MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi

Damar Alif Prasetyo[1] Irwin Sukrisno Soegeng[2] Andri Rizko Yulianto[3]

[a]Universitas Bina Sarana Informatika, Manajemen

[1]damaralif930@gmail.com , [2]Irwin.ins@bsi.ac.id, [3]andri.dzt@bsi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at Tanah Deli Restaurant, a F&B restaurant company. The phenomenon underlying the relationship between service quality and customer satisfaction on customer loyalty is discussed. The research methodology used was a quantitative statistical approach with a questionnaire distributed to 150 respondents using the Hair technique. Data were processed using SPSS version 26 software, including classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and partial (t-test) and simultaneous (f-test) hypothesis testing. The results of the multiple linear regression analysis yielded the equation Y = 2.380 + 0.741 X1 + 0.186 X2. The research findings indicate that partially, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, contributing 65.2%. Partially, customer satisfaction also has a positive influence on customer loyalty, contributing 74.6%. Simultaneously, service quality and customer satisfaction significantly influence customer loyalty, with a coefficient of determination (R2) of 75.3%. The remaining 24.7% is influenced by factors outside the research model. It is concluded that the combination of competitive service quality and customer satisfaction is the key to increