

ABSTRAK

Di Kota Surabaya jumlah hotel yang dibangun sangat berkembang pesat, banyak hotel dapat dengan mudah ditemui mulai dari hotel melati hingga hotel berbintang lima, namun tidak dapat dipungkiri juga bahwa pertumbuhan yang pesat ini juga menyebabkan tingkat persaingan antar pengusaha pariwisata juga semakin sengit, terutama yang mempunyai usaha di bidang perhotelan. Seiring banyaknya hotel yang dibangun di Surabaya, hotel-hotel ini harus memiliki keunggulan dan keunikan tersendiri yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun hotel di Surabaya yaitu *Garden Palace Hotel* mempunyai restoran yang bernama *Green House Kitchen & Bistro* yang mengusung konsep *buffet all you can eat* dengan menampilkan atraksi *live cooking* di dalamnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap atraksi *live cooking* yang ditampilkan di *Green House Kitchen & Bistro*.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian deskriptif. Dengan ini maka penelitian deskriptif akan memberikan gambaran penyajian yang berisi kutipan data yang dapat menggambarkan obyek penelitian secara keseluruhan sehingga pembaca dapat memahami data-data secara jelas. Selain itu penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan penggunaan bahan dokumen yang kemudian dianalisis dan dirangkai kedalam bentuk paragraf deskriptif.

Atraksi *live cooking* yang ditampilkan mengikuti tren makanan yang terus berkembang dan terinspirasi oleh negara Thailand yang terkenal akan *street food* yang dimiliki. Atraksi *live cooking* dihadirkan di Hotel *Garden Palace* dikonsep menjadi *middle high* yang menyediakan berbagai macam makanan yang dihidangkan mulai dari makanan khas Indonesia yaitu klepon, martabak, arum manis hingga masakan Jepang dan Cina seperti takoyaki, sushi, dorayaki, imagawayaki dan mi hongkong. Tujuan ditampilkannya atraksi *live cooking* yaitu agar dapat menarik konsumen untuk berkunjung ke *Green House Kitchen & Bistro*.

Kata kunci : Live cooking, Hotel, Restoran, Persepsi konsumen