

**FAKTOR – FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN WISATAWAN
UNTUK MENGUNJUNGI KAYUMANIS SEASIDE RESTAURANT AND
BISTRO SANUR - BALI**

I Ketut Adi Pebriawan^{1*}
I Made Hedy Wartana¹

Universitas Triatma Mulya¹
*e-mail: pebriawanadi@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the factors considered by tourists to visit Kayumanis Seaside Restaurant and Bistro in Sanur-Bali. The basic method used in this research is descriptive analysis method. Sampling with purposive sampling method with the number of respondents 110 people. The types and sources of data used consist of primary data and secondary data. Data collection techniques by observation, interviews, and recording. Analysis of the data used is factor analysis. Factor analysis aims to find new variables called factors that have fewer numbers than the original variables. Factor analysis resulted in a total variance value of 84.943%. The results showed that of the 22 variables analyzed were divided into 5 core factors. These factors are Existence factor (37.364%), Promotion factor (19.631%), Service factor (15.422%), environmental factor (6.931%), and price factor (5.596%). Suggestions that can be formulated based on the results of the study are: the company is expected to increase its attention to the variables that are considered by consumers in Visiting Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur-Bali. Researchers only used 22 independent variables, of course there are still many variables that must be observed further to get answers about the factors considered by tourists to visit Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur-Bali. The company is expected to be able to establish relationships with local communities, such as tour guides, in order to be able to increase visits in the future

Keywords: tourists, Kayumanis Seaside Restaurant.

PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berapa jalur (Brida et al, 2010). Pertama, sektor pariwisata sebagai penghasil devisa untuk memperoleh barang modal yang digunakan dalam proses produksi. Kedua, pengembangan pariwisata menstimulus investasi dibidang infrastruktur. Ketiga, pengembangan sektor pariwisata mendorong pengembangan sektor-sektor ekonomi yang lainnya melalui *direct*, *indirect*, dan *induced effect*. Keempat, pariwisata ikut berkontribusi dalam peningkatan

menyebabkan *positive economies of scale*. Pariwisata juga merupakan faktor penting dalam penyebaran *technical knowledge*, mendorong *research and development*, dan akumulasi modal manusia. Sektor pariwisata berperan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas suatu negara. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang harus dimanfaatkan untuk pembangunan kepariwisataan sebagai bagian dari pembangunan Nasional. Pembangunan kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi.

Pariwisata baik jenis pariwisata domestik maupun pariwisata internasional di dalamnya mengandung berbagai aspek, yaitu aspek sosiologis, psikologis, hukum,

ekonomi, ekologis, dan mungkin aspek lainnya. Mengingat begitu pentingnya peran pariwisata dalam pembangunan ekonomi dunia sehingga pariwisata sering dijuluki sebagai *passport to development*, maka tidak berlebihan bila hampir semua negara saat ini saling berkompetisi menjual keindahan alamnya, keunikan budayanya, dan keramah-tamahan penduduknya ke berbagai negara yang menjadi pasar potensialnya.

Kompetisi antarnegara dan antar destinasi di bidang pariwisata juga terjadi cukup ketat di kawasan Asia Tenggara (ASEAN) yang sejak 1 Januari 2002 telah memberlakukan ASEAN Free Trade Area (AFTA) bagi negara-negara seperti Brunei Darussalam, Indonesia, Filipina, Singapura, Malaysia, dan Thailand. Kompetisi antarnegara ASEAN cukup sengit mengingat negara-negara di kawasan ASEAN tersebut relative menjual daya tarik yang mirip karena kesamaan rumpun, akar sejarah, jejak budaya dan peradaban, serta kondisi alamnya.

Potensi pariwisata yang dimiliki sangat mungkin dikembangkan karena pariwisata Indonesia pada umumnya dan Bali pada khususnya memiliki serta keindahan dari flora dan faunanya, memiliki banyak objek wisata menarik, begitu juga dengan hasil kreasi budaya yang mempunyai nilai seni tinggi, adat istiadat yang unik, keindahan dari flora dan faunanya, serta keramah-tamahan penduduk setempat sehingga menambah minat wisatawan untuk mengunjungi Bali. Atraksi wisata yang ada juga bervariasi, baik wisata petualangan, bahari dan banyak lagi yang lainnya,

perkembangan sarana transportasi pun sangat beragam, wisatawan bisa memilih angkutan umum, *taxi*, *transport freelance*, sewa motor ataupun sewa mobil.

Bali sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang dapat dijadikan contoh keberhasilan kepariwisataan Indonesia. Bagi masyarakat Bali sendiri bidang pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang utama, karena banyak investor asing yang membangun usaha dibidang perhotelan, biro perjalanan, restoran, dan sarana pendukung pariwisata lainnya. Faktor – faktor tersebut yang menyebabkan arus wisatawan yang berkunjung ke Bali bersifat berkesinambungan dan berkala. Semakin membaiknya kondisi di Bali, maka hal tersebut juga berpengaruh terhadap jumlah kunjungan tamu yang berkunjung ke restoran, melihat semakin banyaknya restoran yang ada di Bali, maka tingkat persaingan restoran semakin tinggi.

Salah satu restoran yang ada di Bali adalah Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur – Bali, yang berada di jalan Pantai Sindhu, Sanur, kecamatan Denpasar Selatan, kota Denpasar, Bali. Restoran ini mulai dibuka pada tanggal 17 Agustus 2017. Selama empat tahun perjalanannya, Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur – Bali banyak mengalami perkembangan hingga terkenal baik dalam dan luar negeri.

Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur – Bali terletak di pesisir pantai serta konsep bangunan membawa unsur kolonial Indonesia dan menawarkan menu lengkap masakan asli Indonesia dengan

menggunakan bahan - bahan pilihan khas Indonesia. Makanan Indonesia yang ditawarkan seperti Nasi Campur Bali, Rendang Sapi, dan *Balinese Rijstafel*. Tamu yang berkunjung di Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur – Bali, merasa puas dengan fasilitas yang ada di restoran tersebut, lokasinya berada di tempat yang strategis, kualitas makanan serta kualitas pelayanan sangat baik.

Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur – Bali bekerja sama dengan travel agent lokal maupun luar serta bergabung di dalam layanan pemasaran internet dan di beberapa majalah *online* maupun *offline*. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur – Bali dalam menghadapi persaingan antar restoran, antara lain dengan menawarkan spesial menu setiap bulannya dengan ditambahkan 15% *discount*, mengadakan *Happy Hour* untuk minuman dengan pembelian 2 minuman alkohol dan mendapatkan 1 minuman alkohol gratis yang di selenggarakan di setiap harinya dari jam 16.00 – 19.00, menyediakan paket wedding, arisan dengan harga terjangkau di kalangan masyarakat lokal maupun asing, Mengadakan spesial makan malam dengan menyajikan *set menu* dengan paket minuman dan diiringi dengan music akustik ataupun *jazz*.

Pesaing utama bagi Kayumanis Seaside Restaurant – Sanur adalah Soul On The Beach, The sand, Genius Café, Nyala Beach Club & Grill at Fairmonth Sanur yang dimana semua restoran tersebut terletak di satu kawasan yang sama yaitu Sanur, dan sama – sama menjual masakan Indonesian maupun *western*. Akan

tetapi Kayumanis Seaside Sanur And Bistro Sanur-Bali mampu bertahan hingga saat ini. Hal ini dapat dilihat dari tamu harus membuat pemesanan meja terlebih dahulu sebelum datang ke Kayumanis Seaside And Bistro Sanur-Bali untuk menikmati masakan Kayumanis Seaside And Bistro Sanur-Bali dan dapat juga dilihat di saat pandemi ini kayumanis seaside And Bistro Sanur-Bali masih buka untuk *breakfast*, *lunch* maupun *dinner* serta masih ada pengunjung yang datang.

Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur-Bali selalu menggunakan bahan – bahan terbaik dalam setiap produk yang diberikan, untuk itu Kayumanis Seaside And Bistro Sanur-Bali tidak selalu mendatangkan bahan – bahan dari luar negeri melainkan banyak menggunakan produk lokal yang dimana dapat membantu UKM lokal serta produk yang digunakan akan lebih segar dan selalu mencari inovasi – inovasi terbaru pada produk yang mereka jual. Sehingga para tamu bisa menikmati sensasi pengalaman baru pada setiap makanan maupun minuman yang disediakan serta harga makanan dan minuman yang ditawarkan sesuai dengan kualitas. Kayumanis Seaside And Bistro Sanur-Bali terletak di pesisir pantai Sindhu Sanur dengan memiliki pemandangan pantai, gunung agung yang tampak dari restaurant serta setiap paginya para wisatawan dapat menikmati *sunrise*.

Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur-Bali selalu menawarkan makanan atau minuman promo atau spesial menu di setiap bulannya maupun di hari – hari special tertentu berupa *set menu*

pairing dengan *wine* dengan memposting di social media tentang promo tersebut, sehingga mendatangkan rasa ingin tahun yang besar dari para tamu dan disisi lain tamu yang datang tidak akan merasa bosan untuk mengunjungi Kayumanis Seaside

Komentar positif banyak di berikan oleh para tamu pengunjung mengenai Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur-Bali, diantaranya mereka mengomentari tentang suasana restaurant yang sangat menarik dengan pemandangan pantai berpasir putih serta pemandangan Gunung Agung yang tampak terlihat dari restaurant, konsep bangunan restoran yang berkonsep kolonial Indonesia dan modern, kualitas makanan dan minuman yang memenuhi standar bintang lima dengan penampilan yang menarik dan memukau, pelayan staff yang sangat ramah, cukup membantu, terampil serta fasih berbahasa Indonesia maupun berbahasa inggris, area restaurant yang sangat bersih dan nyaman. Komentar tersebut bersumber dari *offline* maupun *online*. Komentar *offline* didapatkan dari komen tamu yang dimana staff selalu menayakan bagaimana dengan rasa makanan maupun minuman yang di pesan oleh tamu, serta para staff memberikan *guest comment card* yang dimana para tamu diwajibkan untuk mengisi *guest comment card* tersebut. Komentar – komentar online bersumber dari *Trip Advisor* dan *Google My Business* yang dimana komentar tersebut sangat berguna untuk Kayumanis Restaurant And Bistro Sanur-Bali untuk mengetahui tanggapan tamu yang pernah berkunjung di Kayumanis Seaside

Restaurant. Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur-Bali bekerja sama dengan salah satu platform pemesanan meja online dengan *Chope* yang dapat mempermudah melakukan pemesanan meja. Serta Kayumanis Seaside menyediakan pembayaran *via transfer, credit card, e-money* serta *cash* yang sangat mempermudah wisatawan melakukan transaksi pembayaran.

Berdasarkan pemikiran yang telah dikemukakan di atas mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai faktor – faktor yang dipertimbangkan wisatawan untuk mengunjungi Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur-Bali. Melihat banyaknya pesaing yang ada sekarang ini, perusahaan harus mampu menjaga kualitas jenis produk dan pelayanan, selalu berinovasi serta meningkatkan ketiganya secara bertahap untuk kelangsungan bisnis dimasa yang akan datang.

Rumusan Masalah

1. Faktor – faktor apa yang dipertimbangkan wisatawan untuk mengunjungi Kayumanis Seaside Restaurant and Bistro Sanur-Bali?
2. Faktor apa yang dominan menentukan wisatawan untuk mengunjungi Kayumanis Seaside Restaurant and Bistro Sanur-Bali?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor – faktor apa yang dipertimbangkan wisatawan untuk mengunjungi Kayumanis Seaside Restaurant and Bistro Sanur-Bali

2. Untuk mengetahui faktor yang dominan menentukan wisatawan untuk berkunjung ke kayumanis Seaside Restaurant and Bistro Sanur-Bali.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi bacaan dalam bidang ilmu Manajemen Pemasaran untuk menambah pengetahuan dan wawasan di dalam faktor – faktor pengunjung yang datang dalam suatu tempat usaha, serta dapat digunakan sebagai bahan informasi perbandingan dalam suatu penelitian yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi.
2. Manfaat praktis hasil penelitian dapat memberikan masukan maupun pemikiran terhadap masalah yang dihadapi oleh Kayumanis Seaside Restaurant – Sanur, Bali, berkaitan dengan masalah yang diteliti.

KAJIAN PUSTAKA

Restoran

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumen baik berupa makanan ataupun minuman definisi menurut Atmodjo (2005:7). Tujuan operasional restoran adalah untuk mencari keuntungan dan membuat puas para konsumennya. Produk yang dihasilkan restoran adalah totalitas dari makanan, minuman, dan seperangkat atribut lainnya, termasuk didalamnya rasa, warna, aroma makanan, harga, nama makanan dan minuman, reputasi

restoran, serta jasa pelayanan dengan keramah-tamahan yang diterima guna memuaskan keinginan pelanggan menurut (Soekresno,2000:8). Produk yang dipasarkan di restoran ialah makanan, minuman, pelayanan, dan suasana.

