

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ALL DAY DINNING RESTORAN HOTEL MIDTOWN RESIDENCE SURABAYA

Filomena Emilia Putri Ade<sup>1</sup>, Deograsias Yoseph Y.F<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Darma Cendika

\*Corresponding Author: [deograsias.yoseph@ukdc.ac.id](mailto:deograsias.yoseph@ukdc.ac.id)

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to examine the effects of service quality, product quality, and facilities on customer satisfaction at the All Day Dining Restaurant of Hotel Midtown Residence Surabaya. The sample in this study consisted of 75 respondents who had made purchases at least twice at the All Day Dining Restaurant of Hotel Midtown Residence Surabaya. Data were collected through the distribution of questionnaires, while data analysis was conducted using SPSS version 26. All questionnaire items were declared valid, as all items had a calculated correlation coefficient (r-count) greater than the r-table value of 0.227. Likewise, all variables in this study were declared reliable, as each variable had a Cronbach's alpha value greater than 0.60; therefore, all research variables were considered reliable. This study also conducted classical assumption tests, and the results indicated that the regression model met the normality assumption, showed no symptoms of multicollinearity among the independent variables, and did not experience heteroskedasticity problems. The multiple linear regression equation obtained was  $Y = 1.161 + 0.255X_1 + 0.137X_2 + 0.155X_3$ . The results of the t-test showed that service quality had a t-value of 4.534, which was greater than the t-table value of 1.993, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , indicating that service quality has a significant effect on customer satisfaction. Product quality had a t-value of 2.078, which was greater than the t-table value of 1.993, with a significance value of  $0.041 < 0.05$ , indicating a significant effect on customer satisfaction. Furthermore, facilities had a t-value of 2.459, which was greater than the t-table value of 1.993, with a significance value of  $0.016 < 0.05$ , indicating that facilities also have a significant effect on customer satisfaction at the All Day Dining Restaurant of Hotel Midtown Residence Surabaya.*

**Keywords:** Service Quality, Product Quality, Facilities, Customer Satisfaction.

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada All Day Dining Restaurant Hotel Midtown Residence Surabaya. Sampel yang digunakan sebanyak 75 responden yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali di All Day Dining Restaurant Hotel Midtown Residence Surabaya. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS versi 26. Seluruh item pernyataan dinyatakan valid, karena seluruh item pernyataan memiliki  $r$  hitung  $> r$  tabel 0,227. Begitu pula seluruh variabel pada penelitian dinyatakan reliabel, karena semua variabel memiliki cronbach alpha  $> 0,60$  sehingga semua variabel penelitian dinyatakan reliabel. Penelitian ini juga melakukan uji asumsi klasik, dengan hasil bahwa model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas, tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen, dan model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Persamaan regresi linear berganda adalah  $Y = 1,161 + 0,255X_1 + 0,137X_2 + 0,155X_3$ . Hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai  $t$  hitung sebesar  $4,534 > t$  tabel 1,993, dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk memiliki nilai  $t$  hitung sebesar  $2,078 > t$  tabel 1,993 dan signifikansi  $0,041 < 0,05$ , sehingga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel fasilitas memiliki nilai  $t$  hitung sebesar  $2,459 > t$  tabel 1,993 dan signifikansi  $0,016 < 0,05$ , yang berarti fasilitas juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada All Day Dining Restaurant Hotel Midtown Residence Surabaya.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Fasilitas, Kepuasan Konsumen.

### **PENDAHULUAN**

Bisnis restoran di Indonesia merupakan salah satu bisnis yang memiliki prospek yang cukup bagus (Aisyah dan Tuti, 2022). sebagai sarana untuk memuaskan rasa lapar dan haus serta menikmati suasanaanya, restoran terus mengalami perkembangan seiring dengan perubahan zaman. Seiring meningkatnya kebutuhan konsumen, restoran dituntut untuk beradaptasi untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dalam memberikan pengalaman bersantap yang menyenangkan. Saat ini beberapa restoran secara inovatif telah menyajikan berbagai menu yang menarik dan otentik. Restoran yang menciptakan hidangan yang kreatif dan inovatif dapat membedakan diri dari pesaing (Aisyah dan Tuti, 2022).

Menurut Carolina (2019) restoran yang terus bertambah jumlahnya di Surabaya dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat, karena dapat memudahkan masyarakat Surabaya untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman diluar rumah. Restoran yang terus meningkat jumlahnya dinilai kurang menguntungkan bagi pemilik restoran di karenakan akan meningkatkan tingkat persaingan. Hal ini membuat para pemilik restoran untuk lebih berpikir kritis, kreatif, dan inovatif, agar dapat menjaga konsumen tidak beralih ke pesaing yang

lain. Salah satu restoran yang ada di kota Surabaya adalah *All Day Dinning* Restoran Hotel Midtown Residence.

Rahayu *et al.*, (2022) mengatakan dengan bertambahnya jumlah tamu direstoran identik dengan kepuasan konsumen, karena dengan mendapatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen. sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang pada restoran tersebut. Konsumen yang merasa puas akan memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap perusahaan dan cenderung tetap setia tanpa berpindah ketempat lain bahkan, konsumen turut mempromosikan perusahaan tersebut kepada keluarga, teman, atau calon pelanggan lainnya agar menggunakan produk yang ditawarkan Tirtayasa *et al.*, (2021).

Menurut Fauzi dan Suryani (2020) kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dimana konsumen merumuskan hasil perbandingan antara harapan suatu produk atau layanan dengan terimanya persepsi kinerja pelayan. Hasil penelitian dari Sari dan Indriyani (2022); menunjukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, penelitian dari Hayani (2021); menunjukan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Adapun hasil penelitian oleh Andriyani dan Ardianto (2020) menyatakan hal yang berbeda yaitu bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Konsumen biasanya menginginkan produk yang dibelinya memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan Amir (2018). Kualitas produk menjadi faktor paling penting untuk memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu *All Day Dinning* Restoran menyediakan beragam pilihan makanan dengan variasi harga, mulai dari yang paling terjangkau hingga yang premium. Kualitas produk yang ditawarkan akan memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih barang atau jasa, serta menjadi pembeda antara satu produk dengan produk lainnya/ Hasil olahan makanan dan minuman yang memiliki kualitas yang baik akan meningkatkan pengambilan keputusan (Kotler dan Keller, 2023)). Penelitian yang dilakukan Sayedi *et.al.*, (2023) menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bansaleng *et.al.*, (2021) bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen dapat dipenuhi oleh perusahaan ketika memperhatikan fasilitas yang diberikan kepada konsumen serta apa saja yang diterima oleh konsumen melalui fasilitas tersebut. Hasil penelitian Maulidiah *et.al.*, (2023) menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. penelitian yang dilakukan oleh Hadi *et.al.*, (2024) mengatakan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Siregar *et.al.*, (2022) fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian di atas, ditemukan adanya fenomena, data dan inkonsistensi pada penelitian terdahulu, yang menyebabkan penelitian ini layak untuk diteliti kembali. Maka, berdasarkan uraian penjelasan dan permasalahan di atas penelitian tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut dengan judul, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas

Produk, dan fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *All Day Dinning* Restoran Hotel Midtown Residence Surabaya.

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *All Day Dinning* Hotel Restoran Midtown Residence Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada *All Day Dinning* Restoran Hotel Midtown Residence Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada *All Day Dinning* Restoran Hotel Midtown Surabaya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Febrini *et al.*, (2019) kepuasan konsumen adalah tata cara keseluruhan dari suatu produk atau jasa setelah diperoleh dan digunakan. Menurut Husein Umar (2021) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang terima dan harapannya. Menurut Widodo dan Zulianto (2020) kepuasan konsumen merupakan rasa yang diciptakan dari penilaian atas pengalaman dan pembelian dan pemakaian produk. Menurut Indrasari (2019) terdapat 3 indikator kepuasan konsumen.

