

Hubungan Kualitas Pelayanan *Food And Beverage Service* Dan Kepuasan Tamu Di Rumah Makan Mang Kabayan

* Catatan: Sub-judul tidak perlu dimasukkan

Marrio Kusumawidjaja 1st
Program Studi D3 Perhotelan
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
marriok06@gmail.com

Ersy Ervina 2nd
Program Studi D3 Perhotelan
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
ersyervina@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kualitas pelayanan dan kepuasan tamu menjadi faktor kesuksesan dalam menjalani usaha rumah makan. Namun, masih ditemukan keluhan tamu pada permintaan tamu yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan *food and beverage service* dengan kepuasan tamu di Rumah Makan Mang Kabayan. Metode ini menggunakan kuantitatif deskriptif korelasional, data dikumpulkan dengan membagikan kuesioner berbasis skala likert kepada konsumen sebanyak 100 responden yang memiliki pengalaman bersantap di Rumah Makan Mang Kabayan. Data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana dan diuji signifikansi untuk membuktikan hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan *food and beverage service* Di Rumah Makan Mang Kabayan mendapatkan nilai sangat tinggi pada aspek *tangibles*. Namun, pada aspek *reliability* masih ditemukan nilai yang rendah pada kesesuaian permintaan tamu sehingga, perlu ditingkatkan ketepatan waktu dan keakuratan dalam pelayanan. Kepuasan tamu Di Rumah Makan Mang Kabayan secara keseluruhan mendapatkan nilai yang baik. Namun, pada sikap pelayan masih mendapatkan nilai yang rendah sehingga pihak manajemen masih perlu meningkatkan cara berinteraksi pelayan kepada tamu. Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu memiliki peran yang signifikan dan pengaruh terhadap kepuasan tamu, sehingga semakin baik kualitas pelayanan akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan tamu.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Rumah Makan, Masakan Khas Sunda.

I. PENDAHULUAN

Dunia perhotelan sudah menjadi bidang yang penting di sektor pariwisata dan jasa yang berperan aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Di Indonesia. Perhotelan tidak hanya melayani kebutuhan akomodasi untuk tamu, namun juga menyediakan fasilitas tambahan seperti hiburan,

makanan dan minuman, dan layanan spesial untuk tamu agar memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi tamu. Pelayanan yang berkualitas dapat memberikan Kepuasan tamu, meningkatkan kepercayaan, dan mampu meningkatkan usaha restoran tersebut (Ndruru, 2021). Terutama dalam menangani keluhan tamu saat memenuhi permintaan tamu. Kepuasan tamu menjadi salah satu tolok ukur penting dalam menilai sejauh mana sebuah usaha rumah makan berhasil berjalan. Saat tamu merasa puas dan senang dengan layanan yang diberikan, mereka cenderung akan merekomendasikannya kepada kerabat terdekatnya (Liu & Jang, 2009). Penelitian ini berobjek Di Rumah Makan Mang Kabayan karena restoran tersebut sudah berdiri cukup lama sejak tahun 2004 dan sudah memahami perubahan setiap kualitas pelayanan dari zaman dahulu hingga ke zaman yang lebih modern. Mengingat pentingnya peran pelayanan dalam membangun loyalitas tamu membuat urgensi penelitian ini tinggi karena peran layanan membangun daya saing berkelanjutan. Tujuan penelitian ini dirancang untuk mengetahui kualitas pelayanan *food and beverage service* dan kepuasan tamu Di Rumah Makan Mang Kabayan serta hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu disana.

II. KAJIAN TEORI

A. *Food and Beverage Service*

Food and beverage service merupakan departemen yang berperan menyediakan makanan dan minuman yang mencakup hal penting, seperti menyambut tamu, menerima pesanan tamu, hingga menangani keluhan tamu. Tujuan utama layanan adalah memberi pengalaman yang memuaskan, nyaman, dan efisien untuk tamu (Lendeng, J. G. 2019). Namun, menurut Mantjari, Lagarense, & Sangari (2024) *food and beverage service* adalah jasa layanan yang berfokus pada penyajian makanan dan pengalaman bersantap tamu secara keseluruhan yang terdiri dari kebersihan, kecepatan, keramahan, dan kenyamanan.

B. Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah usaha untuk mewujudkan keinginan dan kebutuhan tamu serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan tamu (Permana, D. 2014). Penelitian ini menggunakan konsep SERVQUAL yaitu pendekatan untuk mengukur kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang memusatkan perhatian pada kekurangan antara harapan tamu dan pandangan mereka terhadap pelayanan yang diberikan (Maulida, H. 2012).

Menurut Parasuraman, Zeithaml, Berry (1988) indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. *Tangibles*, terdiri dari penampilan fisik staf dan fasilitas restoran.
2. *Reliability*, kemampuan memberikan pelayanan yang tepat dan konsisten.
3. *Responsiveness*, kesigapan pramusaji untuk membantu tamu.
4. *Assurance*, pengetahuan dan kesopanan staf untuk menumbuhkan rasa kepercayaan kepada tamu.
5. *Empathy*, memperhatikan dan memperdulikan kebutuhan tamu.

C. Konsep Kepuasan Tamu

Menurut Iriawan, H. (2021) kepuasan pelanggan adalah penilaian terhadap produk atau jasa setelah digunakan, yang mencerminkan apakah pelanggan merasa senang atau kecewa.

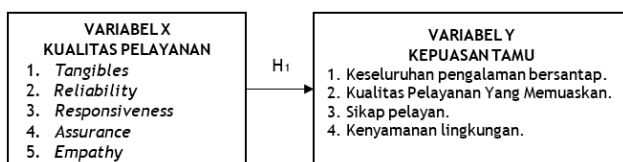
Menurut Hermanto & Nainggolan (2020) beberapa faktor indikator kepuasan tamu yaitu, kepuasan seluruh tamu tidak boleh hanya memberikan kepuasan sebagian saja, kepuasan harus dirasakan oleh seluruh tamu, karena jika perusahaan hanya memberikan setengah dipastikan terdapat suatu masalah. Ulasan tamu, setiap tamu memiliki penilaian individu yang berbeda, mereka diberikan kebebasan untuk menilai terhadap kondisi dan situasi yang ada. Konfirmasi terhadap harapan, saat pelayan menjual suatu produk mereka diwajibkan untuk memiliki komunikasi dengan tamu, salah satunya adalah konfirmasi kembali atas pembelian tamu agar tamu merasa tenang. Minat Kembali, saat seorang tamu merasa puas dengan pengalaman mereka dipastikan tamu tersebut mau Kembali mengunjungi untuk membeli Kembali produk yang dijual.

D. Hubungan Kualitas Pelayanan

Menurut Dayu, W. (2019) mengemukakan bahwa (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) memiliki pengaruh besar dalam membentuk kepuasan tamu. Hubungan positif tercipta karena keandalan pramusaji dan loyalitas tamu, yang dimediasi oleh kepuasan tamu (Supriyanto, A., dkk. 2025).

E. Hipotesis Penelitian

Berikut merupakan hipotesis penelitian



Gambar 1. Hipotesis Penelitian

Sumber: Penulis, 2025

1. Hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan tamu.
2. Hipotesis alternatif (H_1) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan tamu.

III. METODE

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini juga bertujuan menganalisis adanya hubungan atau keterkaitan antara dua variabel tersebut.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Mang Kabayan Cabang Bandung, tepatnya di Jl. Soekarno Hatta No. 487 B, Cijagra, Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat. Waktu pelaksanaan dilakukan pada bulan Juli hingga Agustus 2025 (4 minggu).

C. Populasi dan Sampel

Penelitian ini berfokus pada konsumen yang pernah menikmati hidangan di Rumah Makan Mang Kabayan. Menggunakan *accidental sampling*, yaitu pengambilan data dari konsumen yang bersedia mengisi kuesioner yang memiliki pengalaman berkunjung ke Rumah Makan Mang Kabayan.

Jumlah sampel ditentukan dengan rumus slovin

$$n = \frac{1000}{1 + 1000(0,1)^2} = \frac{1000}{1 + 10} = \frac{11}{1000} \approx 90,91$$

Ukuran sampel (n) = 91 orang, maka dari itu populasi yang dibutuhkan penelitian ini adalah 91 responden. Namun, penelitian akan mengambil sebanyak 100 responden untuk mendapatkan data.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan kepada konsumen, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert 1-5, mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan tamu.

- 1 = Sangat tidak setuju/ Sangat buruk
- 2 = Tidak Setuju/ Buruk
- 3 = Netral/ Cukup
- 4 = Setuju/ Baik
- 5 = Sangat setuju/ Sangat baik

Responden penelitian ini memiliki indikator jenis kelamin laki-laki dan Perempuan, lalu pada indikator usia mulai dari 15-25 tahun, 26-35 tahun, 46-55 tahun, dan >56 tahun. Indikator pekerjaan wiraswasta, pegawai swasta, pegawai negeri, pelajar/mahasiswa, dan lainnya. Pada indikator pendidikan mulai dari SD, SMP, SMA/SMK, diploma, S1, S2, S3, dan lainnya.

Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dkk. (1988) terdiri dari *Tangibles* (Penampilan pelayan), *empathy* (Perhatian pelayan kepada tamu), *reliability* (Keakuratan permintaan tamu), *responsiveness* (pelayan tanggap menghadapi keluhan tamu), dan *assurance* (pelayan mampu menjelaskan produk yang ditawarkan).

Indikator kepuasan tamu menurut Hermanto & Nainggolan (2020) adalah kepuasan tamu yang berkunjung, penilaian tamu mencerminkan situasi dan kondisi yang ada, pelayan mengkonfirmasi Kembali dengan tamu, dan rasa minat Kembali berkunjung.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Hildawati, dkk (2024) proses sistematis yang dilakukan untuk menolah data, memahami, dan menafsirkan data, sehingga data tersebut bisa menjadi informasi yang berguna dan bermakna. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif, teknik analisis deskriptif adalah teknik yang dipergunakan untuk mengolah data dan menyajikan data yang didapatkan, tujuannya untuk memberikan gambaran keadaan atau karakteristik data apa adanya tanpa menarik Kesimpulan menyeluruh (Zakariah, Afriani, & Zakariah, 2020).

Penelitian ini menggunakan regresi sederhana, menurut Nurhaswinda, dkk. (2025) regresi adalah metode sederhana digunakan untuk memperkirakan nilai variabel dengan variabel yang berkaitan dengan berdasarkan nilai variabel bebas hanya menggunakan satu variabel independen.

$$Y = a + bX$$

Maka Y adalah variabel dependen (kepuasan tamu), lalu a adalah konstanta, lalu b adalah koefisien regresi, lalu X adalah variabel independen (kualitas pelayanan).

Penelitian ini menggunakan uji signifikansi parsial (uji t) yang bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan.

$$t = \frac{b}{SEb}$$

Melihat rumus diatas t adalah nilai t hitung, lalu b adalah koefisien regresi variabel independen, lalu se adalah standar error koefisien b.

G. Uji Validasi

Uji validasi digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan sudah tepat dengan yang akan diteliti. Uji validasi pertanyaan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada Tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$) maka dianggap tidak valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dianggap tidak valid (Armasari, N. 2024).

