



Pengaruh Inovasi Menu Produk *Pastry* dan Layanan *Breakfast* terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Indigo Seminyak Bali

I Gede Agustin Anggara Putra^{1*}, Desak Made Purnama Dewi², I Ketut Sutapa³

¹⁻³Program Studi Pengelola Perhotelan, Universitas Triatma Mulya, Indonesia

Email: agustinanggara09@gmail.com¹, purnama.dewi@triatmamulya.ac.id²,

ketut.sutapa@triatmamulya.ac.id³

*Penulis korespondensi: agustinanggara09@gmail.com¹

Abstract. *This study analyzes the effect of pastry menu innovation and breakfast service on guest satisfaction at Hotel Indigo Seminyak Bali. The increasing competition in the hospitality industry requires hotels to continuously improve service quality and guest experience. Menu innovation and breakfast service are key factors that directly influence guest satisfaction, particularly through the overall dining experience during guests' stay. This research used a quantitative descriptive approach with data collected through questionnaires, observation, and documentation from 120 respondents selected using purposive sampling. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, and F-test with SPSS version 26. The results show that menu innovation has a positive and significant effect on guest satisfaction ($p < 0.05$). Breakfast service also has a positive and significant effect on guest satisfaction ($p < 0.05$). Simultaneously, both variables significantly influence guest satisfaction ($F = 41.701$). Among the two variables, breakfast service is the most dominant factor affecting guest satisfaction. These findings indicate that improving menu innovation and breakfast service can enhance guest satisfaction and strengthen competitiveness in the hospitality industry.*

Keywords: *Breakfast Service; Guest Satisfaction; Hotel Industry; Menu Innovation; Quantitative Research.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis pengaruh inovasi menu pastry dan layanan breakfast terhadap kepuasan tamu di Hotel Indigo Seminyak Bali. Persaingan yang semakin ketat dalam industri perhotelan menuntut hotel untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman tamu. Inovasi menu dan layanan breakfast menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan tamu, terutama melalui pengalaman bersantap selama menginap. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi terhadap 120 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu ($p < 0,05$). Layanan breakfast juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu ($p < 0,05$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu ($F = 41,701$). Variabel layanan breakfast merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan tamu. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan inovasi menu dan kualitas layanan breakfast dapat meningkatkan kepuasan tamu serta memperkuat daya saing hotel di industri perhotelan.

Kata kunci: Industri Perhotelan; Inovasi Menu; Kepuasan Tamu; Layanan Breakfast; Penelitian Kuantitatif.

1. LATAR BELAKANG

Industri pariwisata dan perhotelan merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya di Provinsi Bali. Bali dikenal sebagai destinasi pariwisata kelas dunia yang memiliki daya tarik alam, budaya, serta kreativitas masyarakat yang tinggi. Meskipun pada tahun 2020 dunia pariwisata sempat mengalami perlambatan akibat pandemi global, periode setelahnya menunjukkan adanya tren pemulihan yang signifikan. Fenomena ini mendorong hotel-hotel di Bali untuk tidak hanya fokus pada pemulihan tingkat hunian, tetapi juga pada peningkatan kualitas layanan dan inovasi produk agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kawasan Seminyak menjadi salah satu

pusat pertumbuhan hotel berbintang yang sangat dinamis, sehingga menuntut hotel untuk terus beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan dan perilaku tamu.

Kepuasan tamu dalam industri perhotelan menjadi indikator utama keberhasilan perusahaan jasa. Menurut Kotler dan Keller (2020), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan pelanggan. Teori ini diperkuat oleh Tjiptono (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui evaluasi menyeluruh terhadap kualitas layanan, kualitas produk, harga, dan pengalaman emosional yang diperoleh selama mengonsumsi jasa. Kepuasan tamu hotel tidak hanya dipengaruhi oleh fasilitas fisik seperti kamar, tetapi juga oleh kualitas layanan yang dirasakan secara langsung, khususnya layanan makanan dan minuman. Layanan breakfast menjadi salah satu elemen strategis dalam pelayanan hotel karena hampir seluruh tamu memanfaatkannya selama masa menginap. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2020) menjelaskan bahwa kualitas layanan jasa diukur melalui lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam konteks layanan breakfast hotel, dimensi tersebut tercermin pada kebersihan area restoran, kelengkapan peralatan makan, kecepatan pelayanan, keramahan staf, serta kemampuan staf dalam memberikan pelayanan yang personal.

Inovasi produk menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif hotel. Menurut Drucker (2020), inovasi merupakan alat spesifik kewirausahaan yang bertujuan menciptakan perubahan dan memanfaatkan peluang baru. Pendapat tersebut diperkuat oleh Sundbo (2020) yang menyatakan bahwa inovasi dalam industri jasa melibatkan pengembangan produk baru, proses pelayanan baru, serta cara baru dalam menyampaikan nilai kepada pelanggan. Dalam industri perhotelan, inovasi produk pastry menjadi bagian dari strategi inovasi layanan yang meliputi pengembangan varian menu baru, pengolahan kreatif, penggunaan bahan baku lokal berkualitas, serta penyajian visual yang menarik. Produk pastry yang inovatif dapat meningkatkan persepsi kualitas, memperkuat citra hotel, dan menciptakan pengalaman kuliner yang berkesan bagi tamu.

Konsep pengalaman pelanggan (*customer experience*) semakin mendapat perhatian dalam literatur manajemen jasa setelah tahun 2020. Menurut Lemon dan Verhoef (2020), *customer experience* merupakan respons internal dan subjektif pelanggan yang timbul dari interaksi langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Dalam konteks hotel, pengalaman tersebut terbentuk dari akumulasi interaksi tamu dengan fasilitas, staf, dan produk hotel, termasuk pengalaman saat menikmati breakfast dan produk pastry. Kualitas layanan breakfast dan inovasi menu pastry memiliki kontribusi penting dalam membangun pengalaman

positif yang dapat meningkatkan kepuasan tamu secara keseluruhan. Hotel Indigo Bali Seminyak Beach sebagai salah satu hotel berkonsep lifestyle di kawasan Seminyak mengusung filosofi pelayanan yang menekankan pengalaman unik dan personal bagi setiap tamu. Hotel ini memadukan desain modern dengan sentuhan budaya lokal Bali, serta menghadirkan pengalaman kuliner yang khas melalui pengembangan menu pastry dan konsep layanan breakfast.

Praktik operasional hotel masih menghadapi berbagai tantangan, seperti perbedaan latar belakang budaya tamu, perubahan tren makanan dan gaya hidup yang cepat, serta meningkatnya ekspektasi terhadap standar pelayanan global. Beberapa ulasan tamu pada platform digital menunjukkan adanya apresiasi terhadap kualitas layanan, tetapi juga terdapat kritik terkait variasi menu, konsistensi rasa, serta kecepatan pelayanan pada jam sibuk. Kondisi tersebut mencerminkan adanya potensi kesenjangan antara harapan tamu dengan kinerja layanan yang dirasakan. Persaingan hotel berbintang di kawasan Seminyak yang semakin ketat juga menuntut hotel untuk memiliki strategi diferensiasi yang kuat. Porter (2020) menjelaskan bahwa strategi diferensiasi memungkinkan perusahaan menciptakan keunikan yang dihargai oleh pelanggan sehingga mampu meningkatkan daya saing perusahaan. Dalam konteks ini, inovasi menu pastry dan kualitas layanan breakfast menjadi bentuk diferensiasi strategis karena langsung dirasakan oleh tamu dan berpotensi meningkatkan nilai tambah layanan hotel.

Berdasarkan uraian tersebut, inovasi menu produk pastry dan layanan breakfast memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan tamu hotel. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh inovasi menu produk pastry terhadap kepuasan tamu, pengaruh kualitas layanan breakfast terhadap kepuasan tamu, pengaruh kedua variabel secara simultan terhadap kepuasan tamu, serta mengetahui variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan tamu di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pihak manajemen hotel dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan dan pengembangan produk, serta memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian akademik di bidang manajemen perhotelan dan pariwisata, khususnya yang berkembang setelah tahun 2020.

2. KAJIAN TEORITIS

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi dan industri jasa, khususnya di daerah tujuan wisata seperti Bali. Pariwisata modern berkembang tidak hanya sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai fenomena sosial dan ekonomi yang melibatkan berbagai sektor pendukung, seperti transportasi, akomodasi, kuliner,

dan ekonomi kreatif (Cooper, 2020; Hall & Page, 2020). Perkembangan industri pariwisata mendorong hotel untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan pengalaman yang bernilai bagi wisatawan. Pengelolaan destinasi yang baik, inovasi layanan, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam menciptakan daya saing destinasi wisata dan industri *hospitality* secara berkelanjutan (Goeldner & Ritchie, 2020; Sharpley, 2020).

Hotel sebagai bagian dari industri *hospitality* memiliki fungsi utama dalam menyediakan akomodasi, makanan dan minuman, serta berbagai fasilitas penunjang bagi tamu. Kualitas layanan hotel sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam menciptakan pelayanan yang konsisten, profesional, dan berorientasi pada kepuasan tamu (Walker, 2020). Pengelolaan sumber daya manusia, koordinasi antar departemen, serta penerapan standar operasional yang baik menjadi faktor penting dalam keberhasilan operasional hotel (Jones & Lockwood, 2021). Kualitas layanan hotel juga dipengaruhi oleh dimensi *reliability*, *assurance*, *empathy*, *responsiveness*, dan *tangibles* yang dirasakan tamu selama menginap (Bowie et al., 2022). Pengalaman tamu dalam hotel modern tidak hanya berfokus pada fasilitas fisik, tetapi juga pengalaman emosional, sosial, dan sensorik yang diperoleh selama menikmati pelayanan hotel (Pizam, 2023).

Food and Beverage Department merupakan salah satu departemen utama dalam hotel yang berperan dalam menyediakan makanan dan minuman serta mendukung pengalaman tamu secara keseluruhan. Operasional departemen ini mencakup pengelolaan restoran, *kitchen*, *pastry section*, *room service*, hingga pelayanan *breakfast* (Walker, 2020). Kualitas pelayanan *F&B* dipengaruhi oleh kreativitas kuliner, keamanan pangan, efisiensi operasional, serta kemampuan staf dalam memberikan pelayanan yang cepat dan profesional (Davis et al., 2021). Pengalaman tamu saat menikmati layanan makanan dan minuman juga dipengaruhi oleh suasana ruang makan, estetika penyajian, interaksi staf, dan inovasi produk yang ditawarkan (Pantelidis, 2022). Digitalisasi layanan seperti *QR menu* dan *self-ordering system* turut mendukung peningkatan efisiensi dan kualitas pelayanan pada departemen *F&B* (Ivanov & Webster, 2023).

Inovasi produk merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan jasa, termasuk industri perhotelan dan kuliner. Inovasi produk diartikan sebagai proses menciptakan atau memperbaiki produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen (Indriyani et al., 2023). Dalam industri kuliner, inovasi dapat diwujudkan melalui pengembangan menu baru, kreativitas penyajian, peningkatan kualitas bahan baku, serta variasi rasa dan tampilan produk (Hamzah & Ariesta, 2022). Inovasi menu *pastry* pada layanan *breakfast* hotel menjadi salah satu bentuk diferensiasi yang mampu menciptakan pengalaman

unik dan meningkatkan kepuasan tamu (Maria, 2023). Hubungan positif antara inovasi menu dan kepuasan pelayanan juga ditemukan pada berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa inovasi produk mampu meningkatkan persepsi kualitas layanan dan loyalitas pelanggan (Fillayata & Mukaram, 2020; Dahlianti, 2022; Hidayat et al., 2023). Dalam penelitian ini, inovasi menu diukur melalui beberapa indikator berikut (Kotler & Keller, 2020): Pengembangan menu baru; Variasi menu; Keunikan menu; Peningkatan kualitas produk; Kreativitas penyajian.

Layanan *breakfast* merupakan bagian penting dalam pelayanan *food and beverage* hotel karena menjadi pengalaman pertama yang dirasakan tamu pada awal hari. Kualitas layanan *breakfast* tidak hanya dinilai dari kualitas makanan, tetapi juga dari kecepatan pelayanan, keramahan staf, kebersihan area, dan kenyamanan lingkungan makan (Rahmawati, 2022). Konsep *service excellence* pada layanan *breakfast* mencakup *attitude, attention, action, ability,* dan *accountability* yang diterapkan staf dalam memberikan pelayanan kepada tamu (Wijaya, 2020). Kualitas layanan *breakfast* juga dipengaruhi oleh *interaction quality, environment quality,* dan *outcome quality* yang mencerminkan interaksi pelayanan, suasana lingkungan, dan hasil pelayanan yang diterima tamu (Fernando & Martins, 2021). Dalam konteks hotel modern, pelayanan *breakfast* menjadi bagian penting dalam membentuk *customer experience* dan kepuasan tamu secara keseluruhan. Indikator layanan *breakfast* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi (Kotler & Keller, 2020): Kualitas makanan; Kelengkapan dan variasi menu; Kecepatan dan ketepatan pelayanan; Sikap dan keramahan staf; Kebersihan dan kenyamanan area *breakfast*; Ketersediaan dan konsistensi pelayanan.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan sebelumnya (Kotler & Keller, 2020). Kepuasan dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas layanan, harga, nilai yang dirasakan, pengalaman pelanggan, serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen (Zeithaml et al., 2020). Dalam industri hotel, kepuasan pelayanan *breakfast* berkaitan dengan kualitas makanan, variasi menu, pelayanan staf, kebersihan area, serta pengalaman yang diperoleh tamu selama menikmati layanan (Anisa & Azwar, 2024). Strategi peningkatan kepuasan pelayanan dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan staf, inovasi produk, personalisasi layanan, pengelolaan umpan balik tamu, serta integrasi antara inovasi menu dan kualitas pelayanan secara konsisten (Ndruru et al., 2025; Fillayata & Mukaram, 2020). Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator berikut (Kotler & Keller, 2020): Kesesuaian harapan; Kepuasan terhadap kualitas produk; Kepuasan terhadap kualitas layanan; Kepuasan terhadap harga; Nilai yang dirasakan; Pengalaman pelanggan.

Berdasarkan kajian teoritis dan penelitian terdahulu, inovasi menu pastry dan kualitas layanan breakfast merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan tamu hotel. Inovasi menu memberikan pengalaman baru melalui variasi dan kualitas produk, sedangkan kualitas layanan breakfast menciptakan kenyamanan melalui pelayanan yang baik dan suasana yang nyaman. Kombinasi keduanya dapat meningkatkan pengalaman positif dan kepuasan tamu. Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Inovasi menu produk pastry (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Y) di Hotel Indigo Seminyak Bali.

H₂: Kualitas layanan breakfast (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Y) di Hotel Indigo Seminyak Bali.

H₃: Inovasi menu produk pastry (X1) dan kualitas layanan breakfast (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (Y) di Hotel Indigo Seminyak Bali.

3. METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat rancangan penelitian meliputi desain penelitian, populasi/ sampel penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, alat analisis data, dan model penelitian yang digunakan. Metode yang sudah umum tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup merujuk ke referensi acuan (misalnya: rumus uji-F, uji-t, dll). Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup dengan mengungkapkan hasil pengujian dan interpretasinya. Keterangan simbol pada model dituliskan dalam kalimat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh inovasi menu (X1) dan layanan breakfast (X2) terhadap kepuasan tamu (Y) di Hotel Indigo Seminyak Bali. Analisis ini dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 26 disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,690	,266		2,597	,011
	Inovasi Menu	,256	,036	,504	7,125	,000
	Layanan Breakfast	,383	,062	,434	6,128	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Data diolah, 2026, Output SPSS 26.

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,690 + 0,256X_1 + 0,383X_2$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa inovasi menu dan layanan breakfast memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Nilai konstanta sebesar 0,690 menunjukkan bahwa apabila variabel inovasi menu dan layanan breakfast dianggap konstan, maka kepuasan tamu memiliki nilai sebesar 0,690. Koefisien regresi inovasi menu sebesar 0,256 menunjukkan bahwa setiap peningkatan inovasi menu akan meningkatkan kepuasan tamu sebesar 0,256 dengan asumsi variabel lain tetap. Pada Tabel 1 juga terlihat bahwa variabel layanan breakfast memiliki koefisien regresi sebesar 0,383. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas layanan breakfast akan meningkatkan kepuasan tamu sebesar 0,383. Nilai koefisien layanan breakfast lebih besar dibandingkan inovasi menu sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan breakfast memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan tamu di Hotel Indigo Seminyak Bali.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Hasil uji t disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Uji t.

		Coefficients^a		
	Model	t	Sig.	
1	(Constant)	2,597	,011	
	Inovasi Menu	7,125	,000	
	Layanan Breakfast	6,128	,000	

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Data diolah, 2026, Output SPSS 26.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Indigo Seminyak Bali. Adapun hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut: Variabel inovasi menu

memiliki nilai t hitung sebesar 7,125 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Semakin baik inovasi menu yang diberikan hotel, maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan tamu. Inovasi menu yang menarik, bervariasi, dan memiliki kualitas yang baik mampu memberikan pengalaman breakfast yang lebih menyenangkan bagi tamu hotel. Variabel layanan breakfast memiliki nilai t hitung sebesar 6,128 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa layanan breakfast berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Pelayanan breakfast yang cepat, ramah, dan berkualitas mampu memberikan kenyamanan bagi tamu selama menikmati fasilitas hotel. Semakin baik layanan breakfast yang diberikan, maka kepuasan tamu juga akan semakin meningkat.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh inovasi menu dan layanan breakfast secara simultan terhadap kepuasan tamu. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Hasil uji F disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji F.

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23,603	2	11,801	41,701	,000 ^b
	Residual	33,111	117	,283		
	Total	56,714	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

b. Predictors: (Constant), Layanan Breakfast , Inovasi Menu

Sumber: Data diolah, 2026, Output SPSS 26.

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai F hitung sebesar 41,701 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi menu dan layanan breakfast secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Indigo Seminyak Bali sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil pada Tabel 3 menunjukkan bahwa kombinasi inovasi menu dan kualitas layanan breakfast menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan tamu hotel. Inovasi menu memberikan pengalaman kuliner yang lebih menarik bagi tamu, sedangkan layanan breakfast yang berkualitas mampu memberikan kenyamanan selama menginap. Kedua variabel tersebut saling mendukung dalam menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan tamu secara keseluruhan.

Pembahasan

Pengaruh Inovasi Menu terhadap Kepuasan Tamu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada layanan *breakfast* di Hotel Indigo Seminyak Bali. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, sehingga peningkatan inovasi menu mampu meningkatkan kepuasan tamu secara nyata. Variasi menu yang disediakan hotel memberikan pengalaman baru bagi tamu selama menikmati layanan *breakfast*. Keberagaman pilihan makanan membuat tamu merasa memiliki banyak alternatif yang dapat disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa inovasi menu menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan pengalaman menginap yang lebih menarik dan tidak monoton. Simanjuntak dan Asnur (2023) menjelaskan bahwa variasi menu *breakfast* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu melalui keberagaman pilihan makanan yang disajikan kepada pelanggan.

Inovasi menu tidak hanya berkaitan dengan penambahan jenis makanan, tetapi juga mencakup kreativitas dalam pengolahan dan penyajian produk *pastry*. Teori diferensiasi produk menjelaskan bahwa keunikan suatu produk dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen karena menciptakan pengalaman yang berbeda dibandingkan produk lain. Penyajian menu dengan konsep kreatif mampu menarik perhatian tamu dan meningkatkan pengalaman kuliner selama menginap di hotel. Pratiwi et al. (2024) menyatakan bahwa variasi menu yang inovatif dapat meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas tamu terhadap layanan hotel. Pengalaman kuliner yang unik akan memberikan kesan mendalam sehingga tamu lebih mudah mengingat kualitas layanan yang diberikan oleh hotel. Pengalaman tersebut juga memperkuat persepsi positif terhadap identitas dan citra hotel di mata pelanggan.

Kreativitas dalam tampilan makanan menjadi bagian penting dalam inovasi menu *pastry* pada layanan *breakfast* hotel. Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa tampilan visual suatu produk akan memengaruhi persepsi awal pelanggan terhadap kualitas produk tersebut. Penyajian makanan yang menarik mampu meningkatkan ekspektasi positif tamu sebelum mereka menikmati makanan yang disajikan. Viany dan Nawangwulan (2025) menegaskan bahwa inovasi pada tampilan menu *pastry* memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan karena aspek visual menjadi bagian dari pengalaman konsumsi. Tamu tidak hanya menikmati cita rasa makanan, tetapi juga menikmati tampilan estetis dari produk yang disajikan. Pengalaman visual tersebut menciptakan kesan yang lebih menarik dan memperkuat kualitas pengalaman *breakfast* secara keseluruhan.

Kualitas bahan baku juga menjadi faktor utama dalam mendukung keberhasilan inovasi menu yang diterapkan hotel. Teori kualitas produk menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kualitas produk yang diterima. Paramita et al. (2025) menjelaskan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu karena kualitas bahan baku menentukan cita rasa produk yang dihasilkan. Penggunaan bahan yang segar dan berkualitas akan menghasilkan rasa makanan yang lebih baik sehingga memperkuat persepsi positif tamu terhadap layanan *breakfast* hotel. Marchelline et al. (2024) juga menjelaskan bahwa kualitas makanan dan pelayanan memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Inovasi menu yang didukung kualitas produk yang konsisten akan menciptakan pengalaman yang lebih optimal bagi tamu hotel.

Kemampuan hotel dalam mengikuti perkembangan tren kuliner juga menjadi bagian penting dalam pengembangan inovasi menu. Preferensi konsumen mengalami perubahan seiring perkembangan gaya hidup dan tren makanan yang berkembang di masyarakat. Gunawan et al. (2024) menjelaskan bahwa preferensi tamu dipengaruhi oleh kesesuaian menu dengan tren yang sedang berkembang. Menu *breakfast* yang mengikuti tren seperti *healthy food*, makanan lokal, atau produk *pastry* modern mampu meningkatkan minat tamu terhadap layanan *breakfast* hotel. Gogani et al. (2024) juga menunjukkan bahwa variasi menu *buffet* yang mengikuti tren dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengalaman yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen saat ini. Adaptasi terhadap tren kuliner memperlihatkan kemampuan hotel dalam memahami kebutuhan pasar dan meningkatkan kualitas pengalaman tamu selama menginap.

Pengembangan inovasi menu secara berkelanjutan menjadi strategi penting dalam mempertahankan kepuasan tamu dalam jangka panjang. Pembaruan menu secara berkala akan memberikan pengalaman baru bagi tamu yang datang kembali sehingga mengurangi kejenuhan terhadap pilihan makanan yang sama. Variasi menu yang terus diperbarui juga menunjukkan bahwa hotel memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada tamu. Pengalaman *breakfast* yang menarik akan membentuk persepsi positif terhadap layanan hotel secara keseluruhan. Kepuasan yang tinggi akan berdampak pada loyalitas tamu serta meningkatkan kemungkinan tamu untuk kembali menginap di masa mendatang. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa inovasi menu memiliki peran strategis dalam menciptakan kepuasan tamu sekaligus memperkuat daya saing hotel dalam industri *hospitality*.

Pengaruh Layanan Breakfast terhadap Kepuasan Tamu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *breakfast* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Indigo Seminyak Bali. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima, sehingga peningkatan kualitas layanan *breakfast* akan meningkatkan kepuasan tamu secara nyata. Pelayanan *breakfast* menjadi bagian penting dalam pengalaman menginap karena tamu tidak hanya menilai kualitas makanan, tetapi juga menilai bagaimana pelayanan diberikan oleh staf hotel. Ketepatan waktu penyajian, keramahan staf, dan kemampuan staf dalam melayani kebutuhan tamu menjadi faktor utama yang membentuk persepsi tamu terhadap kualitas layanan *breakfast*.

Teori SERVQUAL menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* yang dirasakan pelanggan selama menerima layanan (Parasuraman et al., 2020). Pelayanan yang cepat dan tepat akan memberikan kenyamanan bagi tamu dalam menikmati *breakfast* sebelum memulai aktivitas mereka. Interaksi yang baik antara staf dan tamu juga memberikan pengaruh besar terhadap pengalaman pelanggan selama menikmati layanan hotel. Andika dan Faozen (2024) menjelaskan bahwa peran staf dalam pelayanan *breakfast* sangat menentukan pengalaman tamu selama menginap. Sikap staf yang ramah, sopan, dan komunikatif akan meningkatkan kenyamanan tamu sehingga menciptakan pengalaman layanan yang lebih menyenangkan.

Pengalaman pelanggan atau *customer experience* menjadi salah satu aspek penting dalam kualitas layanan *breakfast*. Lemon dan Verhoef (2020) menjelaskan bahwa *customer experience* terbentuk dari seluruh interaksi antara pelanggan dengan penyedia layanan pada berbagai titik pelayanan. *Breakfast* menjadi salah satu titik penting dalam membentuk pengalaman pelanggan karena merupakan aktivitas awal yang dilakukan tamu pada pagi hari. Pengalaman *breakfast* yang menyenangkan akan memberikan kesan positif terhadap hotel secara keseluruhan. Tamu akan merasa lebih puas ketika memperoleh pelayanan yang nyaman, cepat, dan sesuai dengan harapan mereka selama menikmati *breakfast* di hotel.

Konsistensi pelayanan menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas layanan *breakfast* yang diberikan hotel kepada tamu. Standar operasional pelayanan yang diterapkan secara konsisten akan memastikan bahwa setiap tamu memperoleh pengalaman layanan yang sama baiknya. Marchelline et al. (2024) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu karena pelayanan yang konsisten akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap hotel. Pelayanan yang tidak konsisten dapat menurunkan tingkat kepuasan meskipun kualitas makanan yang disajikan sudah baik.

Konsistensi pelayanan mencerminkan profesionalisme hotel dalam menjaga kualitas layanan kepada pelanggan secara berkelanjutan.

Kecepatan dan efisiensi pelayanan juga menjadi bagian penting dalam kualitas layanan *breakfast*. Tamu hotel sering kali memiliki jadwal aktivitas yang padat sehingga membutuhkan pelayanan yang cepat tanpa mengurangi kualitas layanan yang diberikan. Gunawan et al. (2024) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas makanan menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang lambat dapat mengurangi kenyamanan tamu dan memengaruhi pengalaman mereka selama menginap di hotel. Pengelolaan pelayanan yang efisien akan meningkatkan kenyamanan pelanggan dan menciptakan pengalaman *breakfast* yang lebih baik.

Lingkungan fisik area *breakfast* turut memengaruhi persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan hotel. Kebersihan area makan, kenyamanan tempat duduk, dan penataan ruangan menjadi bagian dari dimensi *tangibles* dalam teori kualitas pelayanan (Parasuraman et al., 2020). Area *breakfast* yang bersih dan tertata rapi akan memberikan kesan positif kepada tamu serta meningkatkan kenyamanan selama menikmati makanan. Pengalaman yang nyaman tersebut akan memperkuat persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan hotel secara keseluruhan. Kepuasan pelanggan akan meningkat ketika layanan yang diterima mampu memberikan kenyamanan baik dari aspek pelayanan maupun lingkungan fisik yang mendukung.

Pengaruh Inovasi Menu dan Layanan Breakfast terhadap Kepuasan Tamu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi menu dan layanan *breakfast* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Indigo Seminyak Bali. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima sehingga kombinasi kedua variabel mampu meningkatkan kepuasan tamu secara bersama-sama. Pengalaman tamu dalam menikmati layanan *breakfast* tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk makanan yang disajikan, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima selama menikmati *breakfast*. Kombinasi antara inovasi menu dan pelayanan yang baik menciptakan pengalaman yang lebih lengkap dan berkesan bagi pelanggan hotel.

Konsep kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2020) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap keseluruhan pengalaman yang diterima dibandingkan dengan harapan sebelumnya. Inovasi menu memberikan nilai tambah dari sisi produk, sedangkan layanan *breakfast* memberikan pengalaman emosional melalui interaksi pelayanan yang diberikan staf hotel. Gunawan et al. (2024) menjelaskan bahwa kualitas makanan dan kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan tamu

hotel. Kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman *breakfast* yang berkualitas dan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap hotel.

Konsep *customer experience* juga menjelaskan bahwa pengalaman pelanggan terbentuk dari berbagai interaksi yang saling terhubung selama proses pelayanan berlangsung. Lemon dan Verhoef (2020) menjelaskan bahwa *customer experience* merupakan akumulasi pengalaman pelanggan pada seluruh titik interaksi layanan. Menu yang inovatif memberikan pengalaman sensorik melalui rasa, aroma, dan tampilan makanan, sedangkan pelayanan *breakfast* memberikan pengalaman emosional melalui interaksi antara staf dan tamu. Kombinasi kedua aspek tersebut membentuk persepsi yang lebih kuat terhadap kualitas layanan hotel sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Kualitas pelayanan yang baik akan memperkuat persepsi tamu terhadap inovasi menu yang disajikan hotel. Paramita et al. (2025) menjelaskan bahwa kualitas makanan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Menu yang menarik dan inovatif akan terasa lebih bernilai ketika disajikan dengan pelayanan yang profesional dan ramah. Pengalaman yang menyenangkan selama *breakfast* akan meningkatkan persepsi nilai yang dirasakan pelanggan terhadap layanan hotel. Kepuasan pelanggan akan meningkat ketika kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu berjalan secara seimbang dan saling mendukung.

Strategi pengelolaan inovasi menu dan layanan *breakfast* secara terpadu menjadi langkah penting dalam meningkatkan kualitas layanan hotel. Pembaruan menu secara berkala akan memberikan pengalaman baru bagi tamu, sedangkan pelayanan yang konsisten akan menjaga kualitas pengalaman tersebut. Gogani et al. (2024) menunjukkan bahwa variasi menu *buffet* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui keberagaman pilihan makanan. Marchelline et al. (2024) juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan tamu hotel. Integrasi antara inovasi menu dan kualitas pelayanan akan menciptakan pengalaman *breakfast* yang lebih optimal sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap hotel.

Variabel Dominan yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel layanan *breakfast* merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan tamu dibandingkan inovasi menu. Dominasi tersebut terlihat dari nilai koefisien regresi layanan *breakfast* yang lebih besar dibandingkan inovasi menu. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan memiliki pengaruh yang lebih kuat dalam membentuk persepsi tamu terhadap kualitas layanan hotel. Kepuasan tamu tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk makanan yang disajikan, tetapi

juga dipengaruhi oleh bagaimana pelayanan tersebut diberikan kepada pelanggan selama menikmati *breakfast*.

Teori SERVQUAL menjelaskan bahwa dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy* menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 2020). Pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah akan menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi tamu hotel. Pengalaman tersebut memberikan kesan yang lebih mendalam dibandingkan hanya variasi makanan yang disajikan kepada pelanggan. Tamu cenderung lebih mengingat kualitas interaksi dan pelayanan yang mereka rasakan selama menikmati *breakfast*. Persepsi positif terhadap pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan dan memperkuat citra hotel di mata tamu.

Interaksi langsung antara staf dan tamu menjadi faktor penting yang memperkuat dominasi layanan *breakfast* terhadap kepuasan pelanggan. Andika dan Faozen (2024) menjelaskan bahwa peran staf dalam pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap pengalaman tamu selama menginap di hotel. Komunikasi yang baik serta perhatian staf terhadap kebutuhan pelanggan akan meningkatkan kenyamanan tamu selama menikmati layanan *breakfast*. Tamu akan merasa dihargai ketika memperoleh pelayanan yang responsif dan profesional dari staf hotel. Hubungan emosional yang terbentuk melalui pelayanan tersebut akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap hotel.

Inovasi menu tetap memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan tamu meskipun pengaruhnya tidak sebesar layanan *breakfast*. Variasi menu yang menarik mampu meningkatkan daya tarik layanan *breakfast* dan memberikan pengalaman kuliner yang lebih beragam bagi pelanggan hotel. Amboro (2025) menjelaskan bahwa kualitas menu dan pelayanan memengaruhi persepsi nilai pelanggan terhadap layanan hotel. Inovasi menu berfungsi sebagai faktor pendukung yang memperkaya pengalaman tamu selama menikmati *breakfast*. Kualitas produk yang baik akan memperkuat persepsi positif pelanggan terhadap layanan hotel secara keseluruhan.

Implikasi penelitian menunjukkan bahwa manajemen hotel perlu lebih memprioritaskan peningkatan kualitas layanan *breakfast* dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu. Pelatihan staf, peningkatan standar pelayanan, dan pengelolaan interaksi dengan tamu menjadi langkah penting yang perlu dilakukan oleh hotel. Wijaya (2020) menjelaskan bahwa *service excellence* menjadi kunci utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada industri *hospitality*. Strategi pelayanan yang berorientasi pada pengalaman pelanggan akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kepuasan dibandingkan hanya berfokus pada inovasi produk. Integrasi antara pelayanan yang unggul dan inovasi menu yang berkelanjutan

akan menjadi strategi penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing hotel di industri perhotelan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa inovasi menu pastry dan layanan breakfast berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Indigo Seminyak Bali, baik secara parsial maupun simultan. Inovasi menu mampu meningkatkan kepuasan tamu melalui variasi, kreativitas, dan kualitas produk yang disajikan, sedangkan layanan breakfast memberikan pengaruh yang lebih dominan melalui kualitas interaksi, kecepatan, keramahan, serta kenyamanan pelayanan yang dirasakan tamu. Secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti mampu meningkatkan kepuasan tamu secara signifikan, sehingga menunjukkan bahwa kombinasi antara inovasi produk dan kualitas layanan menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman menginap yang lebih baik.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu objek hotel serta menggunakan dua variabel independen, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan tamu. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas kamar, atau pengalaman pelanggan secara keseluruhan serta memperluas objek penelitian pada beberapa hotel agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR REFERENSI

- Amboro, F. T. (2025). Pengaruh kualitas makanan, harga, dan menu terhadap pembelian ulang di Tjokro restoran. *MEDIANTARA: Indonesian Journal of Creative Business and Technology (IJCBT)*, 1(2), 1–19.
- Andika, D. B., & Faozen, F. (2024). The role of waitresses in serving breakfast during the COVID-19 pandemic at Intercontinental Bali. *SS&H: Studies in Social Sciences and Humanities*, 1(2), 71–80.
- Aznam, A. F. P., & Dewi, W. R. (2024). Kontribusi variasi produk pastry dan bakery sebagai nilai tambah pengalaman menginap di hotel bintang lima. *MABHA Jurnal*, 5(2), 83–92.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali. (2024). *Statistik pariwisata Provinsi Bali 2024*. Denpasar: BPS Provinsi Bali.
- Bowie, D., Buttle, F., & Brookes, M. (2022). *Hospitality marketing: Principles and practice* (3rd ed.). Routledge.
- Bungin, B. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Kencana.
- Cooper, C. (2020). *Tourism: Principles and practice* (6th ed.). Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods*

- approaches* (5th ed.). SAGE.
- Drucker, P. F. (2020). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Fernando, M., & Martins, G. (2021). Hospitality service quality in the digital era: Interaction, environment, and outcome perspectives. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 45(6), 1120–1135.
- Fillayata, V. E., & Mukaram, M. (2020). Pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). Dalam *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 11, No. 1, pp. 969–976).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2020). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (13th ed.). Wiley.
- Gogani, Z. N., Sani, F. E. A., Puspitasari, R., & Sugeha, A. Z. (2024). Pengaruh variasi menu buffet breakfast terhadap kepuasan tamu di Hotel Ijen Suites Malang. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 4(2).
- Gunawan, M., Hadi, B. M., Mau, D. P., & Taufiq, A. (2024). Studi preferensi tamu terhadap kualitas makanan dan pelayanan: Perspektif manajemen di Sangkar Restaurant, BVLGARI Resort Bali. *The Sages Journal*, 2(02), 44–50.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2020). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space* (5th ed.). Routledge.
- Hidayat, F., Riono, S. B., Kristiana, A., & Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 214–231.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Laksana, A. (2020). *Manajemen kualitas pelayanan dalam industri jasa*. CV Rasi Terbit.
- Lemeshow, S., et al. (1997). *Adequacy of sample size in health studies*. John Wiley & Sons.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2020). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 84(2), 69–96.
- Marchelline, R. I., Koeswiryono, D. P., Suadnyana, I. W., & Susanta, I. W. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan makanan terhadap kepuasan tamu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 3(4), 540–552.
- Nur Anisa, & Azwar, H. (2024). Pengaruh inovasi menu terhadap kepuasan tamu di Pandan View Mandeh Resort and Resto. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(5), 303–311. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i5.4119>
- Paramita, K. H. P., Dewi, D. M. P., & Suriyani, N. N. A. (2025). Pengaruh kualitas makanan dan pelayanan terhadap kepuasan tamu di Restoran Kura-Kura pada Oberoi Beach Resort Bali. *Jurnal Mosaik Hospitaliti*, 7(2), 115–121.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 88(1), 1–20.

- Porter, M. E. (2020). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Pratiwi, M. D., Taufiq, A., Prabowo, I. D. P., & Mau, D. P. (2024). Analisis kepuasan pelanggan dan pengaruh variasi menu terhadap loyalitas tamu pada buffet breakfast di Verandah Restaurant, Hotel Eastparc Yogyakarta. *The Sages Journal*, 2(02), 84–93.
- Rahmawati, S. (2022). Kualitas layanan pariwisata dan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 4(1), 55–67.
- Savira, A. Z., & Silitonga, F. (2024). Pengaruh variasi menu, kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Baker Stone Batam. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(3), 2121–2131.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business* (7th ed.). Wiley.
- Sharpley, R. (2020). *Tourism, tourists and society* (6th ed.). Routledge.
- Simanjuntak, G. R., & Asnur, L. (2023). Pengaruh variasi menu breakfast terhadap kepuasan tamu di Grand Basko Hotel Padang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 318–324.
- Sonia, & Kasmita. (2023). Pengaruh kualitas menu dan variasi menu terhadap kepuasan tamu di Kyriad Hotel Bumiminang Padang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 4(1), 25–34.
- Sugianto, A. M., & Susanti, L. E. (2025). Inovasi produk pastry sebagai upaya meningkatkan operasional Maya Sanur Resort & Spa. *PARIS: Jurnal Pariwisata dan Bisnis*, 4(5), 2303–2309.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Viany, A. E., & Nawangwulan, W. R. S. (2025). Analisis pengaruh variasi menu pastry terhadap kepuasan pelanggan di The Sultan Hotel & Residence Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8), 9046–9049.
- Wahyudi, T. A., & Hia, M. (2026). Peranan staff pastry dalam membuat produk sweet bread untuk kepuasan pelanggan di Hotel Sahid Jaya. *STREAMING*, 5(1), 1–8.
- Wijaya, A. (2020). *Service excellence dalam industri hospitality: Konsep dan implementasi 5A*. PT Media Sarana Global.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing*. McGraw-Hill.