



ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN PENGARUH VARIASI MENU TERHADAP LOYALITAS TAMU PADA BUFFET BREAKFAST DI VERANDAH RESTAURANT, HOTEL EASTPARC YOGYAKARTA

Maharani Dwi Pratiwi¹, Achmad Taufiq², Mahmudi³, Ivy Dian Puspitasari Prabowo⁴, Daniel Pandu Mau⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Seni Kuliner, Akademi Sages, 67156, Indonesia
E-mail Korespondensi: tiwimaharani55@gmail.com

ABSTRAK

Industri perhotelan, khususnya sektor *buffet breakfast*, menghadapi tantangan dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak rotasi menu *buffet breakfast* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Verandah Restaurant, Hotel Eastparc Yogyakarta. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei kepada 35 responden yang merupakan tamu hotel. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mencakup aspek kepuasan terhadap menu, kebosanan akibat rotasi menu, serta preferensi terhadap variasi menu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun 85% responden merasa puas dengan menu yang disajikan, 91,4% di antaranya merasa bosan dengan rotasi menu mingguan, terutama bagi tamu yang menginap lebih dari 2-3 malam. Sebanyak 94,3% responden menginginkan penambahan variasi menu untuk meningkatkan kepuasan. Selain itu, 85,7% responden menyatakan tidak tertarik untuk kembali ke restoran jika tidak ada penambahan variasi menu. Kesimpulan dari penelitian ini adalah variasi menu yang lebih dinamis dan inovatif sangat diperlukan untuk menjaga kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Dengan demikian, Verandah Restaurant disarankan untuk memperbaiki strategi rotasi menu dan menambahkan variasi tematik atau musiman untuk memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan, terutama mereka yang menginap dalam jangka waktu lama.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Tamu; Rotasi Menu; Variasi Menu; Sarapan Prasmanan

ABSTRACT

The hospitality industry, particularly the buffet breakfast sector, faces challenges maintaining customer satisfaction and loyalty. This study aimed to analyze the impact of buffet breakfast menu rotation on customer satisfaction and loyalty at Verandah Restaurant, Eastparc Hotel Yogyakarta. The research employed a quantitative approach, surveying 35 respondents who were hotel guests. Data were collected through questionnaires covering aspects of satisfaction with the menu, boredom due to menu rotation, and preferences for menu variation. The study results indicated that although 85% of respondents were satisfied with the menu offered, 91.4% of them experienced boredom with the weekly menu rotation, particularly among guests staying more than 2-3 nights. Additionally, 94.3% of respondents desired more varied menu options to enhance their satisfaction. Furthermore, 85.7% of respondents stated they were unlikely to return to the restaurant if no additional menu variations were provided. This study concludes that more dynamic and innovative menu variations are crucial for maintaining customer satisfaction and enhancing loyalty. Therefore, Verandah Restaurant is advised to improve its menu rotation strategy and introduce thematic or seasonal variations to provide a more fulfilling experience for customers, especially those staying for extended periods.

Keywords: Buffet Breakfast; Customer Satisfaction; Guest Loyalty; Menu Rotation; Menu Variation

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



PENDAHULUAN

Industri restoran dan perhotelan, khususnya sektor *buffet breakfast* di hotel, menghadapi tantangan besar dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan, sebagai indikator utama dalam menentukan keberhasilan layanan, sangat penting dalam industri ini. Oliver (2010) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan terhadap pemenuhan yang dirasakan, diukur berdasarkan seberapa menyenangkan atau tidak menyenangkannya pemenuhan tersebut. Dalam konteks restoran, kepuasan ini sering kali bergantung pada kualitas dan variasi menu yang ditawarkan. Kotler *et al.* (2004) menekankan bahwa kepuasan pelanggan tercapai ketika kinerja produk atau layanan sesuai dengan atau melebihi harapan pembeli. Oleh karena itu, untuk Verandah Restaurant di Hotel Eastparc Yogyakarta, penting untuk menilai bagaimana *buffet breakfast* dapat memenuhi ekspektasi tamu. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, ditemukan bahwa *feedback* yang diterima dari pelanggan Verandah Restaurant menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap menu *buffet breakfast* yang mengalami empat rotasi (*cycle*) dalam satu minggu. Beberapa pelanggan melaporkan bahwa mereka merasa bosan setelah mengonsumsi menu yang sama pada hari kelima, terutama jika mereka menginap lebih dari satu minggu. Hal ini menandakan perlunya evaluasi dan perbaikan rotasi menu untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memastikan pengalaman makan yang lebih memuaskan.