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen memberikan hasil yang konsisten dan stabil saat digunakan berulang kali. Instrumen dianggap reliabel dan apabila hasil pengukuran tidak mengalami perubahan yang signifikan dan memiliki nilai *cronbach's alpha* (George & Mallery, 2003) dengan nilai $\alpha \geq 0,60$ maka instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 1. Nilai Cronbach's Alpha

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
> 0.90	Sangat Tinggi
0,80-0,89	Tinggi

0,70-0,79	Cukup
0,60-0,69	Rendah
< 0,60	Tidak Reliabel

Sumber: George & Mallery, 2003

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

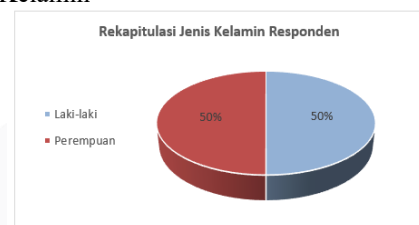
A. Profil Rumah Makan Mang Kabayan

Didirikan pada tahun 2004 oleh tiga saudara yaitu Bapak Robby, Bapak Robert, dan Alm. Bapak Hendra yang sekarang dilanjutkan oleh Ibu Junita, Mengambil cerita rakyat Sunda "Kabayan" yang memiliki makna mang rapihkeun kabanggaan utamikeun layanan yang artinya kebanggaan yang mengutamakan layanan. Restoran ini diciptakan untuk melestarikan kuliner Sunda dan memperkenalkan masakan khas Sunda kepada Masyarakat. Saat ini Rumah Makan Mang Kabayan sudah memiliki 17 cabang tersebar Di Indonesia seperti Di Cibubur, Bekasi, Depok, dan Surabaya.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden mencakup beberapa kategori seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan Pendidikan terakhir.

1. Jenis Kelamin

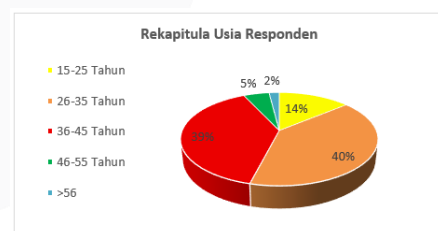


Gambar 2. Rekapitulasi Jenis Kelamin Responden

Sumber: Penulis, 2025

Melihat gambar diatas, bahwa dari 100 responden yang pernah mengunjungi Rumah Makan Mang Kabayan Di Kota Bandung terdapat 50% laki-laki dan 50% Perempuan, artinya restoran ini dikunjungi oleh kedua jenis kelamin yang relatif seimbang.

2. Usia

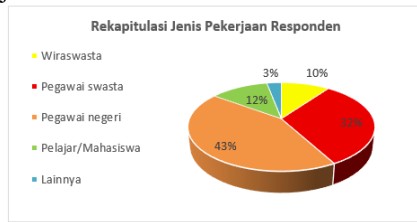


Gambar 3. Rekapitulasi Usia Responden

Sumber: Penulis, 2025

Pada gambar diatas, dari 100 responden yang berkunjung terbanyak di umur 26-35 tahun sebanyak 40%, lalu umur 36-45 tahun sebanyak 39%, lalu umur 15-25 tahun sebanyak 14%, lalu umur 46-55 tahun sebanyak 5%, dan >56 sebanyak 2%. Disimpulkan bahwa mayoritas tamu yang berkunjung berumur 26-35 tahun.

3. Pekerjaan



Gambar 4. Rekapitulasi Jenis Pekerjaan Responden

Sumber: Penulis, 2025

Pada gambar di atas, pekerjaan responden Rumah Makan Mang Kabayan terbanyak adalah pegawai negeri sebanyak 43%, lalu pegawai swasta sebanyak 32%, lalu pelajar atau mahasiswa sebanyak 12%, lalu wiraswasta sebanyak 10% dan, lainnya sebanyak 3%. Disimpulkan bahwa pekerjaan responden bermayoritas pegawai negeri.

4. Pendidikan Terakhir



Gambar 4. Rekapitulasi Pendidikan Terakhir Responden

Sumber: Penulis, 2025

Melihat gambar di atas, responden yang berkunjung memiliki tingkat pendidikan terbanyak yaitu S1 sebesar 69%, lalu S2 dan SMA/SMK memiliki persentase yang sama yaitu 12%, lalu D3 sebesar 6%, dan SMA/SMK sebesar 1%. Yang artinya kebanyakan responden memiliki pendidikan terakhir S1.

