

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI REVO CAFÉ ANANTARA THE PALM DUBAI RESORT & SPA

Marya Yenny^{1*}, Safhira Evani Kartikasari²

^{1,2}Politeknik Sahid

*Korespondensi: yennymarya@polteksahid.ac.id

Diajukan	Direvisi	Diterima
20-06-2024	24-06-2024	26-06-2024

ABSTRACT

Purpose: This research was made using an explanation of the background to achieve the research objectives. The purpose of this research is to find out and explain the influence of Service Quality on Customer Satisfaction at Revo Café Anantara The Palm Dubai Resort & Spa which is included with the existing hypothesis.

Methods: This research uses a quantitative approach with data collection techniques in this research using a questionnaire. The instrument test in this study used validity and reliability tests. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The data obtained were processed using the program SPSS Version 25.

Implication: The quality of service at Revo Café Anantara the Palm Dubai Resort & Spa needs to be maintained and improved, presented with new or other ideas. So that the service could be even better than before.

Keywords: Revo Café Anantara the Palm Dubai, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini dibuat dengan menggunakan penjelasan dari latar belakang tersebut untuk mencapai tujuan penelitian. Tujuan dari pembuatan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Revo Café Anantara The Palm Dubai Resort & Spa yang disertakan dengan hipotesis yang ada.

Metode: penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan program SPSS Versi 25.

Implikasi: Kualitas pelayanan di Revo Café Anantara the Palm Dubai Resort & Spa perlu dipertahankan dan ditingkatkan, baik dengan ide-ide baru atau lainnya. Sehingga pelayanan bisa lebih baik lagi dari sebelumnya.

Kata Kunci: Revo Café Anantara the Palm Dubai, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Uni Arab Emirat (UAE) adalah negara di Asia Barat. Uni Arab Emirat terbentuk atas federasi dari tujuh emirat, yaitu Abu Dhabi, Ajman, Dubai, Fujairah, Ras-Alkhaimah, Sharjah dan Umm Al-Qaiwain. Abu Dhabi merupakan ibukota dari negara ini, sedangkan Dubai menjadi kota yang paling padat diantara kota emirat lainnya. Dubai terletak di tengah-tengah antara Eropa dan Asia, Dubai juga terkenal sebagai kota transit yang menghubungkan penerbangan dari Eropa dan Asia. Dubai adalah kota yang dinamis dan multikultural dengan berbagai negara. Dengan lokasi yang strategis dan arsitektur modern serta mobilitas yang sangat efektif, Dubai memiliki banyak pengunjung dari seluruh dunia dengan beragam atraksi wisata serta fasilitas dan akomodasi.

Pariwisata adalah salah satu bidang yang sangat terkenal dengan dunia bisnis perhotelan. Hotel merupakan sebuah bangunan yang dikelola secara komersil dan menyediakan pelayanan berupa jasa, makanan, minuman serta fasilitas – fasilitas yang ada di dalamnya untuk pelanggan yang telah membayar. Maka dari itu, pelayanan yang diberikan diharapkan dapat memuaskan pelanggan yang datang.

Sebuah hotel tidak akan berdiri sendiri tanpa ditunjang oleh departemen–departemen lain, salah satunya adalah departemen *Food and Beverage*. Peran dari departemen *Food and Beverage* sangatlah penting di hotel, karena departemen *Food and Beverage* merupakan salah satu departemen yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Selain itu, departemen *Food and Beverage* juga memberikan pendapatan keuangan yang cukup besar kepada hotel. Seperti halnya Revo Café restoran.

Revo Café restoran merupakan suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman kepada pelanggan yang datang. Tidak hanya menyediakan makanan dan minuman, akan tetapi Revo Café restoran juga memiliki fasilitas lainnya untuk menunjang kebutuhan pelanggan seperti ruangan dengan AC, ruangan khusus merokok, tempat untuk meeting, jaringan wifi, bahan bacaan, area parkir dan toilet. Karena itu departemen *Food and Beverage* dituntut agar dapat memberikan pelayanan secara baik dan professional serta dapat memuaskan para pelanggan. Sehingga pelanggan dapat datang kembali ke Revo Café restoran. Revo Café restoran baru dibuka pada Agustus 2016 di Anantara The Palm Dubai Resort & Spa yang terletak di *South Residence*.

Revo Café restoran menawarkan pelayanan yang santai dan ramah kepada tamu. Revo Café restoran memiliki desain dengan banyaknya papan di dinding dimana menu dan promosi diukir disetiap dinding. Dengan perabotan meja dan kursi yang telah dipadu dan dipilih dengan kualitas terbaik untuk membuat para tamu nyaman datang ke Revo Café dan merasakan suasana seperti di ruang tamu rumah.