Pelayanan

Menurut Kotler (2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Moenir (2008) pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Selanjutnya Sinambela (2008) mengemukakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Menu

Menu adalah pedoman bagi yang menyiapkan makanan atau hidangan, bahkan merupakan penuntun bagi mereka yang menikmati hidangan tersebut dibuat (Manuntun et al, 2015). Standar menu disusun secara periodik 6 bulan sekali, yang siklus menunya 10 hari + menu 31. Standar menu tersebut berpedoman pada pola menu seimbang. (Irianto, 2014).

Jenis menu adalah merupakan jenis hidangan yang ditawarkan kepada tamu, yang datang, baik yang datang perorangan maupun yang datang secara rombongan (bergroun).

Kita mengenal beberapa jenis menu berdasarkan: bentuk penawaran, yaitu dilihat dari sisi bagaimana menu itu disusun dan ditawarkan kepada tamu yang menyangkut harga.

Pramusaji

Pramusaji adalah karyawan hotel atau restaurant yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melayani kebutuhan makanan dan minuman bagi para tamu secara professional, biasa dikatakan mereka adalah ujung tombak usaha karena sangat berperan dalam memberikan kepuasan pada para tamu yang secara tidak langsung akan memberikan keuntungan bagi perusahaan/*restaurant*.

Pemasaran

Pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain (Kotler 2004:5), sedangkan oleh Swasta dan Irawan (2003:5) pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun pembeli potensial.

Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Menurut Sri Handayani (2012:2)

Pengertian konsumen ini merupakan seseorang/ suatu organisasi yang membeli atau juga menggunakan sejumlah barang atau jasa dari pihak lainnya. Sedangkan Menurut Dewi (2013:1) Pengertian konsumen ini merupakan seseorang yang menggunakan suatu produk (barang dan/atau jasa) yang dipasarkan.

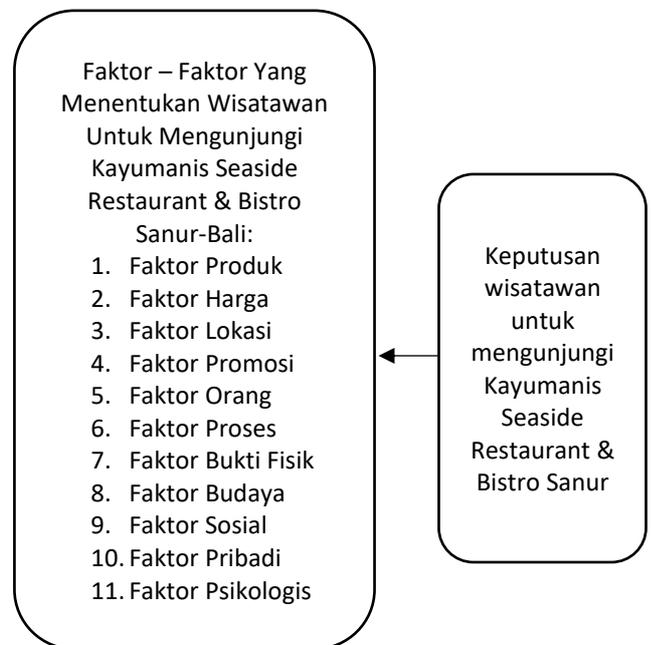
Perilaku Konsumen

Kotler dan Keller (2008:214) mendefinisikan, perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka dan menurut Schiffman dan Kanuk (2008:6), perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Sedangkan Basu Swastha (2000:10) mendefinisikan, perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Keputusan Pembelian

Untuk meraih keberhasilan, pemasar harus melihat lebih jauh bermacam-macam faktor yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian.

Menurut Djatnika (2006:102), bahwa pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses psikologis yang dilalui oleh Konsumen atau pembeli, prosesnya yang diawali dengan tahap menaruh perhatian (*attention*) terhadap barang atau jasa yang kemudian jika berkesan dia akan melangkah ke tahap ketertarikan (*interest*) untuk mengetahui lebih jauh tentang keistimewaan produk atau jasa tersebut yang jika intensitas ketertarikannya kuat berlanjut ke tahap berhasrat/berminat (*desire*) karena barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan-kebutuhannya. Jika hasrat dan minatnya begitu kuat baik karena dorongan dari dalam atau rangsangan persuasif dari luar maka konsumen atau pembeli tersebut akan mengambil keputusan membeli (*action to buy*) barang atau jasa yang ditawarkan.



Gambar 1
Kerangka Konseptual Penelitian

Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan kata lain statistik deskriptif adalah statistik yang mempunyai tugas untuk mengorganisasi dan menganalisa data angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas, dan jelas, mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistik. Dalam penelitian kuantitatif, Analisa data yang dilakukan secara kronologis setelah data selesai dikumpulkan semua dan biasanya diolah dan dianalisis dengan secara *computerized* berdasarkan metode analisis data yang telah ditetapkan dalam desain penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu yang pertama teknik pengumpulan data yang bersumber dari data-data yang diperlukam melalui dokumen yang ada di Kayumanis Seaside Restaurant And Bistro Sanur-Bali. Dokumen penelitian terutama tentang sejarah berdirinya perusahaan, data penjualan, dan lingkungan kerja fisik, menurut Sugiyono (2017) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi angket atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Alat yang digunakan untuk mengukur adalah Skala Likert dengan menggunakan rentang nilai 1 sampai 5.

Penentuan Sampel

Dalam penelitian ini teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu yang sudah ditetapkan. Kriteria dapat berupa pertimbangan tertentu atau jatah kuota. Dalam penelitian ini, kriteria sampel merupakan konsumen yang berumur 17 tahun ke atas yang dianggap mampu memberikan penilaian dan yang sudah membeli produk Kayumanis Seaside Restaurant Sanur-Bali minimal 1 kali.

Untuk menentukan jenis dan jumlah anggota sampel yang akan digunakan peneliti sebagai acuan dalam objek yang diteliti, peneliti menggunakan metode untuk mengetahui ukuran sampel dilakukan dengan cara, jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dalam metode ini penulis akan mengambil jumlah responden sebanyak 110 responden yang didapat dari jumlah pertanyaan kuesioner sebanyak 22 dikalikan 5.

HASIL PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas dan Validitas

Pada hasil uji validitas, semua variabel $> 0,300$ maka dikatakan valid, hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki Cronbach Alpha lebih besar dari Standar Alpha sebesar 0,600 sehingga dapat di simpulkan bahwa semua variabel dari kuesioner adalah reliabel.

Analisis Faktor

Pada hasil perhitungan menunjukkan besaran nilai *Barlett's Test of Sphericity* adalah 3814,914

pada signifikan 0,000 yang berarti bahwa pada penelitian ini terdapat korelasi yang sangat signifikan antar variabel dan hasil perhitungan KMO yang menunjukkan nilai sebesar 0,784 yang berarti bahwa model dapat dikatakan cukup.

Untuk menentukan apakah proses pengambilan sampel sudah memadai atau tidak maka digunakan pengukuran *Measure of Sampling Adequacy* (MSA). Pada seluruh variabel yang telah diukur memiliki nilai MSA lebih besar dari 0,5 dan tidak ada variabel yang memiliki nilai MSA lebih kecil dari 0,5, yang berarti variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut ke tahapan berikutnya

Penentuan Jumlah Faktor

Berdasarkan hasil analisis faktor terdapat 5 faktor yang memiliki nilai *eigenvalue* yang lebih besar dari 1. Faktor pertama memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 8,220 dengan kontribusi *variance* sebesar 37,364%. Faktor kedua memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 4,319 dengan kontribusi *variance* sebesar 19,631%. Faktor ketiga memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 3,393 dengan kontribusi *variance* sebesar 15,422%. Faktor keempat memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,525 dengan kontribusi *variance* sebesar 6,931%. Faktor kelima memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,231 dengan kontribusi *variance* sebesar 5,596%. Kelima faktor tersebut menjelaskan 84,943% total varian variabel konsumen Kayumanis Seaside Restaurant dan Bistro Sanur Bali.

Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli Kayumanis Seaside Restaurant dan Bistro Sanur Bali.

1. Faktor eksistensi

Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* yang paling tinggi yaitu sebesar 8,220 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 37,364%. Faktor ini terdiri dari Ketersediaan fasilitas pendukung (X2), Mudah memperoleh informasi (X7), Staff yang sangat ramah (X9), Keluarga yang mendukung rencana kuliner (X17), Berkuliner adalah gaya hidup (X19), Keadaan ekonomi (X20), dan Memiliki persepsi bahwa Kayumanis Seaside Restaurant & Bistro Sanur terkenal (X22).