1. Sesuai dengan ekspektasi eplanggan, yaitu sesuatu yang berhubungan dengan kemampuan barang dan jasa yang dirasakan konsumen dalam pemenuhan ekspektsi pelanggan.
2. *Repurchase intension*, yaitu intensi pelanggan dalam melakukan pembelian kembali atas barang atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penyedia barang/jasa
3. Rekomendasi ke orang lain, yaitu ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan kembali kepada orang lain atas hasil yang diperoleh setelah merasakan jasa.barang.

### **Kualitas Pelayanan**

Azwar (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah *research* konsumen terhadap sesuatu layanan yang diperoleh dengan layanan yang diekspetasikan pelanggan..Sedangkan Hamirul (2020) memberi pengertian bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan kualitas antara kualitas yang diekspetasikan dan realitas yang diterima. Menurut Zusmawati *et al.*, (2023) kualitas pelayanan adalah nilai yang diberikan oleh konsumen di pasar sasaran (*target market*).

Menurut Jeany dan Siagan (2020) terdapat beberapa indikator dalam mengukur suatu kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. *Tangible*  
Yaitu kualitas layanana yang berbentuk fisik dan dapat diraba seperti perkantoran, komputerisasi sebuah administrasi, ruang tunggu, dan tempat infomasi.
2. *Reliability*  
Yaitu sebuah keandalan yang dirasakan oleh pelanggan.

3. *Responsiveness*

Yaitu kecepatan respon untuk membantu dan menyelesaikan masalah pelanggan.

4. *Assurance*

Yaitu sebuah usaha yang dilakukan untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen.

5. *Empathy*

Yaitu sebuah perilaku yang focus untuk memperhatikan kebutuhan konsumen

### **Kualitas Produk**

Menurut Sinulingga (2021) kualitas produk merupakan elemen usaha yang dilihat oleh pelanggan untuk kemudian diberikan sebuah apresiasi dalam bentuk penilaian. Sedangkan Ariani dan Oetama (2023) menyatakan bahwa kualitas produk adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk mencapai ekspektasi pelanggan berdasarkan standar kualitas yang telah ditentukan dan diketahui oleh pelanggan. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Owusu dalam Yulianto dan Prabowo (2024) terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk yaitu:

1. *Performance* yaitu sejauh mana produk dapat memperlihatkan fungsi dan manfaatnya dengan baik kepada pelanggan.
2. *Feature* yaitu suatu elemen dari produk yang bertujuan untuk menambah nilai dan daya Tarik bagi konsumen.
3. *Conformance to specification* yaitu sebuah ukuran yang menyandingkan produk tertentu dengan standar yang telah ditetapkan.
4. *Reliability* yaitu sebuah keandalan sebuah produk yang bertahan dalam waktu tertentu
5. *Durability* yaitu fungsi pada suatu produk yang diukur dalam jangka waktu tertentu

### **Fasilitas**

Menurut Danamik (2019) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar suatu usaha atau kegiatan. Menurut Gustomo dan Wahyuni (2022) fasilitas adalah hal-hal yang berguna atau bermanfaat, yang berfungsi untuk mempermudah suatu kegiatan. Menurut Dedy dan Alfandy (2022) fasilitas adalah suatu bagian yang tampak yang menyertai pada produk yang ditawarkan oleh industri. Menurut Munawir (2018) indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur fasilitas diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Pertimbangan dan perencanaan*  
Yaitu aspek-aspek yang dibuat sebagai bahan pertimbangan bagi produk yang akan dibuat
2. *Perencanaan ruang*  
Yaitu persiapan arsitektur ruangan, contohnya peletakan sofa di dalam kantor, dan perlengkapan dalam perusahaan.
3. *Perlengkapan atau perabotan*

Yaitu mempunyai manfaat seperti yang biasa digunakan untuk alat yang memberi rasa aman, atau juga pasarana.

4. Tata cahaya dan warna

Yaitu penataan warna ialah pemanfaat cahaya dan warna ruangan agar sesuai dengan tujuan usaha.

5. Unsur pendukung

Yaitu unsur yang diciptakan pelaku usaha untuk mendukung kualitas usaha agar sesuai dengan ekspektasi konsumen.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali pada All Day Dinning Restoran Hotel Midtown Residence Surabaya. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah tamu yang pernah berkunjung pada All Day Dinning Restoran Hotel Midtown Residence Surabaya dengan kisaran umur 17 tahun ke atas yang telah melakukan pembelian produk pada All Day Dinning Restoran. Adapun identitas responden dalam kuesioner yaitu seperti: jenis kelamin dan usia. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Penentuan sampel pada penelitian ini berdasarkan pada Ferdinand (2013:171) yang menyatakan dalam penentuan sampel ditentukan sebanyak 25 kali variabel independen. Total jumlah sampel sebanyak 75 responden.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Tujuan uji validitas adaah uji yang dilakukan untuk menilai ketepatan item pertanyaan yang disebarkan melalui kuesioner.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

No	Variabel	R tabel	R hitung	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan X1	0,227	0,713	VALID
		0,227	0,739	VALID
		0,227	0,747	VALID
		0,227	0,752	VALID
		0,227	0,758	VALID
2.	Kualitas Produk X2	0,227	0,785	VALID
		0,227	0,764	VALID
		0,227	0,681	VALID
		0,227	0,782	VALID
		0,227	0,733	VALID
3.	Fasilitas X3	0,227	0,801	VALID
		0,227	0,782	VALID
		0,227	0,789	VALID
		0,227	0,795	VALID

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ALL DAY DINNING RESTORAN HOTEL MIDTOWN RESIDENCE SURABAYA**

Filomena Emilia Putri Ade, Deograsias Yoseph Y.F

		0,227	0,812	VALID
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	0,227	0,740	VALID
		0,227	0,808	VALID
		0,227	0,782	VALID

Berdasarkan rumus dalam perhitungan r tabel, maka nilai r tabel dalam penelitian ini yaitu 0,227. Hasil dari proses perhitungan uji validitas pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini memiliki  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  0,227 sehingga dinyatakan valid

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instren dan kehandalan sebuah instrumen.

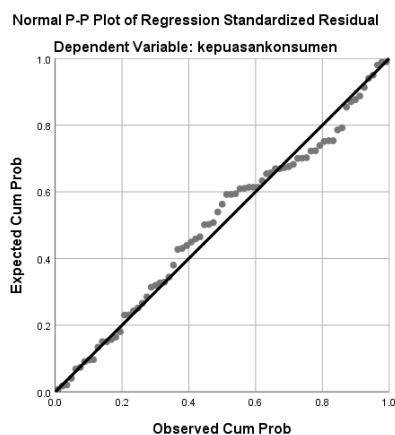
**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
1.	Kualitas pelayanan (X1)	0,672
2.	Kualitas produk (X2)	0,792
3.	Fasilitas(X3)	0,804
4.	Kapuasan Konsumen (Y)	0,853

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 seluruhnya memiliki *cronbach alpha* > 0,60 sehingga semua variabel penelitian berada pada hasil yang *reliable* sehingga peneliti dapat melanjutkannya ke tahap analisis berikutnya.

### Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan model grafik histogram. Ketika data sudah menyebar dan telah mengikuti garis diagonal, maka model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah hasil uji normalitas



**Gambar 1.** Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui adanya model regresi yang telah memenuhi asumsi normalitas karena data residual tersebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada P-P Plot

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan dan digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan atau tidak pada variabel independen. Berikut adalah hasil Uji Multikolinieritas.

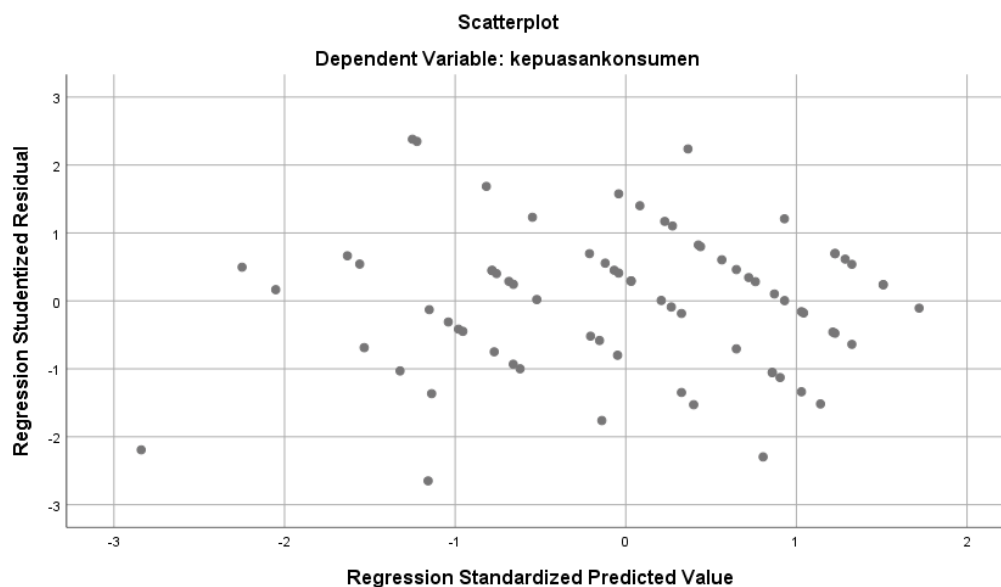
**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	<i>Collinearity Statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Kualitas Pelayanan	0,451	2,216
Kualitaa Produk	0,312	3,202
Fasilitas	0,284	3,519

Berdasarkan pada Tabel 3 maka diketahui bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas,

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan dan digunakan untuk mengetahui adanya ketidaktepatan antara redisual oleh pengamatan melalui model regresi.



**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Hasil perolehan dari uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat di ketahui dari *scatter plot*. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas yang tampak dari titik tersebar tidak merata.



### Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh besar variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi linier pada penelitian ini dapat diketahui dari tabel koefisien hasil olahan data SPSS seperti berikut.

**Tabel 4.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	1.161	.639
Kualitas pelayanan	.255	.056
Kualitas produk	.137	.066
Fasilitas	.155	.063
a. Dependent Kepuasan konsumen		

Berdasarkan perhitungan pada tabel regresi linear berganda yang terdapat pada tabel 4 dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = 1,161 + 0,255 (X_1) + 0,137 (X_2) + 0,155 (X_3) \quad X^3$$

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan pada penelitian ini untuk melihat kontribusi variabel x terhadap variabel y. Besarnya nilai  $R^2$  dapat dijelaskan melalui Tabel 5.

**Tabel 5.** Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 <sup>a</sup>	.727	.716	867

Jika dilihat dari hasil Tabel 5 maka kontribusi variabel X terhadap variabel Y sebesar 71,6% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

### Uji t

Uji t digunakan untuk melakukan pengujian sejauh mana variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen.

**Tabel 6.** Uji t

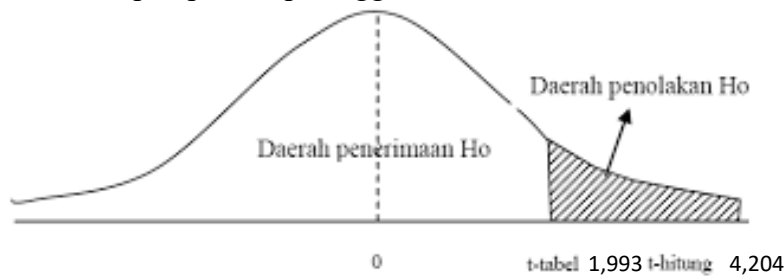
Keterangan		t	Sig.
1	(Constant)	1.819	.073
	Kualitas pelayanan	4.554	.000
	Kualitas produk	2.088	.040
	Fasilitas	2.457	.016

## PEMBAHASAN

Berdasarkan Tabel 6 dapat dijelaskan hubungan pada setiap variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

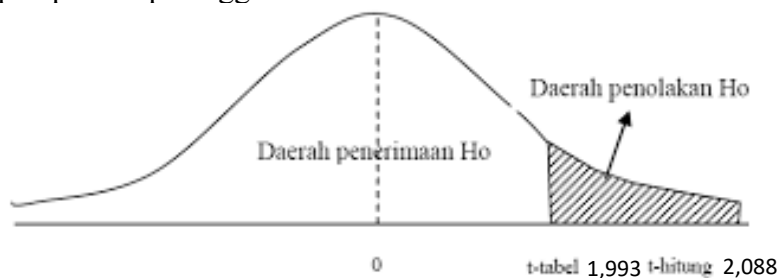
### Hubungan Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y)

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah jika dilihat dari hasil uji t maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



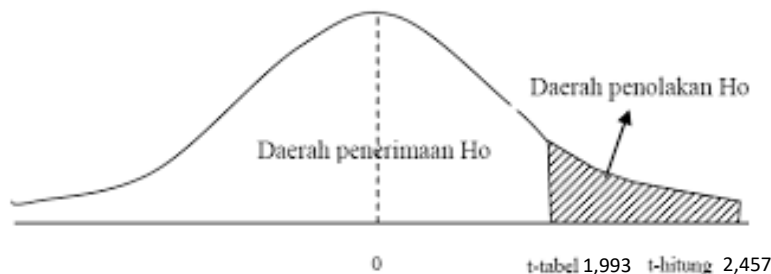
### Hubungan Kualitas Produk (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y)

Hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen adalah jika dilihat dari hasil t maka kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



### Hubungan Fasilitas (X3) dengan Kepuasan Konsumen

Hubungan antara fasilitas dengan kepuasan konsumen adalah jika dilihat dari hasil t maka fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data pada *All Day Dinning* Restoran Hotel Midtown Residence Surabaya, studi kasus pada pengunjung *All Day Dinning* Restoran yang sudah melakukan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *All Day Dining* Restoran Hotel Midtown Residence Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, seperti keramahan, ketepatan waktu, dan keandalan staf restoran, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk yang dijual pada *restoran all-day dining* sudah memiliki kualitas produk yang baik..
3. Fasilitas (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas *restoran all-day dining* seperti tata ruang, pencahayaan, perlengkapan, serta dukungan seperti area parkir dan koneksi internet memberikan kenyamanan bagi konsumen yang turut memperkuat pengalaman positif mereka saat berkunjung ke restoran.

## **SARAN**

1. Peneliti menyarankan agar *All Day Dining Restaurant* meningkatkan kualitas pelayanan dengan menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) yang wajib dipatuhi oleh seluruh pelayan. Selain itu, pihak restoran juga perlu menyelenggarakan pelatihan secara berkala bagi seluruh staf, khususnya dalam hal keramahan, kecepatan layanan, dan ketepatan dalam pemesanan. Peneliti menyarankan agar *All Day Dining Restaurant* menjaga kualitas yang baik pada produk yang dijual dengan cara menggunakan bahan baku berkualitas dan memastikan bahan baku yang digunakan segar, higienis, dan bebas pestisida agar konsumen merasa puas. Variasi menu makanan perlu terus diperbarui dan disesuaikan dengan selera konsumen yang beragam.
2. Peneliti memiliki saran untuk *All Day Dining Restaurant*, yaitu perlu memastikan kenyamanan dari aspek pencahayaan, tata ruang, kebersihan, serta ketersediaan fasilitas pendukung seperti toilet, parkir, dan wifi. Penataan interior dan elemen estetika lainnya seperti warna, tekstur, dan dekorasi juga perlu diperbaharui secara berkala untuk menciptakan suasana yang segar dan nyaman.
3. Peneliti memiliki saran bagi *All Day Dining Restoran* untuk selalu berupaya menjaga kualitas pelayanan yang akurat dan tepat waktu, kualitas produk yang dijual, serta fasilitas yang akan menunjang kenyamanan konsumen saat berkunjung. Maka dari itu konsumen akan selalu memiliki rasa puas yang tinggi terhadap *All Day Dining Restaurant* dan tidak akan memiliki niat untuk berpindah ke restoran yang lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aisyah, Ria Siti, and Meylani Tuti (2022). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe's Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar." *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis* 25.2 (2022): 168-179

- Amir, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt. Genius Alva Makassar. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 15(3).
- Andriyani, M., & Ardianto, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction) Pendahuluan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(02), 135
- Ariani, S., & Oetama, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Percetakan M2 di Sampit. *E-Jurnal (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 156–164.
- Astuti, S. P., dan Tim Laboratorium FEBI. (2019). *Modul Praktikum Statistika*.
- Azwar (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(2), 47-56.
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampanewas, J. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3).
- Carolina, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, pada Kepuasan Konsumen K-sushi. *Agora*, 7(2), 287136.
- Danamik (2019), Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Jombang Cabang Ngoro. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 327-338.
- Dedy & Alfandy, (2022). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Hotel (Studi Pada Hotel Nagoya Hill Batam). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1227-1237.
- Duli, N., (2019), *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep Dasar untuk Penulisan skripsi dan Analisa dengan SPSS*, Edisi ke 1, Penerbit Deepublish CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Fauzi dan Suryani (2020). Pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepercayaan pada loyalitas konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13-24.
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35-54.
- Ferdinand. Augusty, (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali (2019). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*” Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Faza, H., & Ariantie, F. (2019). Analisis permintaan objek wisata Hutan Tinjomoyo Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(1). Retrieved from

- Gustomo, R. P., & Wahyuni, D. U. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Panji Sport Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(10).
- Hadi, B. P., Sidanti, H., & Apriyanti, A. (2024, September). Pengaruh Dukungan Pemerintah, Persepsi Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pedagang Kaki Lima. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 6).
- Hamirul (2020). *Good governance dalam perspektif kualitas pelayanan*. Penerbit CV. Pustaka Learning Center. Bandung, 8(12), 2020.
- Hayani, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kaizar Lahat. *GEMA: Journal of Gentiaras Management and Accounting*, 13(2), 85-94.
- Husein Umar (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan. *Productivity*, 2(2), 92-97.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan (Edisi ke-1)*. Unitomo Press.
- Jeany & Mauli, S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Relationship Marketing, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Sultra Cabang Pembantu Sao. Sao Kendari. *Thesis*. Batam: Universitas Putera Batam.
- Kotler dan Keller (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Kacang Garuda di Kabupaten Brebes. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 1-15..
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727-737.
- Munawir, 2018, Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Teno Sukses Abadi Dikota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Nurchahyo, A. (2018). Peran digital marketing dan harga kompetitif terhadap keputusan berlangganan indihome. *Relevance: Journal of Management and Business*, 1(1), 15-34
- Owusu dalam Yulianto (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Kacang Garuda di Kabupaten Brebes. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 1-15.
- Rahayu, E., Adilase, B. P., Subrata, G., & Yuliamir, H. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Banquet Awan Sewu Hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(1), 82-91.
- Sari, N. A., & Indriyani, S. (2022). Pengaruh Syariah Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Bandar Lampung. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(1).

- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83-92.
- Setiawan, D. A., Husen, I. A., Yuliansyah, R., & Wasif, S. K. (2022). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen Gojek (studi kasus ini di wilayah kelurahan Cipinan Besar Utara). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9), 3131-3148.
- Setiawan, M. K. (2024). Pengaruh ketepatan Waktu, Rating, dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Barang Pada Aplikasi Shopee (*Doctoral dissertation*, 021008 Universitas Tridianti).
- Sinulingga, Ely. 2021. Kualitas Produk Furniture Dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Angkasa Perabot Home Furniture). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 19-25.
- Siregar, N., & Elfikri, M. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). *SOSEK: Jurnal Sosial dan Ekonomi*, 3(1), 1-9.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. 5(1), *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, Vol 5,
- Widodo, J., & Zulianto, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar Simpati Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Angkatan 2015-2017). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 166-170.
- Yulianto, Alilham Yudha., Prabowo, Rokh, Eddy.(2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Tik Tok Shop. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 7(1), 972-982
- Pembelian di TikTok Shop (Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Semarang
- Yulita, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Grand Hawaii Hotel Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 115-124.
- Zusmawati, M., Magdalena, M., Fernos, J., & Ramadhani, A. S. (2023). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank Syariah*. *Economics and Digital Business Review* 4(1), 478