

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN FOOD AND BEVERAGE SERVICE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN TAMU DI WARUNG DIMSUM HOTEL GRAND ARKENSO SEMARANG

Adinda Aulia¹, Herman Novry Kristiansen Paninggiran²
Program Studi Pariwisata, Universitas Semarang^{1,2}
dindindaaulia@gmail.com¹, herman@usm.ac.id²

Received: 1 Mei 2025

Accepted: 24 Juni 2025

Published: 24 Juni 2025

Abstrak

Penelitian ini bermaksud dalam menganalisa dampak kualitas pelayanan Food & Beverage Service pada tingkat kepuasan tamu di Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso Semarang. Kualitas pelayanan ialah faktor penting dalam industri perhotelan dan kuliner, karena berdampak langsung pada tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini memakai teknik kuantitatif dengan teknik survei, di mana data diterima dengan kuesioner yang tersebar ke 100 responden yang ialah tamu Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso. Variabel independen pada penelitian ini ialah kualitas pelayanan yang diukur sesuai lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Sementara itu, variabel dependen ialah kepuasan tamu yang mencakup aspek kualitas produk, kualitas pelayanan, aspek emosional, harga, dan lokasi. Analisis data dilaksanakan dengan memakai uji regresi linier sederhana agar memahami keterkaitan antar kedua variabel. Output penelitian memaparkan bila kualitas pelayanan punya dampak yang signifikan pada kepuasan tamu. Hal tersebut terbukti dengan tingkatan signifikansi pengujian statistik yang dibawah 0,05. Nilai Adjusted R² senilai 0,511 memaparkan bila 51,1% variasi kepuasan tamu bisa dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sementara sisanya didampaki dari indikator lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Sesuai temuan ini, manajemen Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperbaiki aspek kecepatan layanan, keramahan staf, kebersihan fasilitas, serta memastikan ketepatan dalam pemenuhan pesanan pelanggan. Dengan peningkatan ini, diharapkan tingkat

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu, Warung Dimsum, Hotel Grand Arkenso, Food & Beverage Service.

Abstract

This study aims to assess the effect of Food & Beverage Service quality on guest satisfaction at Warung Dimsum, Grand Arkenso Hotel Semarang. Service quality plays a vital role in the hospitality and culinary sectors, as it directly impacts customer satisfaction. The research utilizes a quantitative approach through surveys, where data was gathered from questionnaires distributed to 100 respondents, all of whom were guests at Warung Dimsum, Grand Arkenso Hotel. In this study, the independent variable is service quality, which is measured through the five SERVQUAL dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The dependent variable, on the other hand, is guest satisfaction, which includes product quality, service quality, emotional factors, price, and location. A simple linear regression analysis was performed to examine the relationship between the two variables. The findings reveal that service quality has a significant influence on guest satisfaction, as indicated by a statistical

significance level below 0.05. The Adjusted R^2 value of 0.511 shows that 51.1% of the variation in guest satisfaction is explained by service quality, with the remaining 48.9% attributed to other factors not considered in this study. Based on these results, it is recommended that the management of Warung Dimsum, Grand Arkenso Hotel, focus on improving service quality by enhancing service speed, staff friendliness, facility cleanliness, and order fulfillment accuracy. These improvements are expected to increase guest satisfaction and, in turn, foster greater customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Guest Satisfaction, Warung Dimsum, Grand Arkenso Hotel, Food & Beverage Service.*

PENDAHULUAN

Industri food and beverage ialah termasuk sektor yang memberi kontribusi terbesar pada PDB industri daripada sektor industri lainnya. Pencapaian kinerja selama ini selalu positif, berawal dari perannya dalam peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja. Di tahun 2018, industri makanan memberi kontribusi hingga Rp56,60 triliun. total nilai investasi sektor industri makanan sepanjang 2018 mencapai Rp222,3 triliun. Industri makanan menjadi penyumbang terbesar tenaga kerja senilai 26,67 persen. MenPerin menyatakan produk makanan dan minuman Indonesia selama ini terkenal punya daya saing di kancah global dengan keragamannya. Hal tersebut terbukti dari pencapaian nilai eksponnya senilai USD29,91 miliar pada tahun 2018 (Kementrian Perindustrian RI, 2018).

Hotel Grand Arkenso Semarang ialah hotel bintang empat yang terletak di pusat kota Semarang, tepatnya di Jalan Kyai Haji Ahmad Dahlan No. 2, Karangkidul, Kota Semarang, Jawa Tengah 50241. Hotel ini ialah salah satu hotel senior di Semarang dan sebelumnya dikenal dengan nama Hotel Horison Semarang yang sudah beroperasi sejak tahun 2002. Sejak tanggal 22 November 2017, hotel ini resmi berganti nama menjadi Hotel Grand Arkenso Semarang sebagai bagian dari pembaruan merek (rebranding).

Wardim, atau Warung Dimsum, ialah salah satu kuliner khas China yang bisa menjadi pilihan makanan halal di Semarang. Terletak di lantai 1 Hotel Grand Arkenso Parkview, tempat ini berada di kawasan strategis Simpang Lima Semarang. Dengan konsep terbuka yang terinspirasi dari warung tradisional di perkampungan China, Warung Dimsum menyajikan berbagai pilihan dimsum, seperti siomay udang kepiting telur, lumpia tahu udang, hakau, kaki ayam, dan bakpao landak. Selain dimsum, tersedia juga aneka bubur, hidangan nasi dan mie, serta berbagai camilan dan minuman yang dijamin kehalalannya. Warung Dimsum di Hotel Grand Arkenso Parkview buka 24 jam setiap hari, memungkinkan pengunjung di sekitar Simpang Lima Semarang untuk menikmati kuliner khas China kapan saja. Kepuasan tamu menjadi kunci utama kesuksesan bisnis akomodasi, dengan pelanggan yang puas memainkan peran vital dalam memperkuat daya saing perusahaan (Kusdiyanto et al., 2019). Menurut Ettah & Pondaag (2019).

Sesuai ulasan pelanggan di Google Review tahun 2024, ditemukan berbagai keluhan terkait kualitas pelayanan dan cita rasa makanan di Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso. Salah satu pelanggan mengungkapkan ketidakpuasannya dengan menyatakan, "Dulu enak, sekarang nggak enak. Pelayanan kurang bagus. Buru-buru minta menu, disuruh duduk dulu dan nggak dikasih-kasih. Mau bayar tapi disuruh nunggu, malah nyuci piring. Ulasan lainnya yang ada pada google review Pelayanan dan rasa kurang, TIDAK REKOMENDASI." Keluhan ini memaparkan adanya penurunan kualitas layanan dan cita rasa makanan yang berpotensi memengaruhi kepuasan tamu. Keterlambatan dalam memberi menu dan memproses pembayaran mencerminkan kurangnya responsivitas staf, yang ialah salah satu aspek penting dalam kualitas pelayanan. Maka sebab itu, penelitian ini penting dalam mengkaji lebih detail faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu di Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso Semarang serta mencari solusi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan.

Kualitas layanan menjadi evaluasi bagi pelanggan terkait layanan yang mereka terima. Kualitas layanan yang baik akan menguntungkan pelanggan meningkatkan loyalitas, dan menarik pelanggan baru. Kualitas layanan bisa membedakan dan memosisikan produk atau layanan suatu perusahaan di pasar (Ofosu-Boateng & Acquaye, 2020). Kualitas layanan dan kinerja karyawan yang luar biasa juga memberi kontribusi signifikan terhadap kebahagiaan pelanggan (Abdullah et al., 2018). Pelayanan makanan dan minuman ialah penghubung penting antara pelanggan dan menu. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menjadi faktor utama keberhasilan bisnis apa pun.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah suatu keadaan yang bersifat dinamis dan berhubungan erat dengan produk, layanan, sumber daya manusia, tahapan, dan lingkungan, yang setidaknya mampu mencukupi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan terhadap mutu layanan (Manengal, B., Kalangi, J. A., & Puniindoong, 2021). Konsep ini mencerminkan berbagai karakteristik dari produk atau jasa yang menentukan kemampuannya dalam menjawab kebutuhan konsumen, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Oleh karena itu, kualitas pelayanan bisa dipandang sebagai hasil dari interaksi antara pelanggan dan karyawan, yang dampaknya bisa dirasakan secara langsung oleh pelanggan. Ada empat indikator kualitas pelayanan diantaranya:

- a) Intangibility (Tidak Berwujud), Layanan tidak berwujud, dirasakan, dicium, didengar, atau disentuh sebelum dibeli dan dikonsumsi.
- b) Variability (Keberagaman), Layanan yang beragam dalam bentuk, kualitas, dan jenisnya, tergantung pada siapa yang memberi layanan, kapan, dan di mana layanan tersebut dihasilkan.
- c) Inseparability (Tak Terpisahkan), Umumnya, barang dibuat terlebih dahulu, kemudian dipasarkan, dan akhirnya dikonsumsi. Sebaliknya, layanan biasanya dijual sebelum diproduksi, lalu diproses dan digunakan secara bersamaan di waktu dan tempat yang sama.
- d) Perishability (Tidak Tahan Lama), Layanan ialah komoditas yang tidak tahan lama, tidak bisa disimpan untuk penggunaan di masa depan, dijual kembali, atau dikembalikan.

Food and Beverage Service

Pada konteks pendidikan pariwisata dan perhotelan, terutama bagi mereka yang mendalami bidang ini, istilah Food and Beverage Service atau Manajemen Food and Beverage pasti sudah dikenal. Pada operasional hotel, departemen Food and Beverage memainkan peran yang sangat penting. Departemen ini khusus menangani dan bertanggung jawab dari semua aspek yang berkaitan dengan produk dan layanan makanan serta minuman di hotel.

Menurut Soekresno dan Pendit (2013), departemen makanan dan minuman (Food and Beverage Department) di hotel bertanggung jawab untuk menyediakan dan mengelola penyajian makanan dan minuman, baik untuk tamu yang menginap ataupun yang tidak, secara profesional dan komersial. Hal serupa disampaikan oleh Sri Larasati (2016), yang menyebutkan bila departemen ini mengatasi pelayanan makanan dan minuman dengan pendekatan menguntungkan serta profesional.

Kepuasan Tamu

Kepuasan pelanggan atau tamu, berasal dari bahasa Latin "satis" yang bermakna cukup baik dan "facto" yang bermakna melaksanakan atau menciptakan, sehingga secara umum bisa diartikan sebagai memenuhi kebutuhan atau harapan yang memadai. Secara istilah, kepuasan pelanggan menentukan pada perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang ketika membandingkan kinerja produk atau layanan dengan ekspektasi mereka. Hal yang bisa berdampak pada kepuasan pelanggan bisa dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan menurut (Kotler, 2012), yaitu:

- a) Loyal terhadap merek, saat konsumen merasa puas dengan produk yang mereka pakai, mereka dominan menjelaskan loyalitas dan berminat untuk melaksanakan pembelian ulang dari produsen yang sama.
- b) Tertarik mencoba produk lain, kepuasan pelanggan mendorong keinginan dalam mencoba produk atau makanan lain yang ditawarkan, sebab mereka ingin mengulang pengalaman positif dan menghindari pengalaman negatif.
- c) Memberi rekomendasi positif, kepuasan pelanggan berperan penting dalam mendorong komunikasi positif dari mulut ke mulut (word-of-mouth), seperti memberi

rekomendasi kepada calon konsumen serta menyampaikan kesan baik tentang produk dan perusahaan penyedia.

d) Bersedia membayar lebih tinggi, pelanggan yang puas cenderung menilai harga sebagai cerminan kualitas, mereka lebih rela membayar lebih dengan asumsi bila harga yang lebih tinggi menjelaskan kualitas yang lebih baik.

e) Memberi saran dan umpan balik, meskipun sudah merasa puas, pelanggan tetap punya harapan untuk perbaikan. Oleh karena itu, mereka terdorong untuk memberi saran atau masukan guna memastikan kebutuhan dan harapan mereka tetap terpenuhi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Menurut Dukeshire dan Jennifer Thurflow (dalam Sugiyono, 2020:2) mendefinisikan penelitian sebagai "pengumpulan dan penyajian informasi secara sistematis." Sementara itu, Creswell (dalam Sugiyono, 2020:2) menyatakan bila "metode penelitian mencakup bentuk pengumpulan data, analisis, dan interpretasi yang dirancang untuk suatu studi." Metode penelitian sendiri ialah serangkaian proses yang mencakup pengumpulan data, analisis, serta interpretasi hasil sesuai dengan tujuan penelitian.

Populasi penelitian ini ialah tamu di Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso ditemukannya sebanyak 12.000 orang. Hasil perhitungan sampel memakai rumus Slovin sebanyak 99,17 maka dibulatkan yang menjadi responden pada penelitian ini sebesar 100 orang dari semua total populasi tamu di Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI VALIDITAS

Sesuai hasil penelitian yang ditunjukkan dalam tabel dibawah memaparkan bila semua pernyataan di dalam kuesioner punya tingkat signifikansi diatas 0,1966. Hal ini memaparkan bila semua pernyataan pada kuesioner valid sehingga bisa menjelaskan keadaan yang sebenarnya.

Tabel 1. Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	45.6400	18.576	.462	.904
X1.2	45.4700	18.575	.624	.894
X1.3	45.5600	18.330	.714	.890
X1.4	45.6900	18.135	.710	.890
X1.5	45.6600	18.065	.646	.893
X1.6	45.5800	18.327	.644	.893
X1.7	45.6700	17.617	.729	.888
X1.8	45.7300	18.300	.637	.893
X1.9	45.6600	18.550	.665	.892
X1.10	45.6800	18.583	.596	.895
X1.11	45.6300	17.932	.752	.888
X1.12	45.7200	19.800	.355	.906

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	48.1700	17.072	.593	.755
Y1.2	48.1700	17.213	.618	.755
Y1.3	49.3700	20.559	-.203	.877
Y1.4	48.3900	17.432	.372	.771
Y1.5	48.3700	16.559	.552	.754
Y1.6	48.2400	16.629	.599	.751
Y1.7	48.2100	16.572	.639	.748
Y1.8	48.2500	17.381	.579	.758
Y1.9	48.2500	17.705	.439	.766
Y1.10	48.3300	17.254	.550	.758
Y1.11	48.3700	16.741	.532	.756
Y1.12	48.3700	16.013	.669	.742
Y1.13	48.6700	16.223	.473	.761

Sumber : Data Analisis Primer, 2025

UJI REALIBILITAS

Tabel 2. Uji Realibilitas

Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Output pengujian
KUALITAS PELAYANAN (X)	0,902	0,60	Reliabel
KEPUASAN TAMU (Y)	0,782	0,60	Reliabel

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Dalam perhitungan indeks reliabilitas instrument yang di uji bisa diartikan nilai r yang diterima variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu mencapai diatas 0,60, maka bisa dinyatakan bila variabel X dan variabel Y reliabel.

UJI NORMALITAS

Pada penelitian ini pengujian normalitas residual dipakai untuk pengujian statistik nonparametik Kolmogorov Smirnov (K-S). Bila angka signifikansi K-S sig melebihi 0,05 sehingga memaparkan bila data tersebar normal. Dan bila angka signifikansi K-S Sig dibawah 0,05 maka memaparkan bila data tidak terdistribusi secara normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.08702883	
Most Extreme Differences	Absolute	.070	
	Positive	.035	
	Negative	-.070	
Test Statistic		.070	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.269	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.257
		Upper Bound	.280

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Keterangan : K-S menunjukkan dengan hasil 0,200 yang maknanya diatas 0,05 bila data terdistribusi memaparkan normal.

UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Tabel 4. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.187	3.423		4.729	<,001
	KUALITAS PELAYANAN	.725	.071	.718	10.224	<,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Sesuai output di SPSS sebelumnya, maka bisa dirumuskan model persamaan regresinya seperti:

$$Y : 16,187 (a) + 0,725 (X) + e$$

Model persamaan regresi ini mempunyai arti :

(a) = 16,187 maknanya Kualitas Pelayanan bersifat constant atau tetap maka Kepuasan Tamu senilai 0,725.

BX + e = 0,725 bernilai positif maknanya bila Kepuasan Tamu meningkat satu (1) satuan maka Kualitas Pelayanan nantinya mengalami peningkatan senilai 16,187.

UJI TERPISAH (UJI T)

Pengujian terpisah (T) dipakai dalam pengujian hipotesis adanya dampak Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu. Dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,005$ seperti berikut :

Tabel 5. Uji Terpisah (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.187	3.423		4.729	<,001
	KUALITAS PELAYANAN	.725	.071	.718	10.224	<,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Keterangan :

Bila nilai T sig dibawah 0,05 atau nilai t hitung diatas t tabel sehingga ada pengaruh variabel X pada variabel Y.

Bila nominal sig diatas 0,05 atau nilai t hitung dibawah t tabel sehingga tidak ada dampak variabel X pada variabel Y.

Uji hipotesis ini menguji dampak Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu. Nilai signifikansi senilai 0,001. Hasil analisis menunjukkan bila nilai signifikansi dibawah 0,05, hal ini mengidentifikasi hipotesis diterima, maknanya Kualitas Layanan mempunyai dampak signifikan positif terhadap Kepuasan Tamu.

UJI SIGNIFIKANSI GABUNGAN (UJI F)

Uji Signifikansi Gabungan (Uji F) mempunyai tujuan dalam memahami dampak semua variabel X terhadap variabel Y. Output pengujian Signifikansi Gabungan (Uji F) pada penelitian ini seperti berikut :

Tabel 6. Uji Signifikansi Gabungan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1006.395	1	1006.395	104.539	<.001 ^b
	Residual	943.445	98	9.627		
	Total	1949.840	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Keterangan :

Bila nilai sig dibawah 0,05 maka secara gabungan ada dampak variabel X pada variabel Y

Bila nilai sig diatas 0,05 maka secara gabungan tidak ada dampak variabel X pada variabel Y

Untuk penelitian ini ditemukan data dengan nominal sig 0,001 dibawah 0,05 maknanya ada dampak yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Tamu.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (UJI R²)

Koefisien determinasi atau Adjusted R Square dipakai dalam menghitung besar dampak variabel independen pada variabel dependen. Pada penelitian ini, hasil analisis menjelaskan :

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.511	3.103

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data Analisis Primer, 2025

Dari data diatas, bisa diambil kesimpulan bila hasil perhitungan estimasi regresi diterima nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) senilai 0,511 yang maknanya 51,1% perubahan pada variabel dependen Kepuasan Tamu bisa dijelaskan oleh variabel independen Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisannya senilai 48,9% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Output pengujian statistik pada penelitian ini menjelaskan adanya dampak positif yang signifikan antar Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Tamu di Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso. Dengan artian, layanan yang diberikan semakin baik, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu semakin tinggi pula. Bukti dari hal ini terlihat pada

output pengujian validitas kuesioner yang menjelaskan tingkatan signifikansi lebih besar dari 0,1966, menandakan bila seluruh pernyataan dalam kuesioner valid dan mampu merepresentasikan keadaan yang sebenarnya. Selain itu, uji reliabilitas menjelaskan nilai senilai 0,902 bagi variabel Kualitas Pelayanan (X) dan 0,782 untuk variabel Kepuasan Tamu (Y). Kedua nilai tersebut melampaui batas minimum reliabilitas senilai 0,600, sehingga bisa diambil kesimpulan bila instrumen yang dipakai pada penelitian ini tergolong reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

Output pengujian normalitas menjelaskan tingkatan signifikansi senilai 0,200 yang melebihi 0,05, mengindikasikan bila data berdistribusi normal. Hal ini menjelaskan bila asumsi normalitas sudah terpenuhi, sehingga analisis regresi linier bisa dilaksanakan. Dari analisis tersebut, diterima nilai konstanta (a) senilai 16,187 dan koefisien regresi (b) senilai 0,725. Sementara itu, dalam menguji hipotesis, penelitian ini memanfaatkan hasil dari Uji T, Uji F, serta nilai Adjusted R².

Output pengujian Terpisah (Uji T) menjelaskan bila tingkatan signifikansi senilai 0,001, yang dibawah 0,05, serta nilai T hitung (10,224) melebihi T tabel (0,1966). Hal tersebut mengindikasikan bila Kualitas Pelayanan punya dampak positif yang signifikan terhadap Kepuasan Tamu. Dengan begitu, kualitas layanan yang diberikan semakin baik, maka tingkat kepuasan yang dirasakan tamu semakin tinggi. Selanjutnya, output pengujian F menjelaskan tingkatan signifikansi senilai 0,001 (dibawah 0,05), yang menandakan bila secara gabungan Kualitas Pelayanan berdampak signifikan terhadap Kepuasan Tamu. Adapun nilai Adjusted R² senilai 0,511 mengindikasikan bila 51,1% variasi dalam Kepuasan Tamu bisa digambarkan pada variabel Kualitas Pelayanan, dan sisanya senilai 48,9% didampaki dari indikator lain yang tidak ada pada model penelitian ini.

Dengan begitu, bisa diambil kesimpulan bila Kualitas Pelayanan memberi dampak positif yang signifikan pada Kepuasan Tamu di Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso. Maknanya, setiap peningkatan dalam kualitas pelayanan akan secara langsung berkontribusi pada meningkatnya tingkat kepuasan tamu.

KESIMPULAN

Sesuai output penelitian yang sudah dilaksanakan, bisa diambil kesimpulan bila kualitas pelayanan berdampak secara signifikan pada kepuasan tamu di Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso. Analisis statistik menjelaskan bila semakin tinggi kualitas pelayanan, maka tingkat kepuasan tamu juga akan meningkat. Hal ini didukung oleh output pengujian T dan uji F yang menjelaskan tingkatan signifikansi di bawah 0,05, menandakan adanya dampak yang signifikan. Selain itu, nilai Adjusted R² senilai 0,511 mengindikasikan bila 51,1% variasi dalam kepuasan tamu bisa dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albesta, M. (2018). Dampak Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Warunk Upnormal Kota Malang. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–17.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Dampak kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226-233.
- Ettah, N. P., & Pondaag, J. J. (2019). Dampak Kepercayaan, Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Mobil Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).

- Herlina, H., & Muliani, L. (2020). Dampak Kualitas Pelayanan Food and Beverage Department Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Daily Inn Jakarta. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(2), 74–80. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i2.842>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective*. New York: Pearson Education
- Ofosu-Boateng, I., & Acquaye, P. (2020). Effects of service quality and customer satisfaction on customers' loyalty in the hospitality industry of Ghana. *European Journal of Business and Management Research*, 5(5).
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1988, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, Vol;. 64 (Spring), pp. 12-40.
- Silfia, H. (2019). Dampak kualitas pelayanan Food and Beverage service terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah. *Ayan*, 8(5), 55.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.