Eastparc Hotel Yogyakarta, yang terletak di Jl. Laksda Adisucipto, Km 6,5, Seturan, adalah hotel bintang 5 dengan tema kebun yang menawarkan kombinasi desain modern dan gaya klasik Eropa. Hotel ini menyediakan 190 kamar berkelas dengan balkon pribadi, yang menambah kenyamanan bagi para tamu. Sebagai bagian dari fasilitasnya, Eastparc Hotel memiliki Verandah Restaurant, yang menyajikan berbagai pilihan menu lokal dan internasional (Sumber: Wawancara Pribadi dengan pihak manajemen hotel). Restoran ini merupakan bagian integral dari pengalaman menginap di hotel, yang memberikan kesempatan bagi tamu untuk menikmati hidangan yang beragam dan berkualitas selama masa menginap.

Menu *buffet breakfast* di Verandah Restaurant mengikuti siklus empat rotasi dalam satu minggu. Akibatnya, tamu yang menginap lebih dari satu minggu akan mengalami pengulangan menu pada hari kelima, yang sering kali mengakibatkan kebosanan. Masalah ini diungkapkan oleh *feedback* pelanggan yang menginap untuk periode lebih dari satu minggu dan merasa kurang puas dengan kurangnya variasi menu. Widjaya *et al.* (2014) menekankan pentingnya variasi produk dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Kotler & Keller (2009) dan Tjiptono (2008) juga mendefinisikan variasi produk sebagai elemen penting dalam lini produk yang membedakan item berdasarkan atribut seperti ukuran, harga, atau penampilan. Dalam konteks *buffet breakfast*, variasi menu adalah kunci untuk menghindari kebosanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Faradisa *et al.* (2016) mengungkapkan bahwa keberagaman menu dapat meningkatkan daya tarik restoran dengan memberikan berbagai pilihan yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Inovasi dalam menu adalah kunci untuk mempertahankan minat pelanggan dan memberikan pengalaman yang memuaskan. Santoso (2016) menyatakan bahwa menawarkan produk yang unik dan berbeda dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Dengan demikian, penyesuaian dalam rotasi menu untuk meningkatkan variasi akan menjadi langkah penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Kualitas layanan juga memainkan peran penting dalam memengaruhi pengalaman pelanggan. Sharma (2017) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian terhadap kesenjangan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima. Menurut Parasuraman *et al.*

(1988) dan Asubonteng *et al.* (1996), kualitas layanan diukur berdasarkan perbedaan antara harapan pelanggan sebelum layanan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Kualitas layanan yang baik di Verandah Restaurant akan mendukung kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Selain itu, keadilan harga, seperti yang dijelaskan oleh Hidayat *et al.* (2019) serta Namkung & Jang (2008), memengaruhi kepuasan pelanggan. Penawaran harga yang adil dalam menu *buffet breakfast* penting untuk memastikan bahwa pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sesuai dengan apa yang mereka bayar.

Restoran di dalam hotel, seperti Verandah Restaurant, memainkan peran krusial dalam membentuk pengalaman keseluruhan tamu. Hermawan *et al.* (2018) dan Krestanto (2019) menekankan bahwa industri hospitality tidak hanya menjual produk tetapi juga pengalaman yang diberikan oleh *hotelier*. Penyesuaian dalam strategi menu, terutama dalam hal rotasi, adalah langkah penting untuk meningkatkan pengalaman makan tamu. Menurut penelitian ini, penyesuaian rotasi menu *buffet breakfast* di Verandah Restaurant diharapkan dapat mengatasi masalah kebosanan yang disampaikan oleh pelanggan dan memperbaiki tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak rotasi menu *buffet breakfast* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Verandah Restaurant. Dengan mempertimbangkan umpan balik pelanggan dan temuan dari studi sebelumnya, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi menu dapat ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, serta memperkuat loyalitas mereka terhadap Verandah Restaurant dan Eastparc Hotel secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan dan pengaruh variasi menu terhadap loyalitas tamu di Verandah Restaurant, Hotel Eastparc Yogyakarta. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuisisioner yang dirancang khusus untuk penelitian ini. Sumber data meliputi tamu yang menginap di hotel dan menggunakan fasilitas *buffet breakfast*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada 35 tamu yang bersedia berpartisipasi, baik pada saat mereka sedang menikmati sarapan atau setelah mereka selesai. Kuisisioner ini mencakup pertanyaan mengenai kepuasan terhadap menu, kebosanan dengan rotasi menu, serta preferensi terhadap variasi menu.

Teknik penentuan responden dilakukan dengan metode sampling acak sederhana dari tamu yang menginap di hotel selama periode penelitian. Setiap responden dipilih secara acak untuk memastikan representativitas sampel. Teknik analisis data melibatkan analisis deskriptif untuk menggambarkan profil responden dan tingkat kepuasan, serta analisis inferensial untuk mengidentifikasi hubungan antara variasi menu dan kepuasan pelanggan. Data disajikan menggunakan tabel dan grafik untuk memudahkan interpretasi visual, sementara analisis hasil disampaikan melalui narasi yang menjelaskan temuan utama dan implikasi dari hasil penelitian. Penjelasan ini memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana variasi menu mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan serta menawarkan rekomendasi berbasis data untuk perbaikan strategis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Profil dari 35 responden (**Tabel 1**) dalam penelitian ini menunjukkan adanya variasi signifikan dalam hal demografi dan kebiasaan menginap. Mayoritas responden adalah wanita (60%), dengan kelompok usia terbanyak berada di rentang 25-34 tahun (40%), diikuti oleh usia 18-24 tahun (25%). Dari segi pekerjaan, 50% responden adalah karyawan, 20% pengusaha, 15% mahasiswa, 10% pensiunan, dan 5% dalam kategori lainnya. Pendidikan mayoritas responden adalah sarjana (50%), diikuti oleh diploma (20%), pascasarjana (20%), dan lulusan SMA/SMK (10%). Kebiasaan menginap menunjukkan bahwa 30% responden menginap di hotel 1-2 kali setahun, sementara 40% menginap 3-5 kali setahun, dan durasi menginap mayoritas adalah 2-3 malam (50%).

Kebiasaan makan menunjukkan bahwa 60% responden sering menggunakan fasilitas *buffet breakfast* saat menginap, 30% kadang-kadang, dan 10% jarang. Preferensi menu cenderung pada menu internasional (50%), diikuti menu lokal/tradisional (30%), vegetarian/vegan (10%), dan campuran (10%). Sebagian besar tidak memiliki kebutuhan diet khusus (70%), sementara yang lainnya memerlukan diet rendah karbohidrat, vegetarian/vegan, atau memiliki alergi makanan (masing-masing 10%). Kepuasan terhadap *buffet breakfast* umumnya tinggi, dengan 35% sangat puas dan 50% puas. Namun, 40% merasa bosan dengan menu yang sama, menunjukkan kebutuhan akan variasi menu.

Dalam hal rotasi menu, 50% responden lebih memilih rotasi mingguan, 30% memilih rotasi bulanan, dan 15% lebih suka menu tetap dengan tambahan variasi (**Tabel 2**). Penambahan menu tematik pada hari-hari tertentu dianggap menarik oleh 40% responden, diikuti oleh menu musiman (30%) dan variasi menu rutin (10%) (**Tabel 3**). Profil ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, Verandah Restaurant perlu mempertimbangkan variasi menu yang lebih besar dan inovatif, mengingat sebagian besar responden menganggap variasi menu penting untuk menghindari kebosanan dan meningkatkan pengalaman makan mereka.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Kategori Demografi