2. Faktor promosi

Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* cukup tinggi yaitu sebesar 4,319 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 19,631. Faktor ini terdiri dari Menu makanan dan minuman yang bervariasi (X1), Promosi yang ditawarkan menarik (X8), Kelas sosial (X16), Golongan social (X18), dan Memiliki keyakinan Kesehatan psikis (X21).

3. Faktor pelayanan

Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 3,393 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 15,422. Faktor ini terdiri dari Staff sangat membantu (X10), Proses pembayaran mudah dilakukan (X12), Ukuran dan kualitas produk (X14), dan Budaya (X15).

4. Faktor penunjang

Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,525 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 6,931. Faktor ini terdiri dari Keamanan di lokasi (X6), Proses pemesanan meja mudah dilakukan (X11), dan Arsitektur bergaya Indonesian Colonial (X13).

5. Faktor keunggulan

Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,231 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 5,596. Faktor ini terdiri dari Harga makanan dan minuman (X3), Harga Fasilitas pendukung (X4), dan Lokasi ditepi pantai (X5).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hasil analisis dan semua pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang menentukan membeli Kayumanis Seaside Restaurant dan Bistro Sanur Bali adalah:

a. Faktor eksistensi, Faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* yang paling tinggi yaitu sebesar 8,220 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 37,364%. Faktor ini terdiri dari Ketersediaan fasilitas pendukung (X2), Mudah memperoleh informasi (X7), Staff yang sangat ramah (X9), Keluarga yang mendukung rencana kuliner (X17), Berkuliner adalah gaya hidup (X19), Keadaan ekonomi(X20), dan Memiliki persepsi bahwa

Kayumanis Seaside Restaurant & Bistro Sanur terkenal (X22).

b. Faktor promosi, faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* cukup tinggi yaitu sebesar 4,319 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 19,631. Faktor ini terdiri dari Menu makanan dan minuman yang bervariasi (X1), Promosi yang ditawarkan menarik (X8), Kelas sosial (X16), Golongan social (X18), dan Memiliki keyakinan Kesehatan psikis (X21).

c. Faktor pelayanan, faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 3,393 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 15,422. Faktor ini terdiri dari Staff sangat membantu (X10), Proses pembayaran mudah dilakukan (X12), Ukuran dan kualitas produk (X14), dan Budaya (X15).

d. Faktor penunjang, faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,525 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 6,931. Faktor ini terdiri dari Keamanan di lokasi (X6), Proses pemesanan meja mudah dilakukan (X11), dan Arsitektur bergaya Indonesian Colonial (X13).

e. Faktor keunggulan, faktor ini memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,231 dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 5,596. Faktor ini terdiri dari Harga makanan dan minuman (X3), Harga Fasilitas pendukung (X4), dan Lokasi ditepi pantai (X5).

2. Faktor yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam membeli Kayumanis Seaside Restaurant dan Bistro Sanur Bali adalah faktor eksistensi. Faktor ini memiliki nilai eigenvalue yang paling tinggi yaitu sebesar 8,220 dan mampu menjelaskan variance total sebesar 37,364%. Faktor ini terdiri dari Ketersediaan fasilitas pendukung (X2), Mudah memperoleh informasi (X7), Staff yang sangat ramah (X9), Keluarga yang mendukung rencana kuliner (X17), Berkuliner adalah gaya hidup (X19), Keadaan ekonomi(X20), dan Memiliki persepsi bahwa Kayumanis Seaside Restaurant & Bistro Sanur terkenal (X22). Dari faktor inilah yang merupakan alasan konsumen membeli Kayumanis Seaside Restaurant dan Bistro Sanur Bali.

menjalin hubungan dengan komunitas-komunitas *tour guide* setempat, agar mampu meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

Saran

Berdasarkan semua pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan diharapkan lebih meningkatkan perhatian pada variabel yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengunjungi Kayumanis Seaside Restaurant dan Bistro Sanur Bali. Peneliti hanya menggunakan 22 variabel bebas, tentu masih banyak variabel yang harus diamati lebih lanjut untuk mendapatkan jawaban tentang faktor-faktor yang menentukan konsumen mengunjungi Kayumanis Seaside Restaurant dan Bistro Sanur Bali. Perusahaan diharapkan mampu

DAFTAR PUSTAKA

Dwi Maharani Dewi, Ni Made. 2019. Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Wisatawan Berwisata Spritual Di Tirta Empul Tampaksiring-Gianyar. Universitas Triatma Mulya.

Keller. 2013, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.

Kotler, Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi tigabelas*. Penerbit erlangga. Jakarta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.