

# The Effect Of Service Quality On The Level Of Guest Satisfaction At The Dairyland Riverside Resto Puncak Bogor

Service Quality and  
Customer  
Satisfaction

Aldo Rivaldo, Bambang Hengky Rainanto  
Program Studi S1 Pariwisata, Fakultas Informatika dan Pariwisata  
, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan Bogor  
Email: [rivaldooo.aldo@gmail.com](mailto:rivaldooo.aldo@gmail.com)

27

Submitted:  
SEPTEMBER 2023

Accepted:  
JANUARY 2024

## ABSTRACT

Along with the times, competition in the business world is getting tougher. The existence of this competition requires business actors to be able to optimize the performance of their companies in order to be able to compete in market share. As for the company's way to be able to develop customer satisfaction such as the services provided and selling products at prices that match market share. Good presentation quality can also apply in attracting consumers. Good Quality Service will always exist in a company and will create pleasure for customers. After the customer feels pleasure with the goods received, of course the customer will compare the service that has been provided. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction that occurs at the Dairyland Riverside restaurant, Puncak, Bogor. In this study using a quantitative method in the form of a questionnaire. This sample was taken using purposive sampling and using the Slovin calculation method so that a sample of 96 respondents was obtained but rounded up to 100 respondents. Collecting data using a questionnaire and analyzed using multiple linear analysis. The results showed that service has an effect on customer satisfaction.

**Keywords:** service quality, customer satisfaction.

## PENDAHULUAN

Kepuasan Pelanggan merupakan suatu perbuatan yang ditetapkan melalui pengetahuan seharusnya dipenuhi. Kepuasan merupakan suatu keunggulan berdasarkan ciri khas maupun pada barang serta produk itu sendiri, yang menyempatkan tingkat kepuasan pelanggan bersangkutan paut dengan keinginan keperluan konsumsi klien. Kesenangan pelanggan dapat mewujudkan melalui mutu, pelayanan dan nilai. Cara sebagai mewujudkan kesetiaan klien ialah mewariskan nilai klien yang baik.

### Perumusan Masalah:

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis mengrumuskan masalah pada Resto Dairyland Riverside Puncak Bogor. sebagai berikut:

1. Apakah *Quality Service* resto Dairyland Riverside berupa wujud Fisik (*Tangibles*) dapat Mempengaruhi tingkat kepuasan tamu?
2. Apakah *Quality Service* resto Dairyland Riverside berupa Keandalan (*Reliability*) dapat Mempengaruhi tingkat kepuasan tamu?
3. Apakah *Quality Service* resto Dairyland Riverside berupa Daya Tanggap (*Responsiveness*) dapat Mempengaruhi tingkat kepuasan tamu?
4. Apakah *Quality Service* resto Dairyland Riverside berupa Jaminan (*Assurance*) dapat mempengaruhi tingkat kepuasan tamu
5. Apakah *Quality Service* resto Dairyland Riverside berupa Kepedulian (*Emphaty*) dapat Mempengaruhi tingkat kepuasan tamu

### Tujuan Penelitian:

Sesuai dengan perumusan masalah yang sudah dituliskan, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

**JIPKES**

Jurnal Ilmiah Pariwisata  
Kesatuan  
Vol. 5 No. 1, 2024  
pp. 27-38  
**IBI KESATUAN**  
E-ISSN 2745 – 7524  
DOI: 10.374/jipkes.v6i1.2750

1. Untuk menganalisis pengaruh Wujud Fisik (*Tangibles*) terhadap tingkat kepuasan tamu.
2. Untuk menganalisis pengaruh Keandalan (*Reliability*) terhadap tingkat kepuasan tamu.
3. Untuk menganalisis pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap tingkat kepuasan tamu.
4. Untuk menganalisis pengaruh Jaminan (*Assurance*) terhadap tingkat kepuasan tamu.
5. Untuk menganalisis pengaruh Kepedulian (*Emphaty*) terhadap tingkat kepuasan tamu.

## METODE PENELITIAN

### Data Kuantitatif

Data Kuantitatif ialah data yang diperoleh melalui pengukuran hipotesis dengan menggunakan uji statistik dalam bentuk angka. Dalam penelitian ini akan menggunakan kuesioner yang di mana di dalamnya terdapat pertanyaan secara logis yang telah dirancang sebelumnya dan berhubungan dengan masalah penelitian sehingga setiap pertanyaan ialah jawaban yang mempunyai makna

### Data Primer

Metode yang akan digunakan sebagai pengumpulan data primer ialah melalui kuesioner serta observasi secara langsung terhadap individu. Data utama penelitian ini meliputi data karakteristik responden serta data persepsi responden terhadap beberapa indikator ialah *Tangible, Reliability, Responsivness, Assurance, dan Emphaty*.

### Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau, atau laporan *history* yang telah dibuat didalam arsip baik yang dipublikasikan maupun tidak.

### Populasi dan Sampel

#### Populasi

Populasi merupakan jumlah dari seluruh hasil yang mungkin, dihitung atau diukur dengan metode kuantitatif dan juga kualitatif, mengenai beberapa karakteristik dari semua anggota dari seperangkat sifat yang lengkap dan tidak ambigu yang sifat-sifatnya ingin diketahui. Populasi dalam penelitian ini ialah wisatawan Jabodetabek yang mengenal dan berkunjung ke Resto Dairyland Riverside puncak Bogor.

#### Sampel

Sampel merupakan dari jumlah dan karakteristik populasi atau sekelompok kecil anggota yang diambil dari populasi menurut prosedur tertentu, sehingga dapat mewakili populasi. Dalam penelitian ini tidak diketahui besarnya populasi, sehingga untuk dapat menentukan besarnya sampel total populasi dapat digunakan dengan rumus *slovin*.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$n$  = ukuran sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = batas kesalahan maksimal

Diketahui total dari populasi sebanyak ( $N$ ) = 3000 ( $e$ ) = 0,1 oleh sebab itu total keseluruhan pada sampel dapat dituliskan di bawah ini:

$$n = \frac{3000}{1+3000(0,01)^2} = 96,77419$$

## Metode Analisis Data:

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan sebagai mengetahui valid maupun tidaknya suatu kuesioner. Sebagai mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pada pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

### 2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk mengukur konsistensi tanggapan pengukuran dalam kuesioner berulang. Hasil pertanyaan responden dianggap reliabel jika jawaban setiap pertanyaan konsisten, atau jika jawabannya cenderung tidak acak.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah ada dalam model regresi. Variabel perancu atau residual mengikuti distribusi normal. Adapun dua cara untuk mendeteksi apakah residual mengikuti distribusi normal ataupun tidak

### 4. Uji Analisis Grafik

Intinya normalitas dapat diketahui dengan melihat penyebaran data disumbu diagonal berasal, grafik ataupun menggunakan melihat histogram dari residualnya (Ghozali,2018:163).

### 5. Uji Kolmogorof-Smirnov

Pengujian didasarkan pada uji Kolmogorof-Smirnov pada model yang diuji

### 6. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018:107), uji multikolinearitas dirancang untuk, menguji apakah suatu model regresi memiliki korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen terkait satu sama lain, maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal. Nilai cutoff yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance  $\leq 0,10$  atau sesuai nilai VIF  $\geq 10$ . Jika nilai tolerance  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$  maka hal tersebut menunjukkan tidak terjadinya multikolinieritas.

### 7. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) Uji Heterokedastisitas bermanfaat sebagai mengetahui apakah pada model regresi terjadi disparitas varian asal residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance residual satu pengamatan kepengamatan lain tak berubah, maka dianggap homokedastisitas dan apabila tidak sinkron diklaim heterokedastisitas.

### 8. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:179), koefisien determinasi dipakai untuk menguji *goodness of fit* model regresi. Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti variabel bebas dapat dideskripsikan perubahan terbatas pada variabel terikat. Namun, apabila nilainya mendekati 1, variabel independen menyediakan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perubahan variabel dependen.

### 9. Uji Pengaruh Simultan

Menurut Ghozali (2018:179), uji join effect dipakai sebagai mengetahui apakah variabel independen secara bersama sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F statistic dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05. Apabila didalam penelitian ini ada tingkat signifikansi kurang dari 0.05 ataupun f terhitung dinyatakan lebih besar daripada F tabel maka, seluruh variabel independen secara simultandapat berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.v

### 10. Uji Parsial

Menurut Ghozali (2018:179) uji parsial dipakaisebagai mengetahui efek setiap variabel independen, terhadap variabel dependen. Uji parsial dalam penelitian ini, menggunakan tingkat signifikansi sebanyak 0.05. dengan nilai tingkat signifikansi sebanyak 10%

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengaruh Kualitas Pelayanan	X1 (Tangible)	0,743	0,195	Valid
	X2 (Tangible)	0,603	0,195	Valid
	X3 (Tangible)	0,615	0,195	Valid
	X4 (Tangible)	0,546	0,195	Valid
	X5 (Tangible)	0,653	0,195	Valid
	X1 (Reliability)	0,722	0,195	Valid
	X2 (Reliability)	0,668	0,195	Valid
	X3 (Reliability)	0,670	0,195	Valid
	X4 (Reliability)	0,715	0,195	Valid
	X5 (Reliability)	0,613	0,195	Valid
	X1 (Responsiveness)	0,483	0,195	Valid
	X2 (Responsiveness)	0,758	0,195	Valid
	X3 (Responsiveness)	0,742	0,195	Valid
	X4 (Responsiveness)	0,704	0,195	Valid
	X5 (Responsiveness)	0,713	0,195	Valid
	X1 (Assurance)	0,590	0,195	Valid
	X2 (Assurance)	0,700	0,195	Valid
	X3 (Assurance)	0,643	0,195	Valid
	X4 (Assurance)	0,696	0,195	Valid
	X5 (Assurance)	0,678	0,195	Valid
	X1 (Emphaty)	0,582	0,195	Valid
	X2 (Emphaty)	0,700	0,195	Valid
	X3 (Emphaty)	0,730	0,195	Valid
	X4 (Emphaty)	0,640	0,195	Valid
	X5 (Emphaty)	0,602	0,195	Valid

Bahwa dapat diketahui seluruh pertanyaan pada tiap dimensi dinyatakan Valid, dan dapat dilihat bahwa R Hitung > R Tabel. Berarti pengujian ini seluruh pertanyaan dapat dipakai di model pengolahan pada pengolahan data.

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach	Keterangan
Tangible	0,613	Reliabel
Reliability	0,699	Reliabel
Responsiveness	0,695	Reliabel
Assurance	0,678	Reliabel
Emphaty	0,657	Reliabel

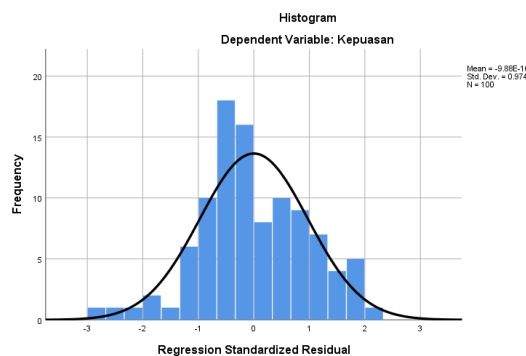
Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui, seluruh variabel penelitian mempunyai nilai koefisien Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 sehingga instrument penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk pengambilan data penelitian

**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.93875527
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.051
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *exact* signifikansi adalah 0.200 dan menunjukkan bahwa lebih besar dari 0,05 (0.200 > 0.05). Maka dapat disimpulkan bahwa data yang tertera pada variabel penggunaan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berdistribusi normal

**Uji Analisis Grafik**



Berdasarkan pada hasil uji Analisis grafik diatas terlihat bahwa kurva dependent dan Regression Standardized Residual membentuk seperti lonceng, dan dapat diartikan bahwa berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan.

Uji Multikolonieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.056	3.228		4.354	.000		
	Tangible	-.157	.114	-.149	-1.377	.172	.789	1.267
	Reliability	.160	.126	.150	1.263	.210	.650	1.538
	Responsiveness	-.140	.140	-.124	-1.001	.320	.600	1.667
	Assurance	.158	.132	.136	1.196	.235	.714	1.401
	Emphaty	.329	.137	.282	2.401	.018	.669	1.495

a. Dependent Variable: Kepuasan

Variabel kualitas pelayanan nilai pada tolerance pada Tangible 0.789 dan nilai VIF sebesar 1,267, nilai tolerance Reliability 0,650 dan nilai VIF sebesar 1,538 dsb. Dapat disimpulkan nilai tolerance tidak kurang dari 0,5 dan nilai VIF semua variabel lebih kecil dari 10,00. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolonieritas terhadap variabel dependen.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.056	3.228		4.354	.000		
	Tangible	-.157	.114	-.149	-1.377	.172	.789	1.267
	Reliability	.160	.126	.150	1.263	.210	.650	1.538
	Responsiveness	-.140	.140	-.124	-1.001	.320	.600	1.667
	Assurance	.158	.132	.136	1.196	.235	.714	1.401
	Emphaty	.329	.137	.282	2.401	.018	.669	1.495

a. Dependent Variable: Kepuasan

Mengacu pada output tabel *coefficients*, diketahui bahwa variabel bebas Tangible dengan nilai sig 0,172>0.05. Kemudian variabel bebas Reliability dengan nilai sig 0,210>0.05, variabel Responsiveness dengan nilai sig 0,320>0.05, variabel Assurance dengan nilai sig 0,325>0.05, dan yang terakhir variabel Emphaty dengan nilai sig 0,18>0.05. maka kesimpulannya ialah tidak ada variabel yang signifikansinya dibawah 0,05 maka semua variabel tersebut tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.367 <sup>a</sup>	.135	.089	1.98965
a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangible, Assurance, Reliability, Responsiveness				
b. Dependent Variable: Kepuasan				

Hasil *output model summary* dapat dideskripsikan bahwa hubungan ataupun korelasi berganda pada seluruh variable (Kualitas Pelayanan), mempunyai kekuatan hubungan yang cukup. Hal ini dilihat berdasarkan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,367. Perolehan nilai koefisien determinasi r-square sebesar 0.135 dapat dideskripsikan bahwa variable *quality service* dapat mempengaruhi serta mendeskripsikan keragaman

(variabilitas) nilai dari kepuasan pelanggan sebesar 13% sedangkan sisanya sebesar (100% - 13% = 87%) dipengaruhi dari luar model atau dideskripsikan oleh variable lain yang tidak diteliti

**Uji Simultan**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.042	5	11.608	2.932	.017 <sup>b</sup>
	Residual	372.118	94	3.959		
	Total	430.160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangible, Assurance, Reliability, Responsiveness

Hasil diperoleh hubungan antara variabel independen yaitu terdiri dari *quality service* secara simultan dengan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y), kemudian diperoleh f tabel dengan 1 variabel independen yaitu 0.195.

**Uji Parsial**

T Hitung	T Tabel
Tangible -1,377	1,984
Reliability 1,263	1,984
Responsiveness -1,001	1,984
Assurance 1,196	1,984
Emphaty 2,401	1,984

Hasil Pengolahan data Uji Parsial yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ialah dimensi Emphaty dikarenakan T hitung > T Tabel.

**PEMBAHASAN**

Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa *quality service* meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan faktor berwujud yang secara simultan atau parsial berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Oleh karena itu secara statistic terbukti bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di resto Dairyland Riverside Puncak Bogor.

Resto Dairyland Riverside Puncak Bogor sudah memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para konsumen untuk mewujudkan atau mencapai 30 kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian menunjukkan bahwa bahwa semakin baik *quality service* yang diberikan oleh resto Dairyland Riverside maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. *Service quality* dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan terbaik yang meliputi beberapa dimensi yaitu *tangible, reliable, responsiveness, assurance, dan emphathy*.

*Quality Service* diberikan Resto Dairyland Riverside meliputi beberapa dimensi pelayanan. Dengan dimensi tangible Resto Dairyland Riverside melayani dengan menggunakan fasilitas-fasilitas yang memadai. Penampilan rapih dan sopan dari para staff maupun karyawan yang bekerja di Resto Dairyland Riverside. Adapun beberapa indikator yang meliputi dimensi tangible ini yaitu meliputi ketersediaan fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi, yang dapat dan harus tersedia selama

berlangsungnya pelayanan. Mencapai dimensi nyata sambil memberikan layanan resto membantu dalam mencapai kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen juga dapat tercapai karena terwujudnya dimensi reliabilitas. Dimensi kehandalan ini mencakup beberapa hal lain, seperti kemampuan untuk memberikan layanan seperti yang telah dijanjikan, kehandalan dalam menangani masalah layanan pelanggan, memelihara catatan bebas kesalahan, dan mengetahui karyawan yang menjawab pertanyaan konsumen. *Quality service* resto Dairyland Riverside dalam dimensi kehandalan meliputi penyampaian pelayanan sesuai yang dijanjikan dan kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Memberikan pelayanan dengan memenuhi dimensi kehandalan dapat semakin meningkatkan pelanggan.

*Quality Service* pada dimensi *responsiveness* meliputi kemampuan resto Dairyland Riverside dalam memberikan jasa dengan pemberian informasi yang mencukupi dan mengingatkan konsumen. Pada dimensi ini resto Dairyland Riverside melayani konsumen dengan cepat, cekatan, dan juga tanggap. Pada hal ini sangat berkaitan *service* yang diberikan staff berprinsip kepada kesediaan dalam membantu serta siap tanggap merespon konsumen. Pelayanan pada *service* yg memenuhi dimensi *responsiveness* bisa menaikkan kepuasan konsumen. Dalam dimensi *responsiveness* pelayanan diwujudkan dari segi selalu menginformasikan konsumen mengenai kapan memberikan layanan, melayani konsumen tepat waktu, membantu dan tanggap terhadap permintaan konsumen.

*Customer Satisfaction* dapat terealisasi tak luput dari terpenuhinya pelayanan pada dimensi *assurance*. Dalam dimensi *assurance*, meliputi beberapa indikator lainnya yaitu ramah, kemampuan, *knowledge*, serta sifat yang dapat dipercaya dari kontak kontak personil agar menghilangkan sifat keraguan. Kualitas pelayanan dalam resto Dairyland Riverside yaitu memberikan pelayanan dari segi *service* meliputi pengetahuan pada staff. Memiliki karyawan yang sopan dan juga dapat dipercaya membuat konsumen merasa aman. Terwujudnya dimensi penjaminan server restoran akan semakin meningkatkan *customer satisfaction*.

*Quality Service* pada dimensi *emphaty* akan memberikan kontribusi dalam tercapainya kepuasan konsumen. Dalam dimensi *emphaty* meliputi perhatian khusus kepada konsumen, karyawan yang sedang menangani konsumen dengan penuh perhatian serta mengutamakan kepentingan terbaik untuk konsumen, dan staff memahami dalam kebutuhan konsumen. *Quality Service* pada dimensi *emphaty* kemampuan resto Dairyland Riverside dalam melayani pelayanan yang meliputi individual terhadap konsumen, rasa peduli terhadap pelanggan, dan juga komunikasi yang baik kepada konsumen. Pelayanan dalam dimensi *emphaty* akan mendukung terwujudnya kepuasan konsumen.

Pada pengujian olahdata terdapat hasil dari dimensi *tangible* yaitu -.157 bisa dapat saya tarik kesimpulan yang menyebabkan hasil tersebut ialah staff/karyawan resto dairyland riverside kurang berpenampilan rapih pada saat jam operasional kerja dan kurang adanya tindakan profesional.

Lalu pengujian olahdata pada dimensi *responsiveness* yaitu -.140 bisa dapat disimpulkan mungkin yang menyebabkan pada dimensi *responsiveness* adalah kurang selalu siap dan tanggap dalam melayani pelanggan sehingga pelanggan merasakan ketidakpuasan dalam melayani.

Yang akan terjadi Hasil analisis data di penelitian ini diketahui *quality service* memberikan dampak positif di kepuasan pelanggan sebesar 13% sedangkan sisanya 87% ditentukan oleh faktor lain yang tak diteliti pada penelitian ini. Berarti kualitas pelayanan yang diberikan oleh resto Dairyland Riverside berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik dalam *quality service* maka semakin tinggi *customer satisfaction*. Perolehan pada kepuasan pelanggan sebesar 87% yang tak diteliti pada penelitian ini sebagian besar pelanggan ataupun pengunjung resto Dairyland Riverside sudah merasakan kepuasan dalam kelima dimensi seperti *Tangible, Reliability, Responsiveness,*

*Assurance*, dan *Emphaty* dalam hal ini mengakibatkan resto dairyland Riverside akan mengalami kenaikan ataupun kedatangan pelanggan yang signifikan.

Hasil pada pengolahan data uji parsial terdapat beberapa dimensi memiliki hasil yang tidak melebihi dari t tabel yaitu dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*. Dapat disimpulkan bahwa Resto *Dairyland Riverside* harus lebih maksimal lagi dalam melayani pelanggan, peduli terhadap pelanggan dan juga lebih bersungguh-sungguh dengan tanggap apabila ada kesalahan.

Kepuasan pelanggan dapat terealisasi jika harapannya dengan pelayanannya dapat terpenuhi dari *quality service* yang diberikan oleh resto Dairyland Riverside. Kualitas pelayanan tersebut direalisasikan dalam beberapa indikator dimensi pelayanan jasa yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan dan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini ialah dari hasil pengujian analisis regresi dimensi *Tangible* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pada dimensi *Reliability* berpengaruh secara signifikan simultan dan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, pada dimensi *Responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pada dimensi *Assurance* berpengaruh secara signifikan simultan dan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan yang terakhir pada dimensi *Emphaty* berpengaruh secara signifikan simultan dan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *J. Ekobis Dewantara Vol, 1(3)*, 42-47.
- [2] Aruan, T., & Engelica, E. (2022). Analisis Pengaruh Suasana Restoran, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Restoran Vegetarian Di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2008-2024.
- [3] Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [4] Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- [5] Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- [6] Gunawan, R., & Azhar, D. (2020). Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor. *Jurnal Visionida*, 6(1), 60-72.
- [7] Herce, M., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 6268-6276.
- [8] Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56-64
- [9] Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- [10] IZZUDDIN, Ahmad; MUHSIN, Muhammad. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2020, 6.1: 72-78
- [11] Kotler P., Armstrong 2018. According to Kotler, Manfaat Nilai Pelanggan Penerbit PT. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta

- [12] Kurniasari, F., & Sugiyanto, E. K. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112-125.
- [13] Moenir, A.S. 2010. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, Jakarta : Bumi Aksara.
- [14] Ngandoh, A. M. (2021). Kepuasan Konsumen melalui Harga, Promosi, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Mirai Management*, 6(2), 232-244.
- [15] Nora, L., & Alizzah, A. M. (2022). Peran Promosi Penjualan dalam Menentukan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. *Sosio e-Kons*, 14(2), 188-197.
- [16] Nurhayati, A., & Nurhalimah, N. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 1-5.
- [17] Setiawan, A. C. (2019). Deskripsi Evaluasi Efisien Restoran, Kapasitas, Persediaan, Dan Service Quality Pada Rumah Makan Puritama. *Agora*, 7(1). Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- [18] Sustiyatik, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Pelayanan dan Kepelabuhanan*, 10(2), 175-184.
- [19] Tanjung, L. G., Aritonang, L., Ritonga, M. K., & Alhusna, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Menu terhadap Kepuasan Konsumen. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 3390-3395.
- [20] Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy*. World Scientific.
- [21] Wungu, M. G. K., & Hakim, L. N. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian produk pt sido muncul. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(6), 792-799.