Para tamu dapat menikmati berbagai macam pilihan hidangan lezat dan sehat yang dibuat dengan menggunakan bahan-bahan terbaik, dengan bersantai dalam suasana yang nyaman layaknya di rumah sendiri. Dengan sajian kopi terbaik dan kue yang lezat serta makanan ringan yang tak kalah nikmatnya, juga musik yang dapat dinikmati dari segala jenis kalangan seperti kaum muda hingga orangtua. Revo Café memiliki pemandangan dengan menghadap ke pantai dan para tamu bisa melihat Burj Al Arab dan Burj Khalifa.

Menu favorit yang terkenal seperti daging sapi, *burger*, *pasta*, *salad* dan *sweets* juga tersedia di Revo Café. Revo Café buka untuk makan pagi, makan siang, dan makan malam, dengan gaya, tampilan dan pilihan makanan istimewa yang disajikan berbeda setiap hari senin, selasa dan sabtu. Untuk makan pagi Revo Café menyediakan makanan seperti telur, *pancake*, *waffle*, *porridge*, *yogurt* dan banyak lagi. Untuk makan siang dan makan malam Revo Café memiliki menu yang sama. Menu untuk makan siang dan makan malam tentunya akan lebih berat dibandingkan dengan makan pagi. Dan untuk jam makan siang dan makan malam Revo Café restoran memiliki spesial menu dimana setiap harinya akan berganti.

Revo Café juga memiliki teras luar dimana tamu dapat menikmati *shisha* yang nikmat dan trendi pastinya. Dengan desain yang sederhana, memiliki berbagai macam varian rasa dan harga yang lebih murah dibandingkan restoran lain membuat para pengunjung lebih memilih untuk datang ke Revo Café restoran. Selain itu, Revo Café restoran juga memiliki tempat yang indah dan ramai akan turis yang berkunjung, dikarenakan letaknya yang berada di The Palm Jumeirah dimana lokasi tersebut sangat terkenal sehingga membuat para turis banyak datang berkunjung. Para pelanggan yang datang ke Revo Café restoran umumnya seperti keluarga, pasangan dan pembisnis yang mana mereka mengharapkan pelayanan yang cepat, ramah dan sempurna pastinya. Sehingga pelanggan yang datang akan terkesan dan merasa nyaman.

Pada dasarnya usaha di bidang kuliner berkembang sangat cepat, terutama dalam hal restoran. Dengan berkembang pesatnya usaha pada bidang kuliner menyebabkan munculnya banyak restoran yang sejenis dan membuat tingkat persaingan menjadi semakin ketat. Maka dari itu, pengusaha harus mampu mengambil keputusan dengan cepat dan tepat agar perusahaannya tidak tertinggal jauh dari pesaing lainnya. Dalam hal ini, dapat kita lihat persamaan yang dimiliki oleh setiap restoran mulai dari menu ataupun fasilitas yang ada.

Suatu restoran dapat kita bedakan dari segi pelayanannya. Banyak pelanggan yang merasa puas akan makanan, fasilitas ataupun harga yang ada dari restoran lain. Dengan adanya perbedaan pelayanan yang diberikan dari restoran lain kepada pelanggan, hal tersebut akan membuat banyak perubahan persepsi bagi setiap pelanggan yang datang. Selain itu, mengutamakan suatu kualitas pelayanan yang ada pada sebuah restoran dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan adalah suatu aktivitas ataupun strategi utama yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan. Suatu kualitas dapat dikatakan baik dari sudut pandang pelanggan, bukan dari perusahaan.

Oleh karena itu persepsi akan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk dapat mengukur baik atau buruknya suatu kualitas pelayanan. Karena pelanggan merupakan faktor utama dari majunya sebuah perusahaan. Pada era globalisasi ini, banyak sekali terjadi persaingan bisnis. Maka dari itu, pengusaha dituntut agar dapat menjadi lebih kreatif dan aktif dalam menentukan sebuah perencanaan agar dapat memajukan usahanya. Sehingga perusahaan juga akan mendapatkan masukan dan saran yang baik dari pelanggan. Dengan begitu, pelanggan akan merasa puas setelah datang ke restoran tersebut.

Hal tersebut juga dapat menyebabkan suatu gambaran yang positif bagi perusahaan, pelanggan yang merasa puas akan pelayanan yang ada pada restoran tersebut bukan tidak mungkin dapat menyebar luaskan atau berbagi informasi kepada orang lain di luar sana. Seperti teman, keluarga, rekan kerja ataupun dengan menggunakan website yang ada.

Pelanggan dapat dikatakan merasa puas setelah apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh mereka terpenuhi sesuai dengan harapan mereka. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis - jenis pelayanan yang dapat diberikan kepada pelanggan agar merasa puas serta apa yang mereka inginkan dan butuhkan dapat terpenuhi yaitu berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, keramah tamahan dan kenyamanan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan secara langsung kepada pelanggan. Dengan begitu perusahaan dapat merebut pangsa pasar dengan memperoleh pelanggan sebanyak banyaknya.

Adapun kenaikan dan penurunan pelanggan yang terjadi pada Revo Café Anantara The Palm Dubai Resort & Spa merupakan hal yang umumnya terjadi. Hal tersebut bisa disebabkan oleh beberapa faktor, pada umumnya faktor kenaikan terjadi karena adanya suatu kegiatan istimewa, diskon, promosi dan menu baru.

METODE

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Lokasi yang digunakan yaitu Revo Café Anantara The Palm Dubai Resort & Spa. Pada penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Sedangkan teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan kuesioner. Dalam menentukan sampel yang digunakan pada penelitian ini, maka digunakan Teknik *Non-Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82) *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Roscoe dalam Sugiyono (2015:12) mengemukakan bahwa ukuran yang layak digunakan dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin menurut Sugiyono (2014) dalam Zahrah (2018) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(N * d^2) + 1}$$

Dari hasil tersebut maka ditemukan sampel dengan jumlah 100 responden, dimana dari 100 responden tersebut akan ditentukan dengan Teknik *convenience sampling*. Dalam kuisisioner ini, penulis menggunakan skala *likert* sebagai pengukuran variabelnya. Pengukuran data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan skala empat tingkat pengukuran. Menurut Hertanto (2017), modifikasi skala empat tingkat terhadap skala *Likert* meniadakan kategori jawaban ditengah. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka dapat diberi skor dari skala *likert*, yaitu:

Tabel 1. Skor Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

Sumber: Hertanto, 2017

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji deskriptif, uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas), uji regresi linear sederhana, uji hipotesis (uji R² dan uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis mengolah data dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 4 pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan dan 6 pernyataan untuk variabel kepuasan pelanggan. Kuesioner yang disebarakan diberikan kepada 100 responden Revo Café Anantara the Palm Dubai Resort & Spa. Hasil penelitian diuraikan sebagai berikut:

Karakteristik Responden

Responden yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang datang ke Revo Café Anantara the Palm Dubai Resort & Spa sepanjang tahun 2021. Responden yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang responden. Berikut adalah rincian data responden:

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Total	Persentase
Laki-laki	55	55%
Wanita	35	35%
Lainnya	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner 2022

Tabel 3. Umur Responden

Umur	Total	Persentase
17-25 tahun	12	12%
26-35 tahun	50	50%
36-60 tahun	38	38%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner 2022

Tabel 4. Domisili Responden

Domisili	Total	Persentase
United Kingdom	35	35%
Russia	25	25%
Arab	10	10%
German	15	15%
Asia	5	5%
Perancis	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner 2022

Uji Validitas

Pada penelitian ini, untuk menentukan apakah data yang didapat valid atau tidak maka dapat digunakan uji validitas. Menurut Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan koefisien korelasi dengan r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dengan pengujian 2 sisi (*two tailed test*), tingkat signifikan 5% dan mengambil 100 responden dari 53.578 responden, untuk menguji sebuah validitas setiap butir pernyataan dengan rumus ($DF = n - 2$). Maka diperoleh r tabel sebesar 0,1966. Adapun hasil output perhitungan uji validitas dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X

Ket.	r hitung	r tabel	Sig. (2- tailed)	5%	
Q1	.403**	0.1966	0.000	5%	VALID
Q2	.467**	0.1966	0.000	5%	VALID
Q3	.605**	0.1966	0.000	5%	VALID
Q4	.600**	0.1966	0.000	5%	VALID
Q5	.576**	0.1966	0.000	5%	VALID
Q6	.723**	0.1966	0.000	5%	VALID
Q7	.739**	0.1966	0.000	5%	VALID
Q8	.806**	0.1966	0.000	5%	VALID
Q9	.769**	0.1966	0.000	5%	VALID
Q10	.783**	0.1966	0.000	5%	VALID

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas maka disimpulkan bahwa hasil uji validitas 10 butir pernyataan pada variabel x (kualitas pelayanan) adalah valid. Karena nilai r hitung lebih dari 0,1966 atau melebihi nilai r tabel.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Ket	r hitung	r tabel	Sig. (2- tailed)	5%	
Y1	.809**	0,1966	0.000	5%	VALID
Y2	.663**	0,1966	0.000	5%	VALID
Y3	.810**	0,1966	0.000	5%	VALID
Y4	.858**	0,1966	0.000	5%	VALID
Y5	.812**	0,1966	0.000	5%	VALID
Y6	.601**	0,1966	0.000	5%	VALID

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Pada tabel di atas maka dapat diketahui bahwa dari 6 butir pernyataan yang terdapat dalam kepuasan pelanggan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Suatu pengukuran dikatakan *reliable* atau memiliki keandalan jika konsistensi memberikan jawaban yang sama (Morissan,2014). Data dikatakan *reliable* bila hasil *Cronbach Alpha* > 0.060. Berikut nilai reliabilitas variabel X.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.850	10

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel X yaitu sebesar 0,850 menunjukkan tingkat *reliable* tinggi.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.854	6

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel Y yaitu sebesar 0,854 menunjukkan tingkat *reliable* tinggi.

Uji Regresi Linear

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut adalah uraian mengenai hasil pengujian variabel independen kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y):

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.745	2.093		5.134	0.000
KUALITAS PELAYANAN	0.321	0.055	0.508	5.838	0.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Dapat diketahui hasil pengolahan data dengan metode analisis regresi linear sederhana menggunakan SPSS versi 25 dengan tingkat kesalahan ($\alpha=0,05$ atau 5%) adalah 0,000 yang artinya nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pada tabel 11 diperoleh persamaan regresi linear sederhana antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu,

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10,745 + 0,321X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

1. Konstanta sebesar 10,745 menyatakan bahwa jika nilai kualitas pelayanan nol ($X=0$), maka nilai kepuasan pelanggan tidak mengalami perubahan atau konstan sebesar 10,745 yang artinya jika tidak ada kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Anantara The Palm Dubai Resort & Spa, maka kepuasan pelanggan bernilai 10,745.
2. Koefisien regresi sebesar 0,321 menyatakan bahwa jika peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,321 yang artinya jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Anantara The Palm Dubai Resort & Spa sama dengan 1 atau naik sebesar 1, maka kepuasan pelanggan sama dengan 0,321 atau naik sebesar 0,321.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengukur kemampuan seberapa besar presentase variabel independen pada model regresi linear sederhana dalam menjelaskan variabel dependen. Angka koefisien determinasi dapat dilihat dari hasil output SPSS sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	0.258	0.250	1.582

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 13, untuk melihat seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu terdapat pada nilai R^2 , maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai R adalah 0,508 yang artinya hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan memperoleh angka sebesar 50,8%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X terhadap variabel Y berkorelasi Tinggi.
2. Nilai R^2 adalah 0,258 yang artinya angka tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan hanya memberikan pengaruh sebesar 25,8% terhadap variabel kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya.
3. *Standart Error of Estimated* artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. Hal ini dapat juga disebut dengan *standart deviasi*. Dalam penelitian ini maka diperoleh angka sebesar 1,582. Semakin kecil *Standart Error of Estimated* berarti model semakin baik.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Pada pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dan penentuan dari f tabel yaitu $F_{tabel} = F(k; n-k)$ maka di dapatkan hasil 3,94. Adapun hasil uji simultan atau uji F dari output SPSS sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.293	1	85.293	34.087	.000 ^b
	Residual	245.217	98	2.502		
	Total	330.510	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 14 maka dapat dilihat bahwa nilai $F = 34,087$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $34,087 > 3,94$ dan dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ atau $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah salah satu tes statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepaluan hipotesis nol atau nihil (H_0) yang menyatakan bahwa diantara sampel yang diambil tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Dengan nilai t tabel dan tingkat signifikansi 0,05, dimana $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1)$. Maka $t_{tabel} = t(0,05/2; 100-1-1)$ didapatkan nilai t tabel sebesar 1,98447. Adapun dasar pengambilan keputusan antara lain:

1. Jika nilai sig. = 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y .
2. Jika nilai sig. = 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Adapun hasil uji parsial atau uji T dari output SPSS sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
1 (Constant)	10.745	2.093		5.134	0.000	
KUALITAS PELAYANA N	0.321	0.055	0.508	5.838	0.000	

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 15 maka dapat dilihat bahwa variabel independen kualitas pelayanan menghasilkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 sebagai Variabel independen (X) dan memiliki nilai t hitung sebesar 5,838. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $5,838 > 1,98447$ dan nilai Sig. lebih kecil dari α (0,05) atau $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X kualitas pelayanan terhadap variabel Y kepuasan pelanggan.

Analisis Deskriptif

Dari data di atas maka dapat ditemukan hasil dari analisis deskriptif kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari (5) indikator pernyataan yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangible*) dengan menggunakan program SPSS versi 25 sebagai berikut:

Tabel 13. Analisis Deskriptif Variabel X

No	Pernyataan	Skor	Mean	Kategori
KEHANDALAN (RELIABILITY)				
1	Karyawan handal dalam menangani keluhan pelanggan	389	3.89	Sangat Baik
2	Karyawan handal dalam menjelaskan menu	385	3.85	Sangat Baik
DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)				
3	Karyawan cepat dalam melayani pelanggan	380	3.8	Sangat Baik
4	Karyawan bersedia untuk membantu pelanggan jika ada kesulitan	375	3.75	Sangat Baik
JAMINAN (ASSURANCE)				
5	Adanya jaminan atas menu yang dipesan pelanggan	378	3.78	Sangat Baik
6	Karyawan ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	381	3.81	Sangat Baik
EMPATI (EMPHATY)				
7	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik	377	3.77	Sangat Baik
8	Karyawan peduli terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan	372	3.72	Sangat Baik
BUKTI FISIK (TANGIBLE)				
9	Bangunan restoran yang menarik dan modern	376	3.76	Sangat Baik
10	Fasilitas restoran yang memadai	380	3.8	Sangat Baik

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari pernyataan pertama hingga pernyataan terakhir memiliki hasil rata-rata sangat baik, yang mana hal tersebut menjelaskan bahwa pelanggan yang datang merasa sangat puas dengan pelayanan di Revo Café Anantara the Palm Dubai Resort & Spa.

Tabel 14. Analisis Deskriptif Variabel Y

No	Pernyataan	Skor	Mean	Kategori
1	Pelayanan yang diperoleh sesuai/melebihi dengan yang diharapkan	381	3.81	Sangat Baik
2	Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan	388	3.88	Sangat Baik
3	Menyarankan teman/kerabat untuk membeli produk karena pelayanan yang memuaskan	384	3.84	Sangat Baik
4	Saya merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan Revo Café restoran	381	3.81	Sangat Baik
5	Saya merasa puas terhadap harga yang ada pada Revo Café restoran	380	3.8	Sangat Baik
6	Saya yakin/percaya terhadap produk di Revo Café restoran dibandingkan restoran lain.	379	3.79	Sangat Baik

Sumber: Hasil Olahan Data Kuesioner 2022

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa dari pernyataan pertama sampai pernyataan ke enam pada bagian kepuasan pelanggan rata-rata dari pelanggan mengakui bahwa mereka merasa puas atas pelayanan yang ada di Revo Café Anantara the Palm Dubai Resort & Spa.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penulisan dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti pada pelanggan Revo Café mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Revo Café Anantara The Palm Dubai Resort & Spa” yang melibatkan 100 responden. Maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian statistik menggunakan SPSS, diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Berdasarkan hasil pengujian statistik menggunakan SPSS, diperoleh bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 50,8%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X terhadap variabel Y berkorelasi Tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti akan memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk Revo Café Anantara The Palm Dubai Resort & Spa. Diharapkan agar karyawan Revo Café Anantara The Palm Dubai Resort & Spa lebih memperhatikan lagi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan yang datang. Karena dapat diketahui bahwa sebesar 50,8% kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Revo Café. Yang dimana menurut peneliti hasil presentase tersebut adalah besar, dengan adanya hasil tersebut maka dapat dipastikan bahwa tidak sedikit pelanggan yang datang ke Revo Café Anantara The Palm Dubai Resort & Spa dikarenakan oleh kepuasan ataupun kenyamanan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang ada di Revo Café.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2020). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan skala likert lima skala dengan modifikasi skala likert empat skala. *Metodologi Penelitian*, September, 1-4.
https://www.academia.edu/34548201/PERBEDAAN_SKALA_LIKERT_LIMA_SKALA_DENGAN_MODIFIKASI_SKALA_LIKERT_EMPAT_SKALA
- Irawan, H. (2003). *Indonesia customer satisfaction: membedah strategi kepuasan pelanggan merek pemenang ICSA*. PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2003). *Dasar-dasar pemasaran* (9th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Morissan. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta
- Suwito, J. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV GLOBAL AC BANJARBARU. *KINDAI*, 14(3), 255-262.
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7-12.
- Zahrah, I. F. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Online pada produk Fesyen di Shopee*. Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.