



# Kualitas Pelayanan Pramusaji di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang

Finana Syukri <sup>1\*</sup>, Lise Asnur <sup>2</sup> 

<sup>1,2</sup> Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received August 18, 2021

Revised August 19, 2021

Accepted January 23, 2022

Available online July 25, 2022

### Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Pramusaji, Café, Hotel

### Keywords:

Service Quality, Waiter, Café, Hotel



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2022 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan pramusaji di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang. Penelitian ini dilatar belakangi karena adanya pelayanan yang diberikan pramusaji yang tidak disenangi oleh tamu. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif dengan metode *survey* dengan jumlah responden sebanyak 97 orang tamu Muaro Terrace Cafe. Teknik data yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan jenis penelitian *incidental sampling*. Hasil penelitian yang dilakukan, maka disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan pramusaji di Muaro Terrace Cafe secara keseluruhan dapat digolongkan pada kategori sangat tidak baik dengan skor tingkat capaian responden TCR 68,965% dengan kategori Baik. Ditinjau dari indikator *tangible* memperoleh skor TCR sebesar 421 % dengan kategori sangat tidak baik, indikator *empathy* memperoleh TCR sebesar 559% dengan kategori sangat tidak baik, indikator *responsiveness* memperoleh skor TCR sebesar 432% dengan kategori kurang baik, indikator *reliability* memperoleh TCR sebesar 581% dengan kategori sangat tidak baik, indikator *assurance* memperoleh skor TCR sebesar 269% dengan kategori cukup baik.

## ABSTRACT

This research was conducted with the aim of describing the service quality of waiters at Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang. This research is motivated by the service provided by the waiter who is not liked by the guest. The type of research used is descriptive quantitative survey method with the number of respondents as many as 97 guests of Muaro Terrace Cafe. The data technique used in sampling is non-probability sampling with incidental sampling. The results of the research conducted, it is concluded that the variable service quality of the waiters at Muaro Terrace Cafe as a whole can be classified in the very bad category with a score of 68.965% TCR respondents' achievement level in the Good category. In terms of tangible indicators, the TCR score is 421% in the very bad category, the empathy indicator gets a TCR of 559% in the very bad category, the responsiveness indicator gets a TCR score of 432% in the poor category, the reliability indicator gets a TCR of 581% with very poor category, the assurance indicator obtained a TCR score of 269% with a fairly good category.

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sektor industri yang berkembang dengan sangat pesat saat ini (Adnyana, 2020). Hal ini menyebabkan pemerintah daerah dan pusat di Indonesia gencar dalam sektor pariwisata (Reza, 2020). Pariwisata merupakan jasa yang menyelenggarakan serta menyediakan kegiatan, usaha lain yang terkait dengan bidang tersebut, usaha pariwisata, dan daya tarik wisata. Pariwisata merupakan salah satu pendorong pendapatan devisa negara sehingga hal ini harus didukung oleh berbagai komponen penunjang sektor pariwisata ini (Revida et al., 2020; Susanto & Suryawan, 2021). Hotel merupakan sebuah bangunan yang digunakan untuk penginapan. Hotel adalah akomodasi yang memiliki usaha yang tersedia untuk tamu seperti pelayanan yang menyediakan makan dan minum serta kebutuhan yang dibutuhkan untuk tamu yang berkunjung ke hotel (Insani & Setiyariski, 2020; Noviastruti & Astuti, 2021). Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa hotel adalah perusahaan yang dioperasikan oleh pemilik yang dapat menyediakan makanan, minuman, dan penginapan bagi para pelancong, dan membayar harga yang wajar untuk layanan mereka, tanpa perjanjian khusus (Derianto & Kristiutami, 2015; Moha & Loindong, 2016).

\*Corresponding author.

E-mail addresses: [finanasyukri@gmail.com](mailto:finanasyukri@gmail.com) (Finana Syukri)

Pelayanan dan produk saling berkaitan, dan keberadaan produk yang baik didukung oleh adanya pelayanan yang baik yang menciptakan kepuasan pelanggan (Hermawan, 2015; Hutabalian & Kalangi, 2015). Kepuasan adalah sikap yang ditentukan berdasarkan pengalaman yang diperoleh. Kepuasan adalah pemeriksaan terhadap kualitas atau karakteristik suatu produk/jasa atau produk itu sendiri yang disediakan (Desembrianita, 2016; Deswita et al., 2021). Kepuasan pelanggan adalah sikap menerima proses akhir setelah menerima apa yang diharapkan. Tingkat kenikmatan konsumen berkaitan dengan terpenuhinya kebutuhan konsumsi konsumen (Ilyas, 2016; Umanailo et al., 2018). Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Sangat penting bagi perusahaan untuk bertahan dan sejahtera dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk mencapai kepuasan pelanggan (Kamar, 2019; Naibaho & Disastra, 2017). Persaingan yang ketat selama ini memungkinkan perusahaan untuk bertahan dan harus berusaha secara konsisten memberikan pelayanan yang memuaskan untuk menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan. Kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi (P. S. A. Dewi & Suprapti, 2018; Naibaho & Disastra, 2017).

Nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua manfaat dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima tawaran tertentu (Kurnianingsih, 2021; Sari et al., 2021). Biaya Pelanggan Total adalah pengelompokan biaya yang digunakan untuk mengevaluasi, membeli dan menggunakan produk/jasa. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan, sehingga sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan. Hotel adalah bangunan yang memberikan tingkat kepuasan yang tinggi, termasuk pelayanan prima yang dibangun dan dikelola dengan fasilitas yang lengkap serta mendukung industri jasa perhotelan Indonesia yang semakin kompetitif. Mari kita lihat kasus di Indonesia secara keseluruhan atau global, khususnya di dunia perhotelan. Dalam kasus ini penulis meneliti tentang kualitas pelayanan pramusaji di Muaro Terrace Café untuk mengetahui pelayanan yang diberikan pramusaji yang tidak disenangi oleh tamu, dengan perkembangan hotel-hotel yang sudah berkembang di Kota Padang. Berkaitan dengan hal itu, maka sebagai seorang pramusaji dalam *Departement Food and Beverage* perlu adanya strategi untuk melayani dengan baik tamu yang datang di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang.

Pelayanan dan produk saling berkaitan, dan keberadaan produk yang baik didukung oleh adanya pelayanan yang baik yang menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah sikap menerima proses akhir setelah menerima apa yang diharapkan. Kualitas pelayanan pramusaji dapat dinilai jika pelayanan yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan dengan baik dan memuaskan. Kualitas pelayanan adalah keinginan pelanggan untuk pengendalian atas tingkat keunggulan (Soebakir et al., 2018; Weenas, 2013). Sedangkan jika masalah kualitas pelayanan kalau dibiarkan bisa menyebabkan *image* buruk pada cafe tersebut dan tamu tidak mau berkunjung lagi ke cafe. Indikator untuk mengukur kualitas pelayanan pramusaji yaitu *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*. Berdasarkan permasalahan yang ditemui pada saat melakukan praktek lapangan industri tentang kualitas pelayanan pramusaji di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang, maka penelitian ini penting dilakukan agar pihak Muaro Terrace Cafe dapat meningkatkan kualitas pelayanan pramusaji, sehingga tamu puas dengan pelayanan yang diterima dan ingin berkunjung kembali ke Muaro Terrace Cafe.

## 2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan data kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen) (Sugiyono, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan pramusaji di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang. Sampel pada penelitian ini yaitu seluruh populasi yang merupakan tamu yang berkunjung ke muaro terrace cafe yang berjumlah 97 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik komunikasi tidak langsung dengan menyebarkan kuesioner terkait Kualitas pelayanan pramusaji kepada 97 orang sampel. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif untuk memperoleh gambaran distribusi frekuensi data yang mencakup nilai maksimal dan minimal, *mean, median, standar deviasi* dan tingkat capaian responden.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

Berlandaskan hasil penelitian yang dilakukan pada tamu di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang, yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 97 orang dengan 33 pertanyaan yang terdiri dari 5 indikator dan kemudian dilakukan pemberian skor untuk setiap jawaban menurut skala *likert*. Data diolah dengan dibantu aplikasi SPSS versi 20.00 didapatkan hasil seperti pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan

No	Kategori	Rentang Skor	F	%
1.	Sangat setuju	$\geq 132$	2	2
2.	<b>Setuju</b>	<b>110 - <math>\leq</math> 132</b>	<b>92</b>	<b>95</b>
3.	Kurang setuju	88 - $\leq$ 110	3	3
4.	Tidak setuju	66 - $\leq$ 88	0	0
5.	Sangat tidak setuju	$< 66$	0	0
<b>Total</b>			<b>97</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa 97 responden untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan kategori sangat setuju sebanyak 2%, kategori setuju sebanyak 95%, kategori kurang setuju sebanyak 3%, kategori tidak setuju sebanyak 0% dan kategori sangat tidak setuju sebanyak 0%. Berdasarkan klasifikasi skor persentase tertinggi berada pada rentang **110 -  $\leq$  132** dengan persentase **82%** yang menunjukkan kategori setuju. Pada penelitian ini peneliti juga menggunakan TCR (Tingkat Capaian Responden) bahwa tingkat capaian responden variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai sebesar 2265,5% dan berada pada kategori Sangat Tidak Baik. Selanjutnya variabel Kualitas Pelayanan di klasifikasi per indikator.

#### Tangible

**Tabel 2.** Skor presentase Indikator *Tangible*

No	Kategori	Rentang Skor	F	%
1.	Sangat setuju	$\geq 29,5$	0	0
2.	Setuju	23,5 - $\leq$ 29,5	27	28
3.	<b>Kurang setuju</b>	<b>19,5 - <math>\leq</math> 23,5</b>	<b>36</b>	<b>37</b>
4.	Tidak setuju	14,5 - $\leq$ 19,5	32	33
5.	Sangat tidak setuju	$< 14,5$	2	2
<b>Total</b>			<b>97</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa indikator *tangible* dari 97 orang tamu Muaro Terrace Cafe memperoleh skor presentase sebesar 37% dengan kategori kurang setuju.

#### Empathy

**Tabel 3.** Skor persentase Indikator *Empathy*

No	Kategori	Rentang Skor	F	%
1.	<b>Sangat setuju</b>	<b><math>\geq 29,5</math></b>	<b>48</b>	<b>49</b>
2.	Setuju	23,5 - $\leq$ 29,5	40	42
3.	Kurang setuju	19,5 - $\leq$ 23,5	8	8
4.	Tidak setuju	14,5 - $\leq$ 19,5	1	1
5.	Sangat tidak setuju	$< 14,5$	0	0
<b>Total</b>			<b>97</b>	<b>100</b>

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 97 tamu Muaro Terrace Cafe diperoleh skor persentase sebesar 49% dan memperoleh kategori sangat setuju.

#### Reliability

**Tabel 4.** Skor persentase Indikator *Reliability*

No	Kategori	Rentang Skor	F	%
1.	Sangat setuju	$\geq 29,5$	44	45
2.	Setuju	23,5 - $\leq$ 29,5	45	46

No	Kategori	Rentang Skor	F	%
3.	<b>Kurang setuju</b>	<b>19,5 - ≤ 23,5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
4.	Tidak setuju	14,5 - ≤ 19,5	2	2
5.	Sangat tidak setuju	< 14,5	0	0
<b>Total</b>			<b>97</b>	<b>100</b>

Berdasarkan [Tabel 4](#), dapat dilihat bahwa indikator reliability dari 97 tamu Muaro Terrace Cafe memperoleh skor persentase sebesar 7% dengan kategori kurang setuju.

### Responsiveness

**Tabel 5.** Skor Persentase Indikator *Responsiveness*

No	Kategori	Rentang Skor	F	%
1.	<b>Sangat setuju</b>	<b>≥ 29,5</b>	<b>54</b>	<b>56</b>
2.	Setuju	23,5 - ≤ 29,5	35	36
3.	Kurang setuju	19,5 - ≤ 23,5	7	7
4.	Tidak setuju	14,5 - ≤ 19,5	1	1
5.	Sangat tidak setuju	< 14,5	0	0
<b>Total</b>			<b>97</b>	<b>100</b>

[Tabel 5](#) menunjukkan bahwa dari 97 tamu Muaro Terrace Cafe diperoleh skor persentase sebesar 56% memperoleh kategori sangat setuju.

### Assurance

**Tabel 6.** Skor Persentase Indikator *Assurance*

No	Kategori	Rentang Skor	F	%
1.	Sangat setuju	≥ 19,5	0	0
2.	Setuju	16,5 - ≤ 19,5	4	4
3.	Kurang setuju	14,5 - ≤ 16,5	18	19
4.	<b>Tidak setuju</b>	<b>11,5 - ≤ 14,5</b>	<b>48</b>	<b>49</b>
5.	Sangat tidak setuju	< 11,5	27	28
<b>Total</b>			<b>97</b>	<b>100</b>

Berdasarkan [Tabel 6](#), dapat dilihat bahwa indikator *assurance* dari 97 tamu Muaro Terrace Cafe memperoleh skor persentase sebesar 49% dan memperoleh kategori tidak setuju.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data kualitas pelayanan pramusaji di Muaro Terrace Cafe yang menggunakan SPSS versi 20, ditemukan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara keseluruhan memperoleh skor presentasi sebesar 2265,5 %. Dapat dilihat skor presentase dari 5 indikator sebagai berikut: *Tangible*, berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah, indikator *Tangible* memperoleh skor presentase sebesar 37% dari 97 tamu Muaro Terrace Cafe dengan kategori sangat tidak baik dan memperoleh nilai Tingkat Capaian Responden sebesar 421%. *Tangible* adalah bukti langsung yang berhubungan dengan alat-alat komunikasi, personel, peralatan, dan penampilan fisik. Oleh karena itu, pramusaji harus memperlihatkan kerapian dalam berpenampilan terhadap tamu di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang. *Empathy*, berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah, indikator *Empathy* memperoleh skor presentase sebesar 49% dari 97 tamu Muaro Terrace Cafe dengan kategori sangat setuju dan memperoleh tingkat capaian responden sebesar 559%. *Empathy* merupakan perusahaan yang memiliki pemahaman permasalahan oleh pelanggannya dan memiliki tindakan untuk pelanggan yang berkepentingan (Maukar et al., 2015; Wilder et al., 2014). Oleh karena itu pramusaji harus memberikan perhatian secara individual kepada tamu dan mengerti akan kebutuhan tamu di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang. Memiliki kedudukan sosial dalam masyarakat merupakan salah satu budaya yang tercermin pada zaman dahulu, namun dalam bisnis yang mengutamakan pelayanan, seperti keramahan, prinsip pelayanan yang diutamakan adalah melayani.

*Responsiveness*, berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah, indikator *Responsiveness* memperoleh skor persentase sebesar 56% dari 97 tamu Muaro Terrace Cafe dengan kategori sangat setuju dan memperoleh tingkat capaian responden sebesar 432%. *Responsiveness* merupakan bersedia dan mampu menyediakan pelayanan agar pelanggan bisa dengan memberikan bantuan dengan cepat (K. A. Dewi, 2018; Hamzah, 2021). Oleh karena itu pramusaji harus lebih sigap lagi dalam memberikan bantuan

terhadap tamu di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang. *Reliability*, berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah, indikator *Reliability* memperoleh skor persentase sebesar 49% dari 97 tamu Muaro Terrace Cafe dengan kategori sangat setuju dan memperoleh tingkat capaian responden sebesar 581%. *Reliability* merupakan perusahaan yang bisa menjanjikan yang sangat akurat untuk pelayanan (Suharta, 2017; Widjoyo, 2013). Oleh karena itu pramusaji harus menepati janji yang dapat diandalkan secara akurat terhadap tamu di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang. *Assurance*, berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah, indikator *Assurance* memperoleh skor persentase sebesar 269% dari 97 tamu Muaro Terrace Cafe dan memperoleh tingkat capaian responden sebesar 269%. *Assurance* adalah karyawan yang memiliki ilmu dan sopan santun serta memiliki kemampuan untuk kepercayaan dan meyakinkan pelanggan (Lubis, 2013; Putri, 2020).

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan hasil penelitian tentang Kualitas Pelayanan Pramusaji Di Muaro Terrace Cafe Hotel Truntum Padang dengan skor presentase sebesar 82% dengan rentang skor 110 - ≤ 132, dan memperoleh nilai dengan tingkat capaian responden sebesar 2265,5 % menunjukkan kategori sangat tidak baik. Sedangkan berdasarkan indikator dapat dilihat sebagai berikut: *Tangible* menunjukkan kategori kurang setuju dengan skor persentase sebesar 37%; *Empathy* menunjukkan kategori sangat setuju dengan skor persentase sebesar 49%; *Reliability* menunjukkan kategori sangat setuju dengan skor persentase sebesar 49%; *Responsiveness* menunjukkan kategori sangat setuju dengan skor persentase sebesar 49%; *Assurance* menunjukkan kategori tidak setuju dengan skor persentase sebesar 49 %.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2020). Dampak Green Tourism Bagi Pariwisata Berkelanjutan Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 1582–1592. <https://doi.org/10.54783/mea.v4i3.692>.
- Derianto, P. S., & Kristiutami, Y. P. (2015). Standar operasional prosedur room service Amaroossa Hotel Bandung. *Jurnal Pariwisata*, 2(1), 15–21. <https://doi.org/10.31294/par.v2i1.295>.
- Desembrianita, E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Central Asia, Tbk. Cabang Prioritas Makro, Sidoarjo. *Management & Accounting Research Journal Global*, 1(1). <https://jurnal.ikbis.ac.id/global/article/view/204/94>.
- Deswita, K., Sudirman, H., & Widodo, S. (2021). Analisis Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan dengan Penerapan Metode Total Quality Management (TQM) di RS X. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 2(1), 37–48. <https://doi.org/10.15294/jppkmi.v2i1.47561>.
- Dewi, K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Dunkin'Donuts di Surabaya dan Sidoarjo). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 9(1), 43–55. <https://doi.org/10.26740/bisma.v9n1.p43-55>.
- Dewi, P. S. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). Membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek (studi pada produk smartphone merek Oppo). *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 87.
- Hamzah, Z. (2021). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Baitul Mall Wat Tamwil (BMT) Di Kota Pekanbaru Melalui Integrasi Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 573–584. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8408](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8408).
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v1i2.21>.
- Hutabalian, Y. H., & Kalangi, J. S. (2015). Peran Customer Service dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/7572/7125>.
- Ilyas, R. (2016). Etika konsumsi dan kesejahteraan dalam perspektif ekonomi islam. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 152–172. <https://doi.org/10.30821/ajei.v1i1.367>.
- Insani, Y. D., & Setiyariski, R. (2020). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department Melalui Tugas dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 2(1). <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/297/215>.
- Kamar, K. (2019). Analisis pengaruh strategi promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Arta Prima Sejahtera. *Insan Pembangunan Sistem Informasi Dan Komputer (IPSIKOM)*, 2(1).



- Kurnianingsih, A. (2021). Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas. *Jurnal Manajemen Dan Retail*, 1(2), 62–84.
- Lubis, M. S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1(2), 77–85. <https://doi.org/10.31846/jae.v1i2.46>.
- Maukar, F. J., Kawet, L., & Dotulong, L. O. (2015). The Effect Of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangibles To Sales Increase At PT. J.CO Donuts and Coffee Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2). <https://doi.org/10.35794/emba.3.2.2015.8478>.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.35794/emba.4.1.2016.11715>.
- Naibaho, S. R. L., & Disastra, G. M. (2017). Tinjauan Mengenai Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Layanan Pada Giggie Box Cafe & Resto Pada Tahun 2017. *EProceedings of Applied Science*, 3(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/3890/3678>.
- Noviastuti, N., & Astuti, I. W. (2021). Usaha Food And Beverage Product Dalam Meningkatkan Revenue Di Grand Puri Saron Boutique Hotel Yogyakarta. *Jurnal Nusantara*, 4(1).
- Putri, A. D. (2020). Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah PT. BPR Pembangunan Kerinci. *Jurnal Administrasi Nusantara Maha*, 2(2), 52–67. <https://lppmstianusa.com/ejournal/index.php/janmaha/article/view/271/73>.
- Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, N., Warella, S. Y., Nurmiati, N., & Purba, R. A. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.
- Reza, V. (2020). Pariwisata Halal Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal An-Nahl*, 7(2), 106–112. <https://doi.org/10.54576/annahl.v7i2.20>.
- Sari, O. H., Halim, F., Tanjung, R., Permadi, L. A., Prasetyo, A., Hasnidar, H., & Simarmata, J. (2021). *Manajemen bisnis pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Roring, F. (2018). Pengaruh brand, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli di kedai kopi gudang imaji manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21910>.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharta, T. (2017). Pengembangan instrumen pengukur tingkat kepuasan siswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan di sekolah. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, 8(2), 117–125. <https://doi.org/10.21009/JEP.082.07>.
- Susanto, P. C., & Suryawan, R. F. (2021). Optimalisasi dan Kontribusi Usaha Travel Agent kepada Maskapai Penerbangan di Masa Pandemi COVID-19. *Premium Insurance Business Journal*, 8(1), 46–51. <http://ejournal.stma-trisakti.ac.id/index.php/premium/article/view/14/12>.
- Umanailo, M. C. B., Nawawi, M., & Pulhehe, S. (2018). Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konsumtif. *Simulacra*, 1(2), 203–212. <https://doi.org/10.21107/sml.v1i2.4995>.
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4). <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2741>.
- Widjoyo, I. O. (2013). Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan drive thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Wilder, K. M., Collier, J. E., & Barnes, D. C. (2014). Tailoring to customers' needs: Understanding how to promote an adaptive service experience with frontline employees. *Journal of Service Research*, 17(4), 446–459. <https://doi.org/10.1177/1094670514530043>.