

Analisis Faktor-Faktor Yang Menarik Minat Wisatawan Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Makan Di Sumatera Selatan

Mustika Permatasari

Food and Beverage Study Program, Politeknik Pariwisata Palembang
mustika.permata1986@gmail.com

Abdu Rahman

Food and Beverage Study Program, Politeknik Pariwisata Palembang
abdurahman.idola@gmail.com

Zulkifli Harahap

Food and Beverage Study Program, Politeknik Pariwisata Palembang
zharahap.poltekpar@gmail.com

Rahmat Mandasini

Politeknik Pariwisata Palembang
lamandasini@gmail.com

ABSTRAK

Sebagai salah satu provinsi yang kaya akan keanekaragaman kuliner, Sumatera Selatan siap menjadi destinasi wisata kuliner dunia. Penelitian ini dilaksanakan di Sumatera Selatan yang dipilih secara *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah Wisatawan yang berkunjung di Sumatera Selatan. Analisa data yang digunakan yaitu statistik deskriptif dan statistik inferens parametrik untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan Regresi Linier Berganda melalui program komputer SPSS 22. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung lebih kecil t tabel ($-4,811 < 1,985$), hal ini menunjukkan bahwa variabel harga makanan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemilihan (Y) Rumah Makan di Sumatera Selatan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung lebih besar t tabel ($3,570 > 1,985$), hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemilihan (Y) Rumah Makan di Sumatera Selatan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($3,464 < 1,985$), hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemilihan (Y) Rumah Makan di Sumatera Selatan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung lebih besar t tabel ($6,766 > 1,985$), hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemilihan (Y) Rumah Makan di Sumatera Selatan.

KATA KUNCI: Keputusan Pemilihan, Harga, Kualitas Layanan, Aksesibilitas, dan Kualitas Makanan

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka

program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Pariwisata merupakan salah satu industri raksasa dunia yang mendorong pertumbuhan sektor ekonomi paling cepat. Sebagai mesin pertumbuhan ekonomi, pariwisata telah terbukti tangguh dan memberikan dampak positif dalam hal menghasilkan devisa, menciptakan lapangan kerja dan pendapatan, dan merangsang konsumsi domestik. (Croes & Vanegas, 2008).

Henderson, (2004); Quan dan Wang, (2004) menegaskan bahwa makanan dan pariwisata memiliki hubungan yang sangat dekat dan makanan merupakan sumber daya pariwisata kritis (Henderson, 2009). Daya Tarik utama wisata kuliner adalah produk makanan. Dimana wisata kuliner menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan dan kesehatan. (<http://file.upi.edu>). Kuliner memiliki potensi yang cukup besar dimana kita bisa melihat wisata kuliner identik dengan masakan yang diracik atau diolah dan hal ini mendapat perhatian besar dari berbagai kalangan masyarakat. Adapun beragam acara di televisi yang menayangkan acara memasak, atau perlombaan memasak, bahkan liputan ke berbagai rumah makan untuk membahas masakan khas atau masakan yang menjadi favorit para wisatawan.

Sebagai salah satu provinsi yang kaya akan keanekaragaman kuliner, Sumatera Selatan siap menjadi destinasi wisata kuliner dunia. Saat ini jumlah wisatawan



yang datang ke Sumatera Selatan tercatat meningkat setiap tahunnya. Atas dasar itu, tak heran jika potensi kuliner Sumsel pun menjadi salah satu daya tarik yang memikat sekaligus diharapkan dapat meningkatkan penerimaan daerah. Hal ini terlihat dengan jumlah pertumbuhan Rumah Makan Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2008 - 2017 seperti tabel di bawah ini :

Tabel 1
Pertumbuhan Jumlah Rumah Makan
di Provinsi Sumatera Selatan 2008-2017

| Tahun | Jumlah Rumah Makan | Pertumbuhan (%) |
|-------|--------------------|-----------------|
| 2008 | 640 | - |
| 2009 | 661 | 3,28 |
| 2010 | 680 | 2,87 |
| 2011 | 803 | 18,09 |
| 2012 | 978 | 21,79 |
| 2013 | 1093 | 11,76 |
| 2014 | 1281 | 17,20 |
| 2015 | 1326 | 3,51 |
| 2016 | 1689 | 27,38 |
| 2017 | 1743 | 3,20 |

Data Sekunder: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov. Sumatera Selatan, 2017.

Dari tabel 1 tersebut terlihat bahwa pertumbuhan rumah makan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Melihat peluang dan kesempatan tersebut, sektor pariwisata Sumatera Selatan semakin menarik untuk dikembangkan misalnya melalui kegiatan-kegiatan pengenalan potensi destinasi wisata, wisata kuliner dan produk unggulan dari masing-masing daerah baik yang dilakukan Dinas Pariwisata maupun kerjasama dengan masyarakat, pengusaha setempat, media, institusi pendidikan dan komunitas.

Minat wisatawan terhadap kuliner di Provinsi Sumatera Selatan merupakan potensi yang bisa dikembangkan dalam pengembangan industri pariwisata Sumatera Selatan. Setiap rumah makan yang ada di Sumatera Selatan memiliki daya Tarik dan keunikan masing-masing, mulai dari kualitas makanan yang enak, harga yang beragam, aksesibilitas rumah makan dan kualitas layanan yang diberikan kepada setiap pengunjung rumah

makan. Untuk menarik minat wisatawan, maka para pengelola rumah makan harus dapat mengetahui kebutuhan, keinginan dan selera dari konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginannya.