C. Kualitas Pelayanan *Food and Beverage Service* Di Rumah Makan Mang Kabayan

Pada penelitian kualitas pelayanan menggunakan indikator *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Sangat Setuju/ Sangat Baik		Setuju/Baik		Netral/ Cukup		Tidak Setuju/ Buruk		Mean Score
		F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Penampilan Pramusaji yang rapi dan profesional.	58	58.00	22	22.0	4	4.0	6	6.0	4.12
2	Pramusaji Memberikan Perhatian Kepada Tamu	19	19.0	64	64.0	3	3.0	10	10.0	3.84
3	Kesesuaian dengan permintaan tamu.	13	13.0	13	13.0	29	29.0	3	3.0	4.20
4	Pramusaji tanggap dalam menanggapi keluhan tamu.	13	13.0	20	20.0	15	15.0	50	50.0	2.92
5	Pramusaji mampu menjelaskan tentang produk yang dijual.	21	21.0	13	13.0	40	40.0	9	9.0	3.12

Sumber: Penulis, 2025

Tabel diatas menunjukkan kualitas pelayanan yang paling memiliki nilai sangat setuju terbesar dari responden adalah penampilan pramusaji (*tangibles*). Namun, nilai trekecil adalah kesesuaian permintaan tamu (*reliability*). Hal ini sejalan dengna teori terdahulu ayng dikemukakan olhe Dayu, W. (2019) bahwa *tangibles* dan *reliability* memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk kepuasan tamu.

D. Kepuasan Tamu Di Rumah Makan Mang Kabayan

Penelitian mengenai kepuasan tamu ini menggunakan beberapa factor kepuasan sebagai indikator kepuasna seluurh tamu, ulasan tamu, konfirmasi terhdap harapan, dan minat Kembali.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Kepuasan Tamu

No	Indikator	Sangat Setuju/Sangat baik		Setuju/ Baik		Netral/ Cukup		Tidak Setuju/ Buruk		Sangat Tidak Setuju		Mean Score
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Kepuasan seluruh tamu	43	43.0	35	25.0	6	6.0	8	8.0	18	18.0	4.07
2	Ulasan tamu	24	24.0	43	43.0	11	11.0	17	17.0	5	5.0	3.64
3	Konfirmasi terhadap pelanggan	21	21.0	20	20.0	32	32.0	7	7.0	20	20.0	3.15
4	Minat Kembali	19	19.0	24	24.0	10	10.0	38	38.0	9	9.0	3.06

Sumber: Penulis, 2025

Hasil penelitian dari kepuasan seluruh tamu menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat baik dengan pengalaman tamu yang berkunjung. Namun, responden menilai konfirmasi terhadap pelanggan sangat buruk. Hasil ini sesuai edngan Haryanti, N., & Baqi, D. A. (2019) kepuasan adalha rsepon emosoinal trehadap pngalaman konsumis sautu prodku atua jaas.

E. Hubungan Kualitas Pelayanan *Food and Beverage Service* Terhadap Kepuasan Tamu Di Rimah Makan Mang Kabayan

Penelitian ini menggunakan analisis korelasi untuk mengetahui hubungan dna seberapa kuat antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan tamu (Y) dan, menggunakan uji signifikansi untuk menetukna hubungan antara dua variabel yang diteliti ada benarnya. Dsaar pengambilna Keputuasn uji regersi sederhana mnegacu pada:

1. Nilia signifikanssi $<0,05$ artinya varibel X berpengaruh terhadap varaibel Y
2. Nilai signifikansi $>0,05$ artinya variabel X tdiak brepengaruh terhadap variabel Y

Tabel 4. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 ^a	0,707	0,705	0,35902

Sumber: Penulis 2025

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Tabel diatas menunjukkan bahwa bswarnya nilai korelasi (R) yatiu sebesar 0,841. Darii *output* teresbut dperoleh koefisiesi detrminasi (*R Square*) sebesar 0,707 yang artinya bahwa kualitas pelayanan *food and beverage service* memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan tamu.