Kategori	Distribusi
Jenis Kelamin	Wanita (60%)
	Pria (40%)
Usia	18-24 (25%)
	25-34 (40%)
	35-44 (20%)
	45-54 (10%)
	55+ (5%)
Pekerjaan	Karyawan (50%)
	Pengusaha (20%)
	Mahasiswa (15%)
	Pensiunan (10%)
	Lainnya (5%)

Tabel 2. Preferensi Responden terhadap Rotasi Menu

Aspek Rotasi Menu	Pilihan Responden
Rotasi Mingguan	50%
Rotasi Bulanan	30%
Menu Tetap dengan Tambahan Variasi	15%

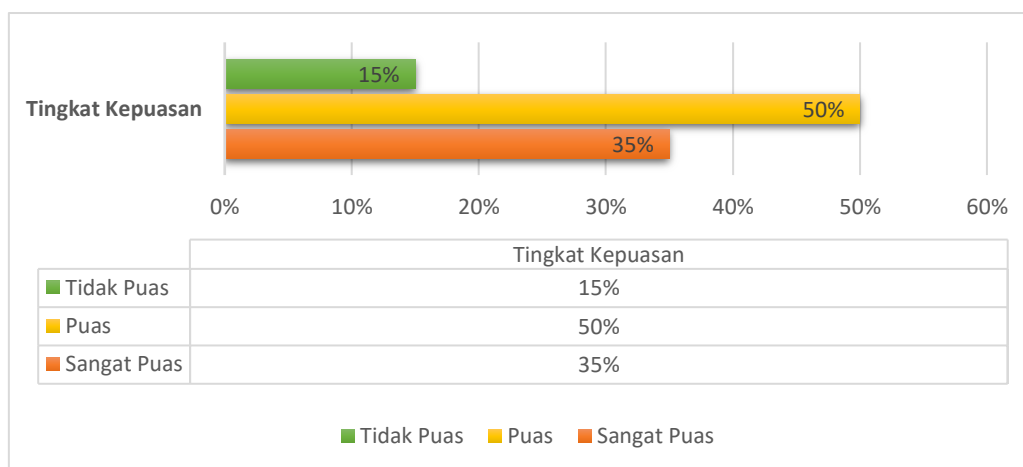
Tabel 3. Preferensi Responden terhadap Strategi Penambahan Menu

Strategi Penambahan Menu	Pilihan Responden
Menu Tematik pada Hari-Hari Tertentu	40%
Menu Musiman	30%
Variasi Menu Rutin	10%

Analisis Kepuasan Pelanggan

1) Tingkat Kepuasan Pelanggan

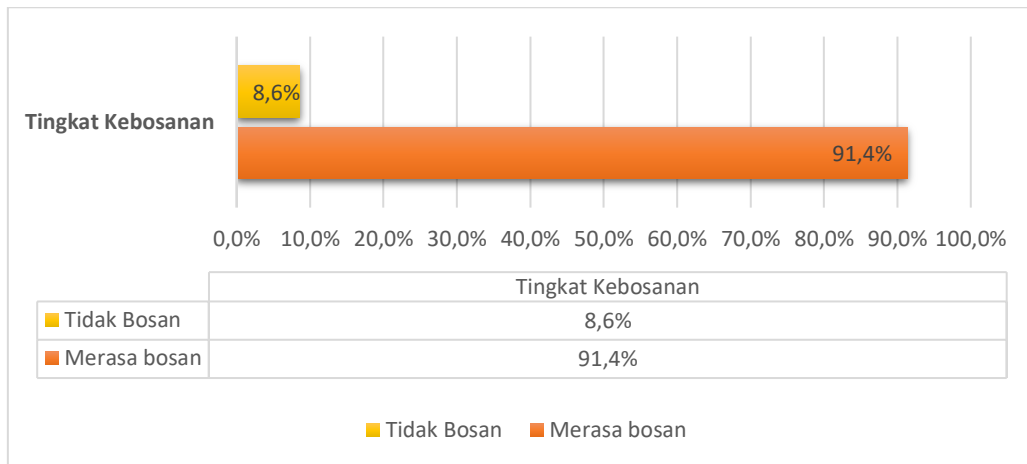
Berdasarkan hasil kuisioner, 85% responden merasa puas dengan menu *buffet breakfast* di Verandah Restaurant, Hotel Eastparc Yogyakarta (**Gambar 1**). Hal ini menunjukkan bahwa menu yang disajikan umumnya memenuhi harapan dasar pelanggan. Namun, 91,4% responden menyatakan kebosanan dengan rotasi menu mingguan (**Gambar 2**), terutama bagi mereka yang menginap lebih dari 2-3 malam. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat kepuasan secara umum tinggi, terdapat potensi penurunan kepuasan akibat kurangnya variasi menu untuk tamu yang menginap lebih lama. Kotler & Keller (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas produk tetapi juga pada keberagaman yang ditawarkan. Kotler & Keller (2009) menegaskan bahwa untuk mempertahankan tingkat kepuasan, penting untuk terus menawarkan pengalaman yang bervariasi. Tjiptono (2008) juga mencatat bahwa kurangnya variasi dapat menyebabkan penurunan kepuasan, terutama bagi pelanggan yang menginap dalam jangka waktu lama.



