginap maupun tidak menginap kurang mengetahui produk-produk *pastry* di Sintesa Peninsula Hotel Manado.

Serta *output* SPSS persamaan regresi linear sederhana diketahui nilai constant (a) pada kolom B adalah 8.432, sedangkan nilai kualitas pelayanan (b) sebesar 0.769. Sehingga persamaan regresi linear sederhana dapat ditulis

$$Y = 8.432 + 0.769X$$

Persamaan regresi linear sederhana dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 8.432, yang menunjukkan pengaruh positif variabel independen (kualitas pelayanan). Bila variabel independen naik maka variabel minat beli tamu akan naik.
2. Koefisien regresi X sebesar 0.769 menyatakan setiap penambahan nilai pada variabel kualitas pelayanan maka nilai minat beli tamu (Y) bertambah sebesar 0.769.

Analisis koefisien korelasi menunjukkan hasil *output* uji koefisien korelasi, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel minat beli tamu (Y) memiliki hubungan yang positif dimana nilai signifikansi kedua variabel yaitu $0.000 \leq 0.05$ dan nilai *pearson correlation* keduanya sebesar 0.694, yang berarti kedua variabel memiliki hubungan atau korelasi yang kuat atau positif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan *Pastry Section* terhadap Minat Beli Tamu di Sintesa Peninsula Hotel Manado, dapat disimpulkan sebagai bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli di Sintesa Peninsula Hotel Manado. Kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dan dapat mempengaruhi minat beli tamu di Sintesa Peninsula Hotel Manado. Berdasarkan hasil analisis menggunakan analisis regresi linear sederhana besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0.694 dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.482, yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (minat beli tamu) adalah sebesar 48.2% dan kontribusi variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini adalah sebesar 51.8% yaitu diantaranya: 1) kurangnya kualitas pelayanan di Sintesa Peninsula Hotel Manado, 2) ari Kurangnya promosi yang ditawarkan *pastry section* sehingga tamu yang menginap maupun tidak menginap kurang mengetahui produk-produk *pastry* di Sintesa Peninsula Hotel Manado. Hasil penelitian berdasarkan hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden didapati bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli tamu di Sintesa Peninsula Hotel Manado.

REFERENSI

American Hotel and Motel Associations, (2010). *American Hotel & Motel Association (AH&MA) Creates E-Business Committee - To Exchange Information And Ideas Pertinent To E-Business*.
 Adjab Subagio, (2011). *Pengolahan Macaroon Di Bagian Pastry And Bakery Aston Tropicana Hotel Bandung*.
 David A. Garvin (2010) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Arga Terhadap*

Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Bandung.
 Engel, (2014). *Pengaruh Harga. Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Lam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Da Rambah Utama)*.
 Ekinci, (2009) dalam Hariani (2013). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Cv. MASTER PASIR PENGARAIAN Kabupaten Rokanhulu*.
 Ferdinand, (2009). *Pengaruh Harga. Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Lam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Da Rambah Utama)*.
 Heizer J & Render B, (2015). *Manajemen operasi : manajemen keberlangsungan dan rantai pasokan*.
 Hardiyansah (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Gava Media.
 Kotler P & K L Keller, (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*.
 Kotler, (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*.
 Kotler dan Keller, (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (STUDI KASUS PADA PENUMPANG KERETA API KELAS EKSEKUTIF A SINDORO PT. KAI DAOP IV SEMARANG)*.
 Kotler, (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*.
 Kotler dan Keller, (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (STUDI KASUS PADA PENUMPANG KERETA API KELAS EKSEKUTIF A SINDORO PT. KAI DAOP IV SEMARANG)*.
 Kotler, Bowen, dan Makens dalam (Wibisaputra, 2011:29). *Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*.
 Linda, (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan engan metode Customer Satiafacation Index dan Service Quality (Studi Kasusatylius Hotel)*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
 Lewis , Booms (dalam Tjiptono 2017) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan*.
 Munjiati Munawaroh, (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan Di Yogyakarta*.

- Mertayasa, (2016:2). *Food & Beverage Service Operational Job Preparation*. Bali: ANDI, Universitas Dhyana Pura (Undhira).
- Moenir (2015). *Management Control System;Sistem Pengendalian Manajemen*.
- Nugroho, (2013). *Pengaruh Harga. Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Lam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Da Rambah Utama)*.
- Rusydi, (2017: 39). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan*.
- Riris Yuniarsih, (2013), *Manajemen sumber daya manusia*.
- Sinaga, (2010). *Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kota Bitung*.
- Sunarto, (2017). *Analisis Kesusiaan Wisata Pantai Jodo Desa Sidorejo Kecamatan Gringsing Kabupaten Batang*.
- Surya dan Vanny (2015). *Peluang Strategi Pemberdayaan Industri Pariwisata Berbasis Bahasa*.
- Sulastiyono, (2011), *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel Bndung: Alfabeta*.
- Sunyoto, (2012). *Sumber Daya Manusia*. CAPS. Yogyakarta.
- Swastha dan Irawan, (2011:349). *Asas-asas Marketing, Liberty, Yogyakarta*.
- Soemarto dan Dwiantara, (2010). *Peranan Resepsionis Pada PT. MOGEMS PUTRI INTERNATIONAL JAKARTA*.
- Surakhmad, (2012). *Inovasi Pembelajaran*. Jakarta : Bumi Aksara.
- World Tourism Organization, (2013). *UNWTO Tourism Highlights*.
- Widanaputra, A.A.GP et al, (2010). *Akuntansi Perhotelan Pendekatan Sistem Informasi*. Graha Ilmu. Jakarta.
- Wursanto dalam (Sedianingsih, Mustikawati & Soetanto, 2010). *Peranan Resepsionis Pada PT. MOGEMS PUTRI INTERNATIONAL JAKARTA*.
- Yoeti, (2017). *Analisis Kelayakan Danau Tajwid (Kajuid) sebagai Objek Wisata di Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan*.
- Yulesti, (2017). *Analisis Kelayakan Danau Tajwid (Kajuid) sebagai Objek Wisata di Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan*.
- Yosin, (2012). *Belajar dan proses pembelajaran*. Jakarta : Rineka Cipta.

Copyright holder:
(2023)
First publication right:
Jurnal Hospitaliti