Tabel 5. *Anova*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,321	0,202		1,589	0,115
Kualitas Pelayanan	0,926	0,060	0,841	15,396	0,000

Sumber: Penulis, 2025

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Tamu

b. *Predictors: (Constant)*, Kualitas Pelayanan

Melihat tabel diatas diketahui bahwa nilai F hitung = 237,038 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka model *anova* dapat dipakai untuk memprediksi variabel dengan variabel lain, ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 6. *Coefficients*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,321	0,202		1,589	0,115
Kualitas Pelayanan	0,926	0,060	0,841	15,396	0,000

Sumber: Penulis, 2025

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi sederhananya adalah:

$$Y = 0,321 + 0,926X$$

Nilai koefisien regresi sebesar B = 0,926 yang mengindikasikan setiap kenaikan 1 poin pada kualitas pelayanan maka ada peningkatan nilai kepuasan sebanyak 0,926 satuan. Nilai t untuk variabel kualitas pelayanan adalah 15,396 dengan nilai Sig. 0,000. Karena nilai Sig. < 0,05, maka H1 diterima sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Oleh karena itu, hasil uji t membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan tamu.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diukur dan reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen ketika digunakan berulang.

1. Uji Validitas

Tingkat validitas diukur dengan membandingkan nilai hitung r dengan nilai tabel r untuk *degree of freedom* (df) = n-k dengan *alpha* 0,05. Penelitian ini diuji dengan korelasi Pearson antara skor jawaban responden setiap pertanyaan dengan skor total jawaban responden. Indikator dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel dan tingkat signifikansi 0,1.

$$(df) = n-2$$

Keterangan:

a. n = jumlah sampel

Maka:

$$(df) = 100-2 \\ = 98 (0,1654)$$

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

No	Indikator		r hitung	kondisi	r tabel	Keterangan
1	Tangibles	Indikator X1	0,420	>	0,1654	Valid
	Empathy	Indikator X2	0,494	>	0,1654	Valid
	Reliability	Indikator X3	0,616	>	0,1654	Valid
	Responsiveness	Indikator X4	0,684	>	0,1654	Valid
	Assurance	Indikator X5	0,640	>	0,1654	Valid
2	Kepuasan Seluruh tamu	Indikator Y1	0,297	>	0,1654	Valid
	Ulasan Tamu	Indikator Y2	0,662	>	0,1654	Valid
	Konfirmasi Terhadap Harapan	Indikator Y3	0,513	>	0,1654	Valid
	Minat Kembali	Indikator Y4	0,527	>	0,1654	Valid

Sumber: Penulis, 2025

Dari tabel diatas, hasil uji validitas sebagian besar variabel yang digunakan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,1654. Kesimpulannya, bahwa sebagian besar indikator sudah dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur indikator variabel pada kuesioner. Pengukuran ini menggunakan nilai *cronbach alpha* dan dapat dinyatakan reliabel apabila nilai > 0,60.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,633	8

Sumber: Penulis, 2025

Melihat tabel diatas menunjukkan bahwa uji reliabilitas masih rendah namun masih dapat diterima untuk penelitian. Artinya, kuesioner cukup konsisten namun masih ada beberapa pertanyaan yang kurang mendukung.

V. KESIMPULAN

Kualitas Pelayanan *food and beverage service* Di Rumah Makan Mang Kabayan mendapatkan penilaian sangat besar di aspek penampilan pelayan (*tangibles*), terbukti dengan nilai sangat setuju yang tinggi dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa faktor penampilan dan kerapian pelayan memiliki faktor penting dalam menilai kualitas pelayanan. Namun, pada aspek keakuratan permintaan tamu (*reliability*) masih mendapatkan nilai yang sangat rendah, menandakan bahwa pemenuhan permintaan tamu masih perlu ditingkatkan lagi dari akurasi dan tepat waktu pelayan.

Tamu sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan tanggapan yang diberikan cukup baik. Meski begitu, Konfirmasi terhadap pelanggan masih dinilai kurang memuaskan, dan rasa minat untuk kembali belum

tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perlunya peningkatan komunikasi dan kualitas pelayanan.

Hasil dari regresi sederhana membuktikan bahwa kualitas pelayanan *food and beverage service* memiliki peran yang signifikan dan pengaruh terhadap kepuasan tamu, sehingga semakin baik kualitas pelayanan akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan tamu. Hasil uji signifikansi melalui analisis *anova* dan uji *t* memperkuat temuan tersebut dengan hasil konsisten yang jelas, yakni menunjukkan hubungan positif antara kualitas pelayanan *food and beverage service* dan kepuasan tamu. Hal ini menegaskan peningkatan kualitas pelayanan dari aspek sikap, kecepatan, dan ketepatan pelayan dapat meningkatkan kepuasan tamu secara menyeluruh.

REFERENSI

Electronic References

1. D. Dayu, *Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Jaminan, Daya Tanggap dan Empati Terhadap Kepuasan Konsumen pada Minimarket 212 di Kota Medan*, Tesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019.
2. D. George dan P. Mallery, *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*, 4th ed., Allyn & Bacon, 2003.
3. N. Haryanti dan D. A. Baqi, "Strategi service quality sebagai media dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan," *Journal of Sharia Economics*, vol. 1, no. 2, pp. 101–128, 2019.
4. Heng, Istefa Suci Andari Putri, Ersy Ervina, Umi Sumarsih, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di upscale hotel di kota Bandung*, FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Vol. 25 No. 3, 2023.
5. Hildawati et al., *Buku ajar metodologi penelitian kuantitatif & aplikasi pengolahan analisa data statistik*, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
6. Iriawan, *Manajemen merek & kepuasan pelanggan*, Penerbit NEM, 2021.
7. Y. Liu dan S. C. Jang, "Perceptions of Chinese restaurants in the U.S.: What affects customer satisfaction and behavioral intentions?," *International Journal of Hospitality Management*, vol. 28, no. 3, pp. 338–348, 2009, doi: 10.1016/j.ijhm.2008.10.008.
8. J. G. Lendeng, *Analisis pengaruh profesionalisme waiter/waitress terhadap tingkat kepuasan tamu di Citi Café Hotel Cititel Mid Valley Kuala Lumpur*, Skripsi, Politeknik Negeri Manado, 2019.
9. H. Maulida, *Hubungan trait kepribadian big five kepuasan pengguna atas kualitas layanan Perpustakaan Utama UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2012.
10. J. Mantjari, B. E. S. Lagarense, dan F. Sangari, "Optimizing the Role of Food & Beverage Services in Increasing Guest Satisfaction at the Suku Restaurant, Conrad Bali," *HOSPITALITY AND TOURISM*, vol. 7, no. 2, pp. 41–52, 2024.
11. H. O. Ndruru, "Harapan Otomosi Ndruru Pengaruh Lokasi Usaha dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Suang di Kecamatan Lahusa Kabupaten Nias Selatan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, vol. 4, no. SE-Articles, 2021. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/292>
12. I. S. A. P. Heng, E. Ervina, dan U. Sumarsih, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di upscale hotel di kota Bandung," **Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi**, vol. 25, no. 3, pp. 534–545, 2023.
13. N. Nurhaswinda et al., "Analisis regresi linier sederhana dan penerapannya," *Jurnal Cahaya Nusantara*, vol. 1, no. 2, pp. 69–78, 2025.
14. D. Permana, *Kontribusi harga, produk, kebersihan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Steak and Shake di Sleman*, Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2014.
15. Supriyanto, M. S. Erstiawan, T. Soebijono, dan D. Angesti, "Service quality and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction in cafes," *GREENOMIKA*, vol. 7, no. 1, pp. 29–42, 2025.
16. M. A. Zakariah, V. Afriani, dan K. M. Zakariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development (R n D)*, Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka, 2020.