Gambar 1. Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Menu

2) Umpan Balik Pelanggan

Dalam survei, 91,4% responden menyatakan kebosanan terhadap rotasi menu yang sama setiap minggu, sementara 8,6% tidak merasa bosan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun menu diterima secara umum, pengulangan yang terus-menerus dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan secara negatif. Widjaya *et al.* (2014) menekankan pentingnya variasi dalam produk untuk menjaga tingkat kepuasan pelanggan, terutama dalam konteks layanan makanan. Kurniawati (2014) juga mencatat bahwa variasi produk dapat mengakomodasi preferensi yang lebih luas dan mengurangi kebosanan, yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa rotasi menu yang lebih dinamis dapat membantu menjaga minat pelanggan, terutama bagi mereka yang menginap dalam jangka waktu lama.

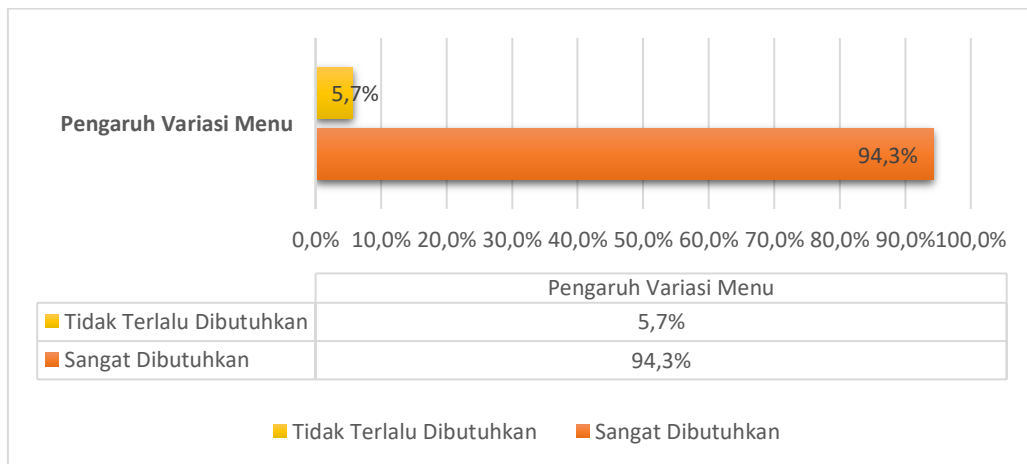


Gambar 2. Tingkat Kebosanan Pelanggan terhadap Rotasi Menu

Pengaruh Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan

1) Hubungan antara Variasi Menu dan Kepuasan

Survei menunjukkan bahwa 94.3% responden percaya bahwa penambahan variasi dalam menu *buffet breakfast* sangat diperlukan (Gambar 3). Hal ini menunjukkan bahwa variasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, terutama bagi tamu yang menginap lebih dari 2-3 malam. Kurniawati (2014) mencatat bahwa variasi dalam menu dapat memenuhi berbagai preferensi pelanggan dan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan. Santoso (2016) menambahkan bahwa inovasi produk yang unik dan beragam dapat meningkatkan daya tarik restoran, yang selanjutnya mendukung kepuasan pelanggan. Melalui penambahan variasi menu, restoran dapat menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan dan tidak monoton bagi pelanggan.



Gambar 3. Pengaruh Variasi Menu

2) Implikasi dari Variasi Menu

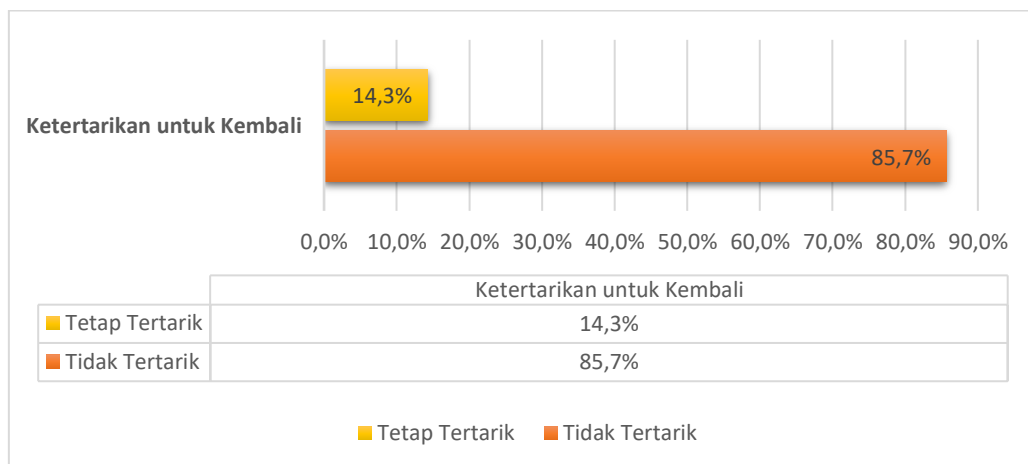
Penambahan variasi pada menu *buffet breakfast* dapat mengatasi masalah kebosanan yang dialami oleh tamu yang menginap lebih dari satu minggu. Faradisa *et al.* (2016) menunjukkan bahwa keberagaman menu tidak hanya menarik perhatian pelanggan tetapi juga memperbaiki kepuasan mereka dengan menawarkan sesuatu yang baru secara berkala. Pembaruan menu yang berkala, seperti penambahan menu tematik atau

musiman, dapat memberikan pengalaman yang lebih menarik dan mencegah kejenuhan. Sharma (2017) dan Parasuraman *et al.* (1988) juga mendukung bahwa kualitas layanan yang baik, termasuk keberagaman menu, memainkan peran penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Keberagaman ini mendukung pengalaman positif yang lebih menyeluruh bagi pelanggan, terutama bagi mereka yang menginap lebih lama.

Pengaruh Variasi Menu terhadap Loyalitas Pelanggan

1) Hubungan antara Variasi Menu dan Loyalitas Pelanggan

Penelitian menunjukkan bahwa 85.7% responden tidak akan tertarik untuk kembali jika tidak ada penambahan rotasi menu, sementara hanya 14.3% yang tetap tertarik meskipun menu tidak berubah. Kotler & Keller (2012) menggarisbawahi bahwa loyalitas pelanggan didorong oleh kepuasan yang mendalam dan konsisten, di mana loyalitas mencakup komitmen untuk melakukan pembelian ulang meskipun ada alternatif lain. Lovelock & Wirtz (2010) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah fondasi dari loyalitas, sehingga variasi menu yang sesuai dapat memperkuat loyalitas dengan meningkatkan kepuasan dan mengurangi risiko kebosanan. Dengan mengimplementasikan variasi menu yang relevan dan menarik, restoran dapat meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali, terutama bagi mereka yang sering menginap.



Gambar 4. Ketertarikan untuk Kembali Tanpa Variasi Menu

2) Rekomendasi untuk Meningkatkan Loyalitas

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Verandah Restaurant harus menerapkan strategi rotasi menu yang lebih dinamis. Santoso (2016) mencatat bahwa inovasi produk yang unik dan beragam dapat menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama. Penambahan variasi menu, seperti opsi musiman atau tema spesial, dapat menjaga minat pelanggan dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali. Tjiptono & Diana (2021) menekankan bahwa loyalitas pelanggan sering kali berkaitan dengan tingkat kepuasan yang tinggi, sehingga meningkatkan variasi menu berperan penting dalam memperkuat loyalitas pelanggan.

Analisis Kualitas Layanan dan Keadilan Harga

1) Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah komponen kritis dari pengalaman pelanggan, meskipun tidak secara eksplisit diungkapkan dalam hasil kuisioner. Sharma (2017) mendefinisikan kualitas layanan sebagai perbedaan antara ekspektasi pelanggan dan kinerja layanan aktual. Kualitas pelayanan yang baik, termasuk kecepatan pelayanan dan respons terhadap keluhan, sangat penting untuk mendukung kepuasan pelanggan. Parasuraman *et al.* (1988) menyatakan bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan meningkatkan pengalaman keseluruhan mereka. Restoran yang memastikan layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dapat mendukung kepuasan dan loyalitas, terutama bagi tamu yang menginap lebih lama.

2) Keadilan Harga

Keadilan harga adalah aspek penting dalam mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hidayat *et al.* (2019) dan Namkung & Jang (2008) menunjukkan bahwa penilaian harga yang adil dan sepadan dengan kualitas menu yang ditawarkan sangat penting untuk kepuasan pelanggan. Xia *et al.* (2004) menekankan bahwa perbedaan harga yang dianggap wajar berpengaruh pada persepsi nilai oleh konsumen. Oleh karena itu, Verandah Restaurant harus memastikan bahwa harga *buffet breakfast* mencerminkan kualitas dan variasi menu yang disediakan. Penawaran khusus atau paket harga yang menarik untuk tamu yang menginap lebih lama juga dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Strategi Pengembangan

1) Pengembangan Menu

Untuk mengatasi masalah kebosanan pelanggan, Verandah Restaurant disarankan untuk secara berkala memperbarui dan memperluas variasi menu *buffet breakfast*. Menambahkan opsi menu tematik pada hari-hari tertentu atau variasi musiman dapat memberikan pengalaman yang lebih dinamis dan menarik. Faradisa *et al.* (2016) menggarisbawahi bahwa keberagaman menu tidak hanya menarik tetapi juga penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Restoran yang menghadirkan pilihan baru secara rutin dapat menghindari rutinitas yang membosankan dan meningkatkan daya tarik keseluruhan dari menu yang ditawarkan, terutama bagi tamu yang menginap lebih dari 2-3 malam.

2) Peningkatan Kualitas Layanan

Meningkatkan kualitas layanan, termasuk kecepatan pelayanan dan respons terhadap keluhan pelanggan, akan mendukung kepuasan dan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Pelatihan staf secara berkala dan penerapan standar pelayanan yang ketat dapat membantu mencapai tujuan ini. Febrianti & Keni (2021) dan Ing *et al.* (2020) menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, yang merupakan kunci untuk membangun loyalitas dan mengurangi tingkat keluhan.

3) Evaluasi dan Penyesuaian Harga

Verandah Restaurant perlu melakukan evaluasi berkala terhadap struktur harga *buffet breakfast* untuk memastikan bahwa harga yang dikenakan sesuai dengan kualitas dan variasi menu. Penawaran khusus atau paket harga yang menarik untuk tamu yang menginap lebih lama dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hidayat *et al.* (2019) dan Githiri (2018) menekankan pentingnya keadilan harga dalam mempengaruhi perilaku konsumen dan kepuasan pelanggan. Restoran yang memastikan harga mencerminkan nilai yang diberikan dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

KESIMPULAN

Variasi menu yang terbatas pada *buffet breakfast* di Verandah Restaurant, Hotel Eastparc Yogyakarta, berdampak pada tingkat kebosanan pelanggan, terutama bagi tamu yang menginap lebih dari beberapa hari. Meskipun tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan cukup tinggi, kebosanan terhadap menu yang berulang menjadi faktor penting yang dapat mengurangi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penambahan variasi menu, seperti menu tematik atau musiman, menjadi rekomendasi utama untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu. Selain itu, kualitas layanan dan keadilan harga juga perlu diperhatikan untuk mendukung pengalaman pelanggan yang lebih baik. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk ukuran sampel yang relatif kecil dan terbatas pada satu hotel, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya mewakili preferensi pelanggan secara lebih luas. Untuk penelitian lebih lanjut, disarankan agar studi dilakukan dengan sampel yang lebih besar dan mencakup berbagai jenis hotel untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, eksplorasi lebih lanjut mengenai pengaruh variasi menu terhadap aspek lain dari pengalaman pelanggan, seperti nilai persepsi dan preferensi diet khusus, dapat memberikan pemahaman tambahan yang berguna bagi industri perhotelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asubonteng, P., McCleary, K. J., & Swan, J. E. (1996). SERVQUAL revisited: A critical review of service quality. *Journal of Services Marketing*, 10, 62-81. <https://doi.org/10.1108/08876049610148602>
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafã%). *Journal of Management*, 2(2). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517>
- Febrianti, I. N., & Keni, K. (2021). Pengaruh experiential marketing dan service quality terhadap customer loyalty: Customer satisfaction sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 56-61. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10400>
- Githiri, M. (2018). An examination of the relationship between perceived price fairness on customer satisfaction and loyalty in Kenyan star-rated restaurants. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 6(10), 763-770. <https://doi.org/10.18535/ijprm/v6i10.em06>
- Hermawan, H., Brahmanto, E., Hamzah, F. (2018). *Pengantar manajemen hospitality*. NEM.
- Hidayat, A., Adanti, A. P., Darmawan, A., & Setyaning, A. N. A. (2019). Factors influencing Indonesian customer satisfaction and customer loyalty in local fast-food restaurant. *International Journal of Marketing Studies*, 11(3), 131-139. <http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v11n3p131>

- Ing, P. G., Lin, Z. N., Xu, M. & Thurasamy, R. (2020). Customer loyalty in Sabah full service restaurant. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(7), 1407-1429. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2019-0437>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing management (14th Ed.)*. Prentice Hall.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2004). *Principles of marketing: European edition*. Prentice Hall Europe.
- Krestanto, H. . (2021). Strategi dan usaha reservasi untuk meningkatkan tingkat hunian di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(1), 60-78. <https://doi.org/10.36276/mws.v17i1.151>
- Kurniawati, D. (2014). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2). <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/583>
- Lovelock, C. H. & Wirtz, J. (2010). *Services marketing: People, technology, strategy (7th Ed.)*. Pearson College Div.
- Namkung, Y. & Jang, S. C. (S). (2010). Effects of perceived service fairness on emotions, and behavioral intentions in restaurants. *European Journal of Marketing*, 44(9/10), 1233-1259. <https://doi.org/10.1108/03090561011062826>
- Oliver, R.L. (2010). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer (2nd ed.)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:56252870>
- Santoso, I. (2016). Peran kualitas produk dan layanan, harga dan atmosfer rumah makan cepat saji terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. *Journal of Technology Management*, 15(1),94-109, <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.7>
- Sharma, P. (2017). Service quality and customer behavior intentions in Indian telecom sector. *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*, 3(10), 46-49. http://www.ijmas.iraj.in/paper_detail.php?paper_id=9819&name=Service_Quality_and_Customer_Behavior_Intentions_in_Indian_Telecom_Sector
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2021). *Pelanggan puas? Tak cukup!*. Andi Publisher.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran (Edisi ke-3)*. Andi Offset.
- Widjaya, O. H., Suryawan, I. N., & Stefani. (2014, May 24th). Analisis pengaruh waktu tunggu, harga, kualitas terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan “R” Seafood [Paper Presentation]. In *Peran Indonesia dalam Memberikan Apresiasi dan Kontribusi Guna Mendukung Komunitas ASEAN*. Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT) 2014, BSI Kaliabang (pp. 18-25).
- Xia, L., Monroe, K. B., & Cox, J. L. (2004). The price is unfair! a conceptual framework of price fairness perceptions. *Journal of Marketing*, 68(4), 1-15. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.1.42733>