ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI RESTORAN THE GARDEN PANTAI INDAH KAPUK

Juliana¹

*Universitas Pelita Harapan
M.H.Thamrin Boulevard 1100
Kelapa Dua Karawaci
Tangerang*

El Glory Nathalie²

*Universitas Pelita Harapan
M.H.Thamrin Boulevard 1100
Kelapa Dua Karawaci
Tangerang*

Felia Felicia³

*Universitas Pelita Harapan
M.H.Thamrin Boulevard 1100
Kelapa Dua Karawaci
Tangerang*

Abstrak

Kualitas Pelayanan di Restoran merupakan faktor penting yang meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Kualitas Layanan terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengajukan kerangka konseptual untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di The Garden Restaurant Pantai Indah Kapuk. Untuk menguji kerangka konseptual, penelitian ini menggunakan pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan teknik sampel acak, dan mengambil 80 responden dari orang acak yang pernah berkunjung ke The Garden Restaurant Pantai Indah Kapuk. Metode analisis regresi berganda menggunakan regresi dengan SPSS ver. 25. Hasil dari hipotesis dukungan ini yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada The Garden Restaurant Pantai Indah Kapuk. Saran yang dapat diberikan kepada The Garden Restaurant adalah menjaga kualitas pelayanan yang prima dan sekaligus meningkatkannya.

Kata kunci: Restoran, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan

(*) Corresponding Author: Juliana.stpph@uph.edu

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata saat ini baik didalam negeri maupun di luar negeri berkembang dengan sangat pesat. Salah satunya contohnya adalah pariwisata dapat mendatangkan lapangan pekerjaan bagi manusia. Oleh karena itulah pariwisata dikatakan mampu memberikan lapangan pekerjaan sehingga meningkatkan perekonomian suatu negara.

Menurut Yoeti (2010), Pariwisata dilakukan secara sadar dan mampu melayani secara bergantian wisatawan baik itu di dalam negeri maupun di luar negeri agar wisatawan itu merasa puas dengan apa yang diberikan. Restoran juga termasuk dalam hal ini karena di dalam restoran terdapat pelayan yang memberikan pelayanan kepada tamu sehingga tamu tersebut merasa dia membayar sesuai dengan apa yang ia dapatkan dan ingin berkunjung kembali ke restoran itu di masa yang akan datang.

Restoran merupakan ruang publik yang didalamnya terdapat pelayanan jasa sehingga setiap restoran berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi customernya sehingga timbulah loyalitas pelanggan didalam dirinya. Salah satu contoh service yang diberikan adalah ketika pengunjung restoran melebihi kapasitas yang tersedia, mampukah seorang pelayan restoran memberikan service yang baik kepada tamunya sehingga tamu puas dan ingin berkunjung kembali ke restoran tersebut.

Menurut Ratnasari & Mastuti (2011), ketika kita berada di dalam perusahaan jasa, kita harus selalu mengoptimalkan kualitas layanan karena semakin baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan berakhir pada loyalitas pelanggan. Menurut Ali, (2013), sebuah perusahaan yang dapat bertahan jika mampu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkesinambungan.

Pada era sekarang, pelanggan bukan lagi melihat harga, rasa makanan tetapi pelanggan melihat bagaimana pelayanannya yang diberikan dapat memuaskan dirinya atau tidak. Oleh karena itu sangat penting sekali memberikan excellent service kepada tamu yang berkunjung ke restoran tersebut. Gaya hidup untuk makan di restoran sudah banyak dilakukan oleh setiap orang karena ingin merasakan pengalaman yang tidak terlupakan ketika berkunjung ke restoran tersebut. Restoran dapat menyediakan tempat untuk kita bersantai, menikmati dekorasi restoran dan bersosialisasi dengan sesama. Hal ini tidak luput dari memberikan kualitas pelayanan yang baik. Loyalitas pelanggan dapat dibentuk karena adanya kepuasan dari dalam diri pelanggan ketika berkunjung ke sebuah restoran.

Karena semakin banyak restoran yang terus bermunculan, persaingan menjadi semakin menjadi lebih ketat dan yang membuat para pebisnis restoran menjadi berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggannya dengan tujuan memberikan rasa puas kepada pelanggan agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas pelayanan ada lima ukuran yang harus dimiliki oleh seorang pelayan yaitu tangible, assurance, responsiveness, reliability, dan empathy. Jika semua itu terpenuhi maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dipastikan pelanggan tersebut akan bersedia untuk datang kembali ke restoran tersebut.

Restoran mengalami pergeseran di dunia tren dimana dapat dilihat jika semakin banyak para masyarakat-masyarakat di Indonesia yang mempunyai kebiasaan-kebiasaan untuk dine in. Menurut Qraved (2013), Dalam tahun di 2013, tercatat yaitu jika kunjungan para masyarakat Indonesia yang dine in hingga 380.000.000 kali. Oleh karena itu menyebabkan bertumbuhnya restoran yang berkelas menengah dan restoran yang berkelas atas dapat mencapai 250% dalam beberapa tahun terakhir salah satunya adalah restoran The Garden. Restoran The Garden telah memiliki beberapa cabang salah satunya di daerah Pantai Indah Kapuk.

Restoran The Garden yang terletak di Pantai Indah Kapuk, sudah menjadi salah satu alasan pelanggan baik itu muda maupun tua untuk berkunjung ke restoran The Garden. Hal ini mampu menunjukkan bahwa restoran The Garden sudah mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Restoran The Garden adalah sebuah restoran yang menyajikan makanan Fusion, Indonesian, Japanese, dan Western mampu untuk memberikan pelayanan yang terbaik sehingga pelanggan merasa puas dan ada stigma dari pelanggan untuk berkunjung kembali ke restoran The Garden Pantai Indah Kapuk.

Menurut Juliana et al., (2020), desain interior restoran The Garden Pantai Indah Kapuk berpengaruh positif terhadap minat pengunjung sehingga meningkatkan minat pengunjung dalam mengunjungi restoran ini. Hal ini pun berdampak juga dengan service quality yang diberikan oleh pelayan restoran. Ketika pengunjung restoran melebihi kapasitas yang tersedia, mampukah seorang pelayan restoran memberikan service yang baik kepada tamunya sehingga tamu puas dan ingin berkunjung kembali ke restoran The Garden Pantai Indah Kapuk. Penelitian ini mengusulkan kerangka konseptual untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di The Garden Restaurant Pantai Indah Kapuk. Rumusan masalah dalam penelitian apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan?

Restoran merupakan sebuah tempat dimana disitu menjual makanan dan minuman sekaligus terdapat pelayanan jasa di dalamnya. Restoran ada yang terletak di suatu pusat perbelanjaan, hotel, rumah sakit, dan lainnya. Menurut Ninemeier & Hayes (2011), restoran adalah pengoperasian layanan makanan untuk mendatangkan keuntungan yang didalamnya terdapat penjualan makanan dan minuman bagi tamu. Menurut Tjiptono (2014), kualitas pelayanan jasa merupakan hal yang penting karena menentukan tingkat keunggulan sebuah layanan jasa yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan layanan yang diharapkan.

Menurut Kotler & Keller, (2016), terdapat 5 dimensi service quality yang harus untuk dipenuhi, yakni:

1. *Tangible*

Tangible merupakan bukti secara fisik yang berwujud berupa penampilan secara fisik, peralatan, dan segala material yang ada. Oleh karena itu, tamu memiliki harapan tinggi yang meliputi lingkungan fisik seperti, *interior* ruangan dan karyawan harus berpenampilan rapih dan berpenampilan yang menarik saat sedang mempersembahkan jasanya.

2. *Empathy*

Empathy merupakan bentuk dari kepedulian dan bentuk dari perhatian yang telah diberikan oleh karyawan kepada setiap pelanggan. Karyawan mampu menunjukkan empati melalui layanan yang diberikan seperti memahami kebutuhan pelanggan dan beranggapan bahwa pelanggan itu *special*.

3. *Reliability*

Reliability merupakan karyawan yang memberikan jasa yang setimbang dengan yang telah dijanjikan secara handal dan pastinya sudah akurat. Karyawan harus memiliki keinginan dan kesadaran dalam membantu setiap pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat seperti keluhan pelanggan, pertanyaan dan permintaan pelanggan.

4. Responsiveness

Responsiveness merupakan kesadaran guna membantu setiap pelanggan, responsive akan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan cepat.

5. Assurance

Assurance adalah pengetahuan karyawan akan pentingnya sopan santun agar menimbulkan rasa keyakinan dan kepercayaan pelanggan. *Assurance* sangat penting karena keamanan pelanggan akan terjamin.

Menurut Oliver (2014), customer loyalty atau loyalitas pelanggan adalah pelanggan memiliki komitmen dalam membeli sebuah produk berupa barang atau berupa jasa dengan konsisten dan merekomendasikan kepada orang-orang dalam menggunakan atau membeli setiap barang maupun setiap jasa yang sudah ditawarkan. Ketika pelanggan mau untuk menggunakan dan membeli produk yang ditawarkan secara berulang-ulang, hal tersebut menandakan bahwa brand itu sudah dikenal baik oleh pelanggan sehingga pelanggan berkomitmen untuk membeli atau menggunakan produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa sudah terbentuknya customer loyalty dalam diri pelanggan ketika menggunakan atau membeli produk berupa produk atau jasa secara berulang. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif di mana pemasar dan organisasi berpusat pada pelanggan menyadari biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pelanggan baru jauh melebihi untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. (Myler, 2016)

Service quality dan customer loyalty

Penelitian mengenai kualitas layanan sudah banyak ditemukan dalam literatur pemasaran (Kaura et al., 2015), Secara umum disepakati bahwa dalam mengukur dimensi kualitas layanan tetap sulit karena sifat atribut yang unik, meliputi intangibility, heterogeneity, inseparability dan perishability (Buttle, 1996) Keberhasilan organisasi yang berpusat pada pelanggan sangat bergantung pada penyediaan kualitas layanan superior yang menciptakan nilai bisnis dan mengarah kepada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Makanyeza, C. and Mumiriki, 2015). Penelitian menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan prediktor kepuasan pelanggan (Su et al., 2016) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Thaichon et al., 2014) dan memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan (Ladhari, 2009) Akibatnya kualitas layanan telah ditetapkan sebagai penentu signifikansi dari kepuasan pelanggan (Falk et al., 2010) dan loyalitas (Matos, C.A. and Rossi, 2009). Kualitas layanan mungkin berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Meesala, A. and Paul, 2018; Murali et al., 2016; Vera, J. and Trujillo, 2013), (Murali et al., 2016) meneliti kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di India dengan 510 pelanggan bisnis peralatan rumah tangga, menghasilkan kualitas layanan sangat penting sebagai anteseden loyalitas pelanggan. (Meesala, A. and Paul, 2018) juga meneliti hubungan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di 40 rumah sakit, dengan mensurvei 180 pasien dan menghasilkan kualitas layanan memiliki dampak langsung dan positif terhadap loyalitas pelanggan, maka peneliti menyatakan bahwa kualitas layanan adalah anteseden positif dari loyalitas pelanggan maka peneliti mengusulkan hipotesis sebagai berikut;

H₀: *Service quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* di restoran The Garden Pantai Indah Kapuk

H₁: *Service quality* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* di restoran The Garden Pantai Indah Kapuk

Gambar 1. Kerangka konseptual

METODE

Pada penelitian yang sedang kami lakukan menggunakan metode, yaitu metode kuantitatif dilakukan dengan menggunakan metode pengolahan data SPSS ver. 25. Populasi yang untuk penelitian saat ini merupakan orang-orang yang sudah pernah mengunjungi ke restoran The Garden Pantai Indah Kapuk dengan menggunakan simple random sampling berjumlah 80 orang. Dengan delapan indikator dikali dengan 10. Sekaran & Bougie (2016), Penelitian saat ini, yang menjadi sampel adalah orang-orang yang sudah pernah mengunjungi ke Restoran The Garden. Metode simple random sampling merupakan jenis dari probability sampling yang dipakai. Dikatakan random karena setiap unsur di populasi mempunyai kesempatan yang setara untuk dipilih sebagai subyek untuk menjadi sampel dari penelitian.

Menurut Sekaran & Bougie (2016), data-data yang akan diperlukan bagi penelitian ini diperoleh melalui kuesioner online dan kajian literatur. Menurut Sekaran & Bougie (2016), skala dalam pengukuran yang tepat untuk penelitian yang sedang diteliti ialah menggunakan skala likert. Terdapat 6 tingkatan skala likert, ialah: 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Cenderung Tidak Setuju (CTS), 4 = Cenderung Setuju (CS), 5 = Setuju (S), 6 = Sangat Setuju (SS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden

Dalam penelitian kali ini terdapat karakteristik responden meliputi dari jenis kelamin, usia, pertimbangan responden untuk datang, jumlah responden berkunjung, dengan siapa berkunjung, dan jumlah pengeluaran responden saat berkunjung yang bisa dilihat dari tabel yang berikut ini:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	Pria	20	25
2	Wanita	60	75
3	TOTAL	80	100

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel yang dapat dilihat di atas bisa diketahui jika responden yang mayoritas ialah memiliki jenis kelamin wanita sebanyak 60 orang (75%) dan sebaliknya pria sebanyak 20 orang (25%).

Tabel 2. Usia Responden

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	15-20	49	61.3
2	21-25	22	27.5
3	26-30	9	11.3
	TOTAL	80	100

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel yang dapat dilihat dari atas dapat diketahui jika responden yang berusia 15-20 tahun sebanyak 49 orang (61.3%), yang berusia 21-25 tahun sebanyak 22 orang (27.5%), dan yang memiliki usia dari 26-30 tahun yaitu 9 orang (11.3%).

Tabel 3. Pertimbangan Responden Untuk Datang

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	Dekorasi restoran	57	71.3
2	Harga	10	12.5
3	Pelayanan	13	16.3
	TOTAL	80	100

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jika pertimbangan responden untuk datang karena dekorasi restoran sebanyak 57 orang (71.3%), karena harga berjumlah 10 orang (12.5%), dan karena pelayanan ada 13 orang (16.3%).

Tabel 4. Jumlah Responden Berkunjung

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	1-2 kali	59	73.8
2	3-4 kali	19	23.8
3	> 4 kali	2	2.5
	TOTAL	80	100

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jika jumlah responden berkunjung 1 hingga 2 kali dengan jumlah orang yaitu 49 orang (73.8%), 3 hingga 4 kali dengan jumlah orang yaitu 19 orang (23.8%), dan >4 sebanyak 2 orang (2.5%).

Tabel 5. Dengan Siapa Responden Berkunjung

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	Teman	49	61.3
2	Keluarga	19	23.8
3	Pasangan	12	15
	TOTAL	80	100

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan dalam tabel yang di atas ini dapat diketahui jika responden yang berkunjung dengan teman sebanyak 49 orang (61.3%), dengan keluarga sebanyak 19 orang (23.8%), dan dengan pasangan sebanyak 12 orang (15%).

Tabel 6. Pengeluaran Responden Saat Berkunjung

No.	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	Rp50.000 - Rp100.000	17	21.3
2	Rp101.000 - Rp150.000	36	45
3	Rp151.000 - Rp200.000	17	21.3
4	> Rp201.000	10	12.5
5	TOTAL	80	100

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan dari tabel di atas bisa diketahui jika pengeluaran responden pengeluaran sebesar Rp50.000 hingga Rp100.000 saat berkunjung dengan jumlah orang yaitu 17 orang (21.3%), pengeluaran Rp101.000 hingga Rp150.000 dengan jumlahnya yaitu 36 orang (45%), pengeluaran Rp151.000 hingga Rp200.000 yaitu dengan jumlah 17 orang (21.3%) dan pengeluaran > Rp201.000 yaitu 10 orang (12.5%).

Hasil Validitas Dan Reabilitas

Uji Validitas merupakan tes untuk mengukur apakah kuesioner itu *valid* atau tidak. Untuk mengukur validitas yang dikatakan valid kalau r hitungnya lebih besar daripada r tabel, jika sebaliknya dikatakan tidak valid. Pengujian pertama ini untuk menguji validitas dari variabel *service quality* :

Tabel 7. Uji Validitas Service Quality

No.	Keterangan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Pelayan restoran The Garden berpenampilan rapih.	0.185	.705	Valid
2	Waktu untuk menunggu giliran masuk ke restoran sesuai dengan yang dijanjikan oleh pelayan restoran The Garden.	0.185	.662	Valid

3	Pelayan restoran The Garden mampu memberikan pelayanan dengan cepat.	0.185	.752	Valid
4	Pelayan restoran The Garden selalu bersikap sopan kepada pelanggan.	0.185	.815	Valid
5	Kesediaan pelayan restoran The Garden dalam membantu setiap pelanggan yang mengalami kebingungan untuk memilih menu yang ditawarkan.	0.185	.756	Valid

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan dalam tabel di atas dapat dilihat jika nilai dari r hitung lebih besar dari pada r tabel maka item dari pertanyaan di atas untuk variabelnya *Service Quality* bisa untuk terbilang valid. Selanjutnya merupakan pengujian ini untuk menguji validitas dari *Customer Loyalty*:

Tabel 8. Uji Validitas Customer Loyalty

No.	Keterangan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Saya akan berkunjung kembali ke restoran The Garden di masa yang akan datang.	0.185	.869	Valid
2	Saya akan merekomendasikan restoran The Garden kepada teman dan keluarga saya.	0.185	.904	Valid
3	Saya akan membicarakan hal-hal yang positif mengenai restoran The Garden.	0.219	.860	Valid

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jika nilai dari r hitung lebih besar dari pada r tabel maka item dari pertanyaan di atas untuk variabel *Customer Loyalty* bisa untuk terbilang valid.

Uji reabilitas merupakan tes untuk mengetahui sejauhmana hasil dari pengukuran relative konsisten. Kalau *chronbach alpha* > 0.6 , dapat dikatakan reliabel dan sebaliknya. Berikut adalah hasil-hasilnya:

Tabel 9. Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Chronbach's Alpha	N of Items	Ket
1	<i>Service Quality</i>	.784	5	
2	<i>Customer Loyalty</i>	.849	3	

Sumber: Diolah (2020)

Dapat dilihat dari tabel di atas dapat diketahui jika masing-masing dari variabel penelitian di atas mempunyai nilai > 0.6 atau dapat dinyatakan reliabel.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji (R^2) atau uji koefisien determinasi merupakan tes yang dapat mengetahui kemampuan dalam menerangkan variabel *Service Quality* dan *Customer Loyalty*. Berikut adalah hasil-hasilnya:

Tabel 10. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Sig. F Change
1	.748 ^a	.559	.529	.21764	.000

Sumber: Diolah (2020)

Dapat dilihat dari tabel di atas dapat diketahui jika dari koefisien determinan (R^2) sebesar 0.529. maka dapat dinyatakan variabel *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 52.9%. dan signifikansi F yang sebesar 0.000 yang membuktikan jika *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*.

Uji F

Uji F merupakan tes buat mengetahui dari pengaruh dalam variable *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dan menguji apakah signifikan atau tidak. Berikut adalah hasil-hasilnya:

Tabel 11. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	4.445	5	.889	18.769	.000 ^b
	Residual	3.505	74	.047		
	Total	7.950	79			

Sumber: Diolah (2020)

Dapat dilihat dari tabel di atas dapat diketahui jika f hitung menunjukkan hasil 18.769. Nilai dari f tabel & df 1 = 5 & df 2 = 74 adalah 2.34, maka $F_{hitung} = 18.769 > F_{tabel} = 2.34$ yang dapat diartikan signifikan jika *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*.

Uji t

Uji t ialah tes yang dapat mengetahui kebenaran hipotesis yang menyatakan mean dari kelompok. Berikut adalah hasil-hasilnya:

Tabel 12. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta	
1 (constant)	1.760	.245		.000 ^b
X1	.080	.063	.744158	.108
X2	.087	.049	.203	.035
X3	.116	.041	.337	.001
X4	.089	.051	.192	.087
X5	.042	.038	.111	.275

Sumber: Diolah (2020)

Berdasarkan dari tabel di atas maka, dapat diketahui jika, nilai $|t| = 7.196 > t_{tabel} = 1.664$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Bisa dilihat juga dalam tabel di atas berarti *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*. Maka hipotesisnya di terima.

Pembahasan

Hasil penelitian membuktikan bahwa *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty* The Garden Pantai Indah Kapuk. Sehingga dapat dijelaskan *service quality* dari restoran The Garden Pantai Indah Kapuk dalam bukti yang fisik sangat berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Hal ini dapat ditunjukkan dengan sebagian besar para pelanggan yang memberikan penilaian bagus jika para pelayan yang berpenampilan rapih, waktu untuk menunggu giliran untuk masuk ke restoran yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pelayan.

Bentuk lain para pelayan yang dapat mampu memberikan pelayanan dengan cepat, cepatnya pelayanan ini membuat para pelanggan mengaspresiasi. Pelayan yang selalu memberikan sikap sopan kepada para pelanggan, dan kesediaan dari para pelayan dalam membantu setiap pelanggan yang mengalami kebingungan untuk memilih menu yang sudah ditawarkan yang membuat para pelanggan senang dan juga nyaman.

Restoran The Garden Pantai Indah Kapuk ini telah berhasil dalam mempertahankan *customer loyalty* oleh karena telah menjaga *service quality* yang telah diberikan. Menurut Mulyono et al., (2007), hal ini sangat sesuai dengan pendapat yaitu jika semakin bagus kualitas pelayanannya maka dapat memengaruhi loyalitas dari pelanggan yang merasakan puas.

PENUTUP

Berdasarkan dari hasil yang sudah diteliti dan dari hasil dari bahasan yang sudah dianalisis terdapat pengaruh yang positif dan hasil yang signifikan *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* restoran The Garden Pantai Indah Kapuk yang sejalan dengan penelitian (Meesala, A. and Paul, 2018; Murali et al, 2016). Studi ini menyoroti beberapa kontribusi, namun juga memiliki keterbatasan penelitian. Keterbatasan dari penelitian ini merupakan studi *cross sectional* hanya meneliti variabel *service quality* dan *customer loyalty*, saran untuk peneliti selanjutnya untuk mengembangkan studi longitudinal dalam memvalidasi mekanisme kausal dan mendapatkan lebih banyak hasil secara umum, Studi ini juga hanya dilakukan di restoran the garden Pantai Indah Kapuk untuk itu peneliti menyarankan agar penelitian dilakukan di restoran seluruh Indonesia dengan menambahkan variabel moderasi maupun variabel mediasi kepuasan pelanggan, harga, *servicescape*, *service encounter*, komitmen pelanggan serta analisis menggunakan PLS-SEM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Buttle, F. (1996). "SERVQUAL: review, critique, research agenda", *European Journal of Marketing*, Vol. 30 No. 1, pp. 8-32.
- Falk, T., Hammerschmidt, M. and Schepers, J. J. L. (2010). *The service quality-satisfaction link revisited: exploring asymmetries and dynamics*", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 38 No. 3, pp. 288-302.
- Juliana, Agatha Nirmala, F. (2020). Pengaruh Desain Interior Terhadap Minat Pengunjung Di Restoran The Garden Pantai Indah Kapuk. *Cakrawala*, 20(1), 28–34.
- Kaura, V., Durga Prasad, C.S. and Sharma, S. (2015). *Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction*", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 No. 4, pp. 404-422.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ladhari, R. (2009). "Service quality, emotional satisfaction, and behavioural intentions: a study in the hotel industry", *Managing Service Quality: International Journal*, Vol. 19 No. 3, pp. 308-331.
- Makanyeza, C. and Mumiriki, D. (2015). *Are all customers really the same? Comparing service quality and satisfaction between residential and business telecommunications customers*", *Acta Commercii*, Vol. 16 No. 1, pp. 1-10.

- Matos, C.A. and Rossi, C. A. V. (2009). *Word-of-mouth communications in marketing: a meta-analytic review of the antecedents and moderators*”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 36 No. 4, pp. 578-596.
- Meesala, A. and Paul, J. (2018). *Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: thinking for the future*”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 40, pp. 261-269.
- Mulyono, Hadyanto, B., Yoestini, Nugraheni, R., & Kamal, M. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen alitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). *Studi Manajemen & Organisasi*, 4(2), 91.
- Murali, S., Pugazhendhi, S. and Muralidharan, C. (2016). *Modelling and investigating the relationship of after sales service quality with customer satisfaction, retention and loyalty – a case study of home appliances business*”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 30, pp. 67-83.
- Myler, L. (2016). *Acquiring new customers is important but retaining them accelerates profitabel growth*.
- Ninemeier, J. D., & Hayes, D. K. (2011). *Restaurant Operations Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Qraved. (2013). *Jakarta Dining Index*.
- Ratnasari, T. R., & Mastuti, H. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business* (7 ed.). West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Su, L., Swanson, S.R. and Chen, X. (2016). *The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: the mediating role of relationship quality*”, *Tourism Management*, Vol. 52, pp. 82-95.
- Tao, Z., Junyu, C., & Baoliang, H. (2019). Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience. *Sustainability*, 11(12), 3437.
- Thaichon, P., Lobo, A. and Mitsis, A. (2014). *An empirical model of home internet services quality in Thailand*”, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 26 No. 2, pp. 190-210.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Vera, J. and Trujillo, A. (2013). *Service quality dimensions and superior customer perceived value in retail banks: an empirical study on Mexican consumers*”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 20 No. 6, pp. 579-586.
- Yoeti, A. O. (2010). *Dasar-dasar Pengertian Hospitality Pariwisata*. Bandung: PT. Alumni.