KAJIAN TEORI

Kata wisata kuliner berasal dari bahasa asing yaitu *voyages culinaires* (Prancis) atau *culinary travel* (Inggris) yang artinya perjalanan wisata yang berkaitan dengan masak- memasak. Menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (*International Culinary Tourism Association/ICTA*) wisata kuliner merupakan kegiatan makan dan minum yang unik dilakukan oleh setiap pelancong yang berwisata. Indonesia yang memiliki keunikan beraneka makanan khas daerah, dan sudah terkenal sampai mancanegara, kini sudah sepiantasnya beraneka makanan itu dikemas dengan baik dan dijadikan objek wisata kuliner. Potensi dari kuliner Indonesia perlu terus digali dan diharapkan akan bisa menjadi daya tarik baik untuk wisatawan dalam negeri maupun asing datang kesuatu daerah tujuan wisata. Rumah Makan atau Restoran adalah suatu bidang usaha yang menyediakan penjualan dan pelayanan makanan/minuman. Rumah makan merupakan istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk dinikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya.

Harga.

Dalam Lupiyoadi (2011) strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply* atau *marketing channels*. Akan tetapi, yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Menurut Tjiptono (2012) “harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (*exchange*) dalam pemasaran”.

Anwar (2015) Menyimpulkan harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam permintaan pasar. Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang

ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama. Dalam teori ekonomi disebutkan bahwa harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, maka tinggi rendahnya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar.

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain.

Menurut Lovelock & Wright (2005) kualitas layanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2009). Definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menjatuhkan pilihan. Hal ini akan semakin membuat sulit untuk mempertahankan konsumen lama, karenanya kualitas layanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin.

Aksesibilitas

Tamin (2000) mengatakan indikator aksesibilitas secara sederhana dapat dinyatakan dengan jarak. Jika suatu tempat berdekatan dengan tempat lainnya, dikatakan aksesibilitas antara kedua tempat tersebut tinggi. Sebaliknya jika berjauhan aksesibilitas antara keduanya rendah. Aksesibilitas yang baik merupakan aspek yang penting bagi tumbuh dan berkembangnya sebuah pariwisata. Akses yang bersifat fisik maupun non fisik untuk menuju destinasi merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata.

Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Selain transportasi yang berkaitan dengan aksesibilitas adalah prasarana meliputi jalan, jembatan, terminal, stasiun dan bandara. Prasarana berfungsi untuk menghubungkan tempat satu ke tempat yang lain. Aspek fisik dalam aksesibilitas menyangkut jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu dan frekuensi transportasi umum. (Fred & Bovy, 1998). Selain itu ada pertimbangan lain seperti keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan, adapun banyaknya orang yang lalu lalang dapat membuka

peluang terjadinya *impulse buying*.

Kualitas Makanan

Karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen. Ini termasuk dalam faktor eksternal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Standar kualitas makanan meskipun sulit untuk didefinisikan dan tidak dapat diukur secara mekanik, masih dapat dievaluasi lewat nilai nutrisinya, tingkat bahan yang digunakan, rasa dan penampilan dari produk. Meskipun ada perbedaan pendapat mengenai pengaplikasian kriteria-kriteria tersebut pada setiap makanan. Beberapa faktor yang mempengaruhi pendapat masing-masing orang tentang kriteria tersebut antara lain usia, latar belakang budaya dan sosial, ekonomi, pengalaman masa lalu yang berkaitan dengan makanan, pendidikan dan pengetahuan ilmiah serta emosi (Widjaja, 2006).

Keputusan Pembelian

Menurut Mustafid dan Gunawan (2008) keputusan pembelian adalah suatu alasan tentang bagaimana konsumen menentukan pilihan terhadap pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan serta harapan, sehingga dapat menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk tersebut yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keluarga, harga, pengalaman, dan kualitas produk. Sedangkan menurut Kotler (2009) terdapat lima proses keputusan pembelian yang dilalui oleh setiap individu dalam melakukan pembelian, yaitu sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan. Tahap awal keputusan membeli, konsumen mengenali adanya masalah kebutuhan akan produk yang akan dibeli. Konsumen merasa adanya perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan sangat dipicu oleh ransangan internal (kebutuhan) dan eksternal (pengaruh pengguna produk serupa sesuai kebutuhan).
2. Pencarian informasi. Tahap keputusan pembelian yang dapat merangsang konsumen untuk mencari informasi lebih banyak. Konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian atau mungkin aktif mencari informasi.
3. Evaluasi alternatif. Proses yang dilakukan konsumen untuk menggunakan informasi yang didapat untuk mengevaluasi alternatif yang ada, proses memilih produk yang akan dibeli.
4. Keputusan pembelian. Konsumen merencanakan untuk membeli sebuah produk dan kemudian membeli produk tertentu untuk pemenuhan kebutuhan.

5. Tingkah laku pasca pembelian Tindak lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidaknya konsumen pada produk yang digunakannya.

Banyaknya faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan rumah makan merupakan permasalahan yang menarik untuk di teliti. Untuk mendukung hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan terhadap pemilihan rumah makan di Sumatera Selatan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan survey dilakukan pada penelitian dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan deskriptif yang bersifat obyektif dan normatif. Penelitian ini menggunakan riset kuantitatif kepada wisatawan yang berkunjung ke rumah makan. Dimana pengambilan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok, sifat penelitian ini adalah *explanatory*.

Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi Sumatera Selatan yang dipilih secara *purposive*. Dimana dipilih di Kabupaten/Kota yang memiliki destinasi wisata yaitu: Kota Palembang, Kota Prabumulih, Kota Pagar Alam, Kabupaten Lahat, Kabupaten Banyuasin.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang menarik minat wisatawan dalam keputusan pemilihan rumah makan di Sumatera Selatan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil menggunakan wawancara terstruktur dengan bantuan kuesioner. Data tersebut adalah data minat wisatawan tentang harga, kualitas layanan, aksesibilitas dan kualitas makanan serta keputusan pembelian terhadap keputusan pemilihan rumah makan di Sumatera Selatan. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, yang terdiri dari koefisien diterminan, uji simultan (uji F), dan uji hipotesis (uji T).

Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah sesuatu yang diteliti dan mempunyai variasi nilai, dimana dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan dua variabel sebagai objek penelitian, yaitu: Variabel bebas atau variabel independen (X). Menurut Husein Umar (2003:62), definisi dari variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Dalam penyusunan usulan

penelitian ini variabel bebasnya adalah faktor-faktor yang menarik minat wisatawan yang terdiri dari Harga (X_1), Kualitas Layanan (X_2), Aksesibilitas (X_3) dan Kualitas Makanan (X_4).

Variabel tidak bebas atau variabel dependen (Y). Menurut Husein Umar (2003:63), definisi dari variabel tidak bebas yaitu variabel yang dijelaskan atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penyusunan penelitian ini, yang menjadi variabel tidak bebasnya adalah Keputusan pemilihan rumah makan (Y).

Hipotesis Penelitian

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen atau wisatawan pengunjung rumah makan yang ada di Kota Palembang, Kota Prabumulih, Kota Pagar Alam, Kabupaten Lahat dan Kabupaten Banyuasin. Pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pengunjung.

Teknik Analisa Data

Dari kuesioner yang telah disebarakan kepada subjek penelitian terhimpun 100 lembar kuesioner. Kuesioner tersebut diolah menggunakan alat SPSS dengan analisis regresi linear berganda (Multiple Linear Regression / MLR). MLR dikenal sebagai salah satu analisis statistik yang digunakan unuk mengetahui beberapa variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent). Dengan analisis regresi ganda dapat diestimasi dan atau di diprediksi nilai rata-rata (populasi) satu variabel dependen berdasarkan dua atau lebih variabel independen. Analisis regresi akan menghasilkan sebuah persamaan/model regresi.

Regresi Linear Berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau *predictor*. Dalam bahasa inggris, istilah ini disebut dengan *multiple linear regression*. Pada dasarnya regresi linear berganda adalah model prediksi atau peramalan dengan menggunakan data berskala interval atau rasio serta terdapat lebih dari satu *predictor*. Skala data yang dimaksud diatas adalah pada semua variabel terutama variabel terikat. Adapun model dasar dari teknik analisis regresi ganda ini adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_i X_i$$

dengan:

\hat{Y} :Prediksi nilai variabel dependen

β_0 : Konstanta (intercept)

β_1 : Bobot (koefisien) regresi untuk variabel independen ke-i
 X_1 : Variabel independen ke-i

Analisis regresi ganda dapat digunakan untuk:

1. Menghasilkan prediksi (*prediction*) nilai dari suatu variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen. Dalam model regresi yang dibentuk, setiap variabel independen diberi bobot berdasarkan kontribusi relatifnya terhadap prediksi keseluruhan.
2. Memberikan penjelasan (*explanation*) mengenai tingkat dan karakteristik hubungan antara variabel dependen dengan variabel-variabel independen. Dalam hal ini dapat diperkirakan seberapa penting sebuah variabel independen mempengaruhi nilai prediksi variabel dependen.

Pengolahan Data

Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada para pengunjung Rumah Makan di Sumatera Selatan pada bulan Agustus 2018, terhimpun 100 kuesioner yang dapat dijadikan informasi utama pada pengujian hipotesis di penelitian ini. Data yang diterima sebelum dianalisis menggunakan analisis linear ganda perlu harus melalui uji asumsi klasik guna menghitung nilai pada variabel tertentu serta memastikan bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Terdapat 5 (lima) jenis uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas, autokolerasi, heteroskedosisitas, normalitas, dan lineritas yang akan dibahas pada poin-poin selanjutnya.

Profil Responden

Responden pada penelitian ini merupakan pengunjung rumah makan yang berada di Kota Palembang, Kota Prabumulih, Kota Pagar Alam, Kabupaten Lahat dan Kabupaten Banyu Asin sebanyak 100 responden. Dari 100 lembar kuesioner yang berhasil didapatkan dengan profil responden sebagai berikut :

Tabel. 2 Profil Responden

| Deskripsi Profil | Jumlah | Persen tase |
|----------------------|--------|-------------|
| Umur | | |
| <20 tahun | 17 | 17% |
| 20 - 30 tahun | 23 | 23% |
| 31 - 40 tahun | 25 | 25% |
| 41 - 50 tahun | 30 | 30% |
| >50 tahun | 5 | 5% |
| Jenis Kelamin | | |
| Perempuan | 65 | 65% |
| Laki-laki | 35 | 35% |

| | | |
|--------------------|----|-----|
| Kota Asal | | |
| Palembang | 20 | 20% |
| Prabumulih | 13 | 13% |
| Pagar Alam | 22 | 22% |
| Lahat | 7 | 7% |
| Banyu Asin | 18 | 18% |
| Luar Palembang | 10 | 10% |
| Pekerjaan | | |
| Pelajar/Mahasiswa | 40 | 40% |
| Pegawai Pemerintah | 24 | 24% |
| Karyawan Swasta | 25 | 25% |
| dll | 11 | 11% |

Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2018)

Dari tabel. 2 terlihat bahwa sebanyak 100 orang yang menjadi responden yang terdiri dari 65 perempuan dan 35 laki-laki. Mereka berasal dari Palembang, Prabumulih, Pagar Alam, Lahat, BanyuAsin dan diluar Palembang. Sebanyak 17% berusia kurang dari 20 tahun, 23% berusia 20 -30 tahun, 25% berusia 31- 40 tahun, 30% berusia 41- 50 tahun dan 5% diatas 50 tahun. Profil responden terdiri dari 40% pelajar/mahasiswa, 24% pegawai pemerintah, 25% karyawan swasta, dan 11 % lainnya seperti Ibu Rumah Tangga.

Uji Validitas dan Reabilitas Data

Validitas yang diajukan dalam tes untuk menilai tingkat akurasi instrumen penelitian. Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi instrumen penelitian – seberapa baik skala mengukur konsep (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006). Tingkat konsistensi ini menunjukkan bahwa instrument kuesioner yang digunakan dapat diandalkan dalam mendapatkan data primer. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.6 maka item-item pada kuesioner yang digunakan dinyatakan *reliable* atau konsisten (Imam Ghazali : 2011).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Interkorelasi adalah hubungan yang linear atau hubungan yang kuat antara satu variabel bebas atau variabel prediktor dengan variabel prediktor lainnya di dalam sebuah model regresi. Interkorelasi itu dapat dilihat dengan nilai koefisien korelasi antara variabel bebas, nilai VIF dan Tolerance, nilai Eigenvalue dan Condition Index, serta nilai standar error koefisien beta atau koefisien regresi parsial.

Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi atau dikenal juga sebagai uji Durbin Watson adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, apabila asumsi autokorelasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka nilai disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara autokorelasi.

Uji Durbin Watson adalah uji autokorelasi yang menilai adanya autokorelasi pada residual. Uji ini dilakukan dengan asumsi atau syarat antara lain model regresi harus menyertakan konstanta, autokorelasi harus diasumsikan sebagai autokorelasi first order, variabel dependen bukan merupakan variabel Lag, autokorelasi first order adalah korelasi antara sampel ke- i dengan sampel ke- $i-1$.

Uji Durbin Watson akan menghasilkan nilai Durbin Watson (DW) yang nantinya akan dibandingkan dengan dua (2) nilai Durbin Watson Tabel, yaitu Durbin Upper (DU) dan Durbin Lower DL). Dikatakan tidak terdapat autokorelasi jika nilai $DW > DU$ dan $(4-DW) > DU$ atau bisa dinotasikan juga sebagai berikut: $(4-DW) > DU < DW$. Adapun cara lain untuk mengetahui multikolinearitas adalah dengan menggunakan nilai variance inflating factor (VIF) dan tolerance. Dikatakan ada multikolinearitas jika nilai $VIF > 10$ dan/atau nilai tolerance $< 0,01$.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu. Dampak yang akan terjadi apabila terdapat keadan heterokedastisitas adalah sulit mengukur standart deviasi yang sebenarnya, dapat menghasilkan standart deviasi yang terlalu lebar maupun terlalu sempit. Jika tingkat error dari varians terus bertambah, maka tingkat kepercayaan akan semakin sempit.

Uji Normalitas

Adapun beberapa cara dalam melakukan pengujian normalitas pada data salah satunya adalah menggunakan Chi-Square. Metode Chi-Square atau X^2 untuk Uji Goodness of fit Distribusi Normal menggunakan pendekatan penjumlahan penyimpangan data observasi tiap kelas dengan nilai yang diharapkan.

Uji Lineritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak

secara signifikan. Pengujian ini melihat bagaimana variabel (X) mempengaruhi variabel (Y), baik itu pengaruh berbanding lurus maupun berbanding terbalik. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linearity dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,05.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kota Palembang adalah ibu kota provinsi Sumatera Selatan. Palembang adalah kota terbesar kedua di Sumatera setelah Medan. Kota Palembang memiliki luas wilayah $358,55 \text{ km}^{2[4]}$ yang dihuni 1.573.898 jiwa (2018) dengan kepadatan penduduk 4.800 per km^2 . Banyaknya makanan khas Palembang yang telah terkenal di seluruh Indonesia seperti Pempek, Tekwan, Pindang Ikan Patin, Mie Celor, Martabak HAR dan lainnya membuat para pengusaha rumah makan di Sumatera Selatan untuk menyajikan beraneka masakan khas dari kota Palembang.

Salah satu kota ketiga terbesar di Sumatera Selatan Kota Prabumulih yang terkenal sebagai penghasil buah nanas mulai mencoba peluang bisnis kuliner dengan membuka rumah makan khas Sumatera Selatan. Diikuti dengan Kota Pagar Alam yang memiliki destinasi wisata kebun teh, Kabupaten Lahat dan Kabupaten Banyuasin yang juga mulai tumbuh rumah makan untuk para wisatawan yang datang atau pun melewati kota/kabupaten tersebut.

Di kota atau kabupaten tersebut banyak terdapat rumah makan yang menyajikan beraneka menu mulai dari makanan khas Sumatera Selatan yaitu Pindang. Adapun Pindang ini beraneka ragam pilihan mulai dari Ikan Patin, Tulang Sapi, Ikan Sale, Ikan Gabus sampai beraneka pempek. Sepanjang Kota dan Kabupaten yang penulis temui ada sekitar 18 rumah makan yang cukup banyak diminati wisatawan.

Dalam penelitian dilakukan pengujian asumsi klasik dimana digunakan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam kondisi yang baik. Uji ini meliputi uji normalitas, heterokedastisitas dan multikolinieritas. Hasil uji normalitas untuk mengetahui apakah data dari masing-masing variabel memiliki sebaran yang normal ataukah tidak.

Uji Kolmogorov-Smirnov Test digunakan menguji normalitas data. (Ghazali, 2015). Berdasarkan uji normalitas Kolmogorov Smirnov Test didapat nilai signifikansi sebesar 0,08 lebih besar dari 0,05 maka dapat

disimpulkan data berdistribusi normal.

Hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikan untuk hasil uji heterokedastisitas terhadap semua variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa semua variabel penelitian bebas dari masalah heterokedastisitas.

Uji Multikolinieritas adalah suatu keadaan di mana salah satu atau lebih variabel independen dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel independen lainnya. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF dari masing-masing variabel. Jika nilai VIF lebih rendah dari 10, maka disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas yang serius antara variabel independen dalam model (Ghazali, 2015). Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai VIF pada uji multikolinieritas variabel penelitian memiliki nilai kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian tidak terjadi multikolinieritas. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel Independen | | Koef isien | t- ratio | Sig |
|-----------------------|-------------|------------|----------|-------|
| Harga (X1) | | - 0,573 | - 4,811 | 0,000 |
| Kualitas Layanan (X2) | | 0,297 | 3,570 | 0,001 |
| Aksesibilitas (X3) | | 0,205 | 3,464 | 0,001 |
| Kualitas Makanan (X4) | | 0,516 | 6,766 | 0,000 |
| Konstanta | -4,745 | | | |
| R ² | 0,349 | | | |
| F | 12,705 | | | |
| | Sig.(0,000) | | | |

Sumber : Data Primer yang telah diolah (2018).

Hasil analisis regresi linier berganda di atas, maka diperoleh nilai konstanta sebesar -4.745. Pada Taraf kepercayaan 95 %. Hal ini menunjukkan bahwa jika harga naik Rp 1/porsi, maka terjadi penurunan tingkat keputusan pemilihan rumah makan sebesar 0,573, selanjutnya apabila kualitas pelayanan meningkat 1 poin maka tingkat keputusan pemilihan rumah makan naik sebesar 0,297; aksesibilitas meningkat 1 poin maka tingkat keputusan pemilihan rumah makan meningkat sebesar 0,205; dan

apabila kualitas makanan meningkat 1 poin maka terjadi tingkat keputusan pemilihan rumah makan sebesar 0,515.

Nilai koefisien determinan R² yaitu 0,349, maka besarnya kontribusi variabel X₁, X₂, X₃, dan X₄ terhadap keputusan pemilihan rumah makan (Y) sebesar 34,9%, artinya 4 variabel tersebut berkontribusi terhadap keputusan pemilihan rumah makan, sedangkan sisanya 65,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

Hasil uji F menunjukkan nilai 12,705 dengan nilai sig. 0,000. Model penelitian ini adalah harga, kualitas layanan, aksesibilitas, dan kualitas makanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan pemilihan rumah makan di Sumatera Selatan.

Hasil uji t untuk variabel harga menunjukkan nilai t sebesar -4,811 dengan nilai sig 0,000. Variabel harga (X₁) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pemilihan rumah makan di Sumatera Selatan. Hasil uji untuk variabel Faktor harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pemilihan rumah makan. Hal ini menunjukkan bahwa harga bukan pertimbangan utama dalam menentukan pemilihan rumah makan.

Para konsumen akan membayarkan uangnya untuk menikmati hidangan yang disajikan dalam rumah makan. Berdasarkan wawancara dengan konsumen yang menikmati hidangan di 5 lokasi penelitian ditetapkan bahwa harga yang ditawarkan dari masing-masing rumah makan sudah sesuai dengan produk makanan yang disajikan dan dihidangkan. Tidak terlalu mahal ataupun tidak terlalu murah, hal ini terlihat dimana keterjangkauan harga produk makanan sangat menarik dengan kualitas jasa rumah makan dan fasilitas pendukung dalam rumah makan. Setiap rumah makan memiliki fasilitas yang berbeda dengan rumah makan lainnya sehingga harga yang ditawarkan bervariasi disesuaikan dengan fasilitas yang ditawarkan sebuah rumah makan.

Banyaknya rumah makan yang menjual makanan khas Kota Palembang dan Sumatera Selatan pada umumnya seperti Pindang Patin, Pindang Belida, Pindang Tulang, Pindang Ikan Gabus dan berbagai macam pempek merupakan menu yang hampir setiap Rumah Makan tawarkan. Dengan berbagai olahan mulai dari rasa, porsi, dan penampilan makanan.

Adapun banyaknya konsumen yang datang lebih dari satu kali khusus ingin mencicipi makanan bersama keluarga dan teman karena harganya terjangkau dan kualitas jasa rumah makan terjaga. Hal inilah yang membuat para



konsumen tidak berpindah ke lain rumah makan sehingga selain faktor harga ada faktor pendukung lainnya yang mendukung para konsumen dalam memilih rumah makan.

Kualitas Layanan (X_2) menunjukkan nilai t sebesar 3,570 dengan nilai sig 0,001. Artinya variabel kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pemilihan rumah makan di Sumatera Selatan. Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan rumah makan dan signifikan.

Hasil penelitian Kodu (2013) menunjukkan bahwa adanya pelayanan yang berkualitas akan mendorong keputusan pembelian konsumen. Selain itu, pelayanan yang berkualitas juga dapat mendorong konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian.

Para pemilik rumah makan harus memperhatikan hal ini untuk dapat memenangkan persaingan dengan rumah makan lainnya yang bergerak di produk yang sama. Pada saat sesi wawancara bagi beberapa konsumen lebih senang jika karyawan menggunakan seragam yang telah ditetapkan oleh pemilik rumah makan. Selain untuk kerapuhan hal ini juga membuat para konsumen dapat membedakan mana pegawai dan mana konsumen lain. Seragam merupakan salah satu kelengkapan fasilitas rumah makan yang harus distandarkan sehingga ada pembeda dari rumah makan lainnya. Kondisi rumah makan yang ditampilkan juga merupakan salah satu faktor dalam menarik minat wisatawan dalam melakukan pemilihan rumah makan. Banyaknya konsumen memilih rumah makan yang memiliki tempat makan yang bersih mulai dari pintu masuk, kebersihan lantai, kebersihan peralatan makan, kursi dan meja sampai kelengkapan fasilitas umum seperti westafel dan toilet.

Hal ini dirasakan pada saat salah satu tamu mengomentari bahwa di dalam toilet tidak terdapat tisu kamar mandi dan sabun cuci tangan. Kamar mandi dilengkapi dengan kaca sehingga membuat tamu merasa nyaman dalam menikmati sajian makanan. Selain itu dilihat dari kelengkapan variasi menu yang ditawarkan, merupakan salah satu faktor juga. Ketika peneliti melakukan wawancara di salah satu rumah makan, ada beberapa menu makanan yang tidak tersedia. Sehingga

diperlukan pilihan lainnya yang dapat ditawarkan kepada konsumen.

Para konsumen berharap bahwa para pelayan rumah makan dapat memberikan kepedulian terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga sangat penting bagi para karyawan dalam berkomunikasi yang baik kepada konsumen. Pengetahuan menu makanan pun harus luas sehingga dapat langsung mengarahkan kepada para konsumen dalam pemilihan menu. Karyawan atau pelayan juga harus mampu melaksanakan *suggestive selling* dimana karyawan dapat merekomendasikan menu pilihan yang direkomendasikan.

Ada kalanya menu yang direkomendasikan adalah menu favorit oleh sebagian orang atau keluarga sehingga untuk kebutuhan jumlah porsi harus disesuaikan. Ketika peneliti melakukan penelitian di salah satu rumah makan sekitar Prabumulih, ada 1 menu yang isinya belum matang sempurna sehingga masih mentah dan tidak layak untuk dikonsumsi. Hal ini harus sudah disiapkan sebelum para tamu memesan produk makanan dengan waktu yang tidak terlalu lama menunggu. Ada perkiraan waktu dimana kapan makanan tersebut dapat dihidangkan sehingga tamu tidak terlalu lama menunggu.

Hasil uji t untuk variabel aksesibilitas menunjukkan nilai t sebesar 3,464 dengan nilai sig 0,001. Variabel aksesibilitas (X_3) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pemilihan rumah makan di Sumatera Selatan. Aksesibilitas atau lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan memberi sebuah keuntungan tersendiri bagi sebuah usaha untuk secara tidak langsung mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Fifyanita dan Kamal (2012) dalam penelitiannya tentang “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” menyimpulkan bahwa variabel lokasi mempunyai dampak yang paling dominan dalam keputusan pembelian.

Peneliti melakukan penelitian yang pertama ke Pagar Alam dimana kondisi jalan dibidang sangat layak untuk dilewati oleh para wisatawan, disepanjang perjalanan menuju Pagar Alam banyak ditemukan petunjuk arah untuk melihat waktu tempuh yang dapat dicapai bagi para wisatawan untuk sampai di suatu tempat. Waktu yang ditempuh lumayan memakan waktu sekitar 9-10 jam perjalanan jika tidak macet, kemudian banyaknya truk kontainer atau bus membuat para pengemudi harus tetap waspada dikarenakan jalanan yang sudah teraspal dengan baik, alur jalannya lurus terus jarang berbelok kanan kiri

dan lebar jalan dapat diisi dengan 2 jalur besar sehingga banyak pengemudi yang memacu mobilnya untuk cepat sampai di tujuan masing-masing.

Disepanjang perjalanan terdapat beberapa rumah makan padang yang menghadirkan makanan siap saji sehingga tidak perlu menunggu waktu terlalu lama untuk menyantap makanan baik untuk makan siang maupun makan malam. Sesampainya di Pagar Alam banyak terdapat rumah makan yang menyajikan berbagai hidangan ikan dan pindang. Ikan bakar atau ikan goreng merupakan menu favorit yang dihidangkan dengan kecap manis dan sambal tempoyak. Hal ini dikarenakan masing-masing rumah makan memiliki kolam ikan sehingga produk yang ditawarkan sangat *fresh*. Kemudian banyaknya objek wisata yang terdapat di Pagar Alam ditambah dengan kondisi yang dingin dan seger membuat banyak rumah makan yang terletak tidak berjauhan dari 1 tempat ke tempat lainnya.

Rata-rata wisatawan datang dari luar Pagar Alam untuk menikmati liburan bersama keluarga bahkan ada yang membawa motor *touring* sehingga peluang rumah makan untuk mendapatkan keuntungan sangatlah besar. Rata-rata mereka datang untuk makan siang dan selanjutnya melanjutkan kegiatan kembali sampai sore. Adapun rumah makan yang berada di Pagar Alam memiliki konsep *family style*, sehingga luar area parkir sangat memudahkan para wisatawan untuk dapat memarkirkan kendaraannya untuk bersantap di rumah makan. Disamping itu pula pemandangan yang ditampilkan sangat indah sesuai dengan kondisi alam Pagar Alam.

Untuk kondisi di Kabupaten Lahat hampir sama dengan Pagar Alam dimana menyajikan berbagai macam pindang ikan. Ada ikan asap, ikan gabus, pindang tulang dan ikan patin. Banyaknya variasi disajikan oleh rumah makan di Kabupaten Lahat membuat para wisatawan tidak merasa bosan untuk selalu datang berkunjung. Adapun kondisi rumah makan yang Peneliti datangi dimana rumah makan layak untuk disinggahi oleh wisatawan karena akses yang mudah, kondisi rumah makan yang layak dan waktu tempuh tidak terlalu jauh dari pusat kota. Wisatawan rata-rata singgah untuk menyantap makanan karena melakukan perjalanan dari Kota Palembang maupun dari arah sebaliknya. Rumah makan akan ramai di waktu sore sampai malam hari karena jalur yang dilewati oleh para wisatawan hanya 1 arah dan menjadikan jalan utama untuk para wisatawan.

Kondisi jalan yang terang karena sudah tersedia lampu penerangan dan arah jalan yang jelas membuat para

wisatawan dengan mudah menemukan lokasi rumah makan yang ada. Sehingga rumah makan disepanjang kabupaten Lahat tidak akan sepi oleh pengunjung maupun wisatawan yang melintas.

Kawasan Prabumulih dan Banyuasin merupakan daerah yang rata-rata rumah makannya sedikit dalam menawarkan menu makanan khas Palembang. Hal ini dikarenakan wilayah ini sangat sepi dalam menawarkan rumah makan. Hanya di beberapa wilayah kota atau pusat yang akan menawarkan makanan khas Sumatera Selatan. Dengan jarak yang ditempuh sekitar 2-3 jam, dimana kondisi jalan sangat ramai lancar dan kemudahan dalam menemukan rumah makan membuat para pengunjung dan wisatawan dapat secara bebas untuk memilih mau makan di berbagai rumah makan yang ada. Banyaknya kantor yang berada di kawasan ini maka rata-rata rumah makan dijadikan transit bagi mereka yang akan melakukan makan siang maupun melanjutkan perjalanan kembali setelah mengisi perut sehabis perjalanan yang panjang.

Untuk di Kota Palembang kawasan ini adalah kota yang paling banyak menawarkan variasi makanan mulai dari Mie Celor, Pempek, Pindang bahkan Martabak. Menjadi salah satu Kota penyelenggara perhelatan terbesar olahraga se Asia merupakan Palembang menjadi ikon yang menawarkan berbagai macam pilihan kuliner yang ada. Banyaknya rumah makan pempek atau pindang misalnya yang bermunculan setiap tahunnya membuat para wisatawan dari Luar Kota bahkan Luar Sumatera datang untuk menikmati kuliner yang ada di Kota ini. Banyaknya transportasi umum yang memudahkan para wisatawan untuk sampai ditujuan mereka maka memudahkan para wisatawan untuk memilih rumah makan mereka sesuai dengan selera dan kriteria.

Sehingga banyak rumah makan di Palembang berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik dimana terlihat dari luar area parkir yang ada dan signage yang memudahkan para wisatawan untuk sampai di salah satu rumah makan. Bahkan ada rumah makan yang mampu menampung Bus Pariwisata dan menawarkan pemandangan yang langsung menghadap ke Jembatan Ampera yang menjadi simbol kebanggaan Wong Kito Galo.

Kabupaten Banyuasin merupakan salah satu kabupaten yang tidak terlalu banyak variasi menu makanan khas Sumatera Selatan. Hal ini karena sebelum sampai ke Kabupaten Banyuasin maka harus melewati kota Palembang yang memiliki variasi rumah makan yang beragam. Selama melakukan penelitian, Peneliti

merasakan susahnya mencari rumah makan dikarenakan tidak terdapat petunjuk arah yang menjelaskan dimana adanya rumah makan yang layak untuk para wisatawan. Sedikitnya pilihan rumah makan dikawasan ini dikarenakan para pengunjung atau wisatawan lebih memilih untuk menyantap makan siang atau makan malam di Kota Palembang.

Hasil uji t untuk variabel Kualitas Makanan (X_4) menunjukkan nilai t sebesar 6,766 dengan nilai sig 0,000. Artinya variabel kualitas makanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pemilihan rumah makan di Sumatera Selatan. Penelitian ini sejalan dengan ungkapan Anwar (2015) & Susilowati & Osmond (2012) menghasilkan bahwa kualitas produk atau makanan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut di karenakan konsumen mencari kualitas produk yang sesuai dengan harga yang mereka bayarkan jika kualitas tersebut tidak sesuai dengan apa yang mereka bayarkan maka akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

Dari berbagai kawasan yang Peneliti lakukan di 5 daerah mulai dari Pagar Alam, Lahat, Prabumulih, Palembang dan Banyuasin maka kualitas makanan yang ditawarkan dari masing-masing rumah makan memiliki penampilan makanan yang berbeda mulai dari ukuran porsi, bentuk makanan sampai standar yang disajikan. Hal ini cukup jelas berbeda karena disebabkan berbagai macam faktor salah satu diantaranya adalah jenis para wisatawan yang akan berkunjung ke rumah makan.

Untuk di Prabumulih kualitas makanan mulai dari porsi dan bentuk makanan dibuat semenarik mungkin dikarenakan banyaknya wisatawan yang berlibur atau pelesiran ke berbagai macam jenis objek wisata. Sehingga dapat membangkitkan selera para wisatawan untuk menyantap hidangan yang akan disajikan.

Untuk kawasan Lahat warna makanan dan penampilan makanan menjadi prioritas utama dikarenakan karena kawasan ini merupakan kawasan yang banyak dilalui oleh para wisatawan dan pengunjung untuk bepergian ke daerah Pagar Alam dan sebaliknya. Untuk itu berbagai macam porsi disajikan dengan sangat menarik untuk menggugah selera makan para konsumen.

Untuk kawasan Prabumulih dan Banyuasin dibuat sangat simpel dan minimalis karena tidak banyak wisatawan yang lama-lama meluangkan waktu untuk menyantap hidangan makanan. Biasanya mereka menyajikan makanan sesuai dengan pesanan para wisatawan dan pengunjung. Menu yang dihidangkan pun tidak banyak

ragamnya karena pilihan yang ditawarkan terbatas.

Untuk kawasan Kota Palembang sangat berbeda jauh dengan 4 kawasan lainnya karena Kota Palembang menjadi kota tujuan utama bagi wisatawan dan pengunjung yang datang ke Sumatera Selatan. Untuk menikmati santapan pindang pun terdapat berbagai macam pilihan rumah makan yang dapat dikunjungi. Hal ini membuat setiap rumah makan sudah memiliki standar dalam pelayanan di rumah makan.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan rumah makan, sedangkan kualitas layanan, aksesibilitas dan kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan rumah makan.

Adapun aksesibilitas rumah makan merupakan hal yang utama harus diperhatikan, mengingat bahwa kondisi jalan menuju ke rumah makan mudah ditempuh namun tidak diikuti tanda jalan maupun *signage* dari masing-masing pemilik rumah makan sehingga tidak terlihat oleh wisatawan yang melintas di sepanjang jalan. Adapun tempat rumah makan yang strategis, dilengkapi dengan fasilitas dan sarana pengunjung wisata adalah yang paling digemari oleh wisatawan.

Beberapa rumah makan telah menerapkan kualitas layanan baik dari segi penampilan para karyawan rumah makan yang rapih dan sopan, kemudian jika wisatawan memerlukan tambahan makanan atau minuman dengan tanggap para karyawan melayani para konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Adapun untuk meningkatkan kualitas pelayanan diperlukan pelatihan maupun pengetahuan para karyawan rumah makan dibidang pelayanan prima, pengetahuan tata boga dsbnya.

Untuk kualitas makanan yang ditawarkan oleh para pengelola rumah makan beragam jenis, tentunya menyajikan khas kuliner Sumatera Selatan seperti pindang patin, pindang ikan sale, pindang burung, pindang tulang, pempek, dsbnya dikemas semenarik mungkin mulai dari penampilan yang ditawarkan, rasa dan porsi dari masing-masing kuliner.

Untuk tetap mengembangkan usaha rumah makan maka para pengelola rumah makan diharapkan untuk dapat menyajikan menu yang lebih variatif dan inovatif namun tidak merusak rasa originalitas dari masakan Sumatera Selatan. Adapun kegiatan promosi yang dapat dilakukan

dengan pemanfaatan teknologi seperti media sosial sehingga mampu menarik minat wisatawan lebih banyak lagi untuk datang ke Sumatera Selatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Direktur Politeknik Pariwisata Palembang atas bantuan dan dukungannya sehingga publikasi hasil penelitian tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Menarik Minat Wisatawan Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Makan Di Sumatera Selatan.”

DAFTAR PUSTAKA

- Anis, Liya Monalisa. 2015. Pengaruh kualitas produk terhadap internasional Brand Image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis* (2015), Vol. 28, No. 2, November 2015.
- Anwar, iful. 2015. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian “Bunchbead Kota Malang”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4, No. 12 (2015). ISSN: 2461-0593
- Baron, R.M. and Kenny, D.A. 1986. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 51(6): 1173- 1182.
- Croes, R., Vanegas, M., 2008. Cointegration and causality between tourism and poverty reduction. *J. Travel Res.* 47, 94-103.<http://dx.doi.org/10.1177/0047287507312429>.
- Ghanimata, Fifyanita dan Mustafa Kamal, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gilaninia, Shahram dan Seyyed J. Mousavian. 2011. The Investigation and Analysis Impact of Brand Image in Iran. *African Journal of Business Management*, (6)25: 7548 7556
- Hair, Joseph F. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kodu, Sarini. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. Vol.1.No.3 September 2013, Hal.1251-1259. ISSN 2203-1174.
- Lin, Nan-Hong dan Bih-Syah Lin. 2007. The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Managements Studies*, 121 132.
- Oentoro, Deliyanti. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Lukman, Marco Dirgahadi. 2014. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis* (2014), Vol.10, No.1: hal. 64–81, (ISSN:0216–1249).
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Nisfiana, Dewi Nurun. 2009. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam membeli daging sapi (Studi pada konsumen depot daging Mubarakah. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*. Rs 658.8342 NIS p.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Susanto, Andhika H. 2013. The Influence Of Customer Purchase Decision On Customer Satisfaction and It's Impact To Customer Loyalty. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013.
- Susilowati, Julius Osmond . 2012. Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Kualitas Makanan, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Loving Hut Surabaya. <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/85362-Id-Pengaruh-Persepsi-Konsumen-Pada-Kualitas.Pdf>
- Tamin, Ofyar Z., 2000. *Perencanaan dan Permodelan Transportasi*. Penerbit ITB, Edisi ke2, Bandung.
- Umar, Husein. 2003. *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Xian, Gou Li, dkk. 2011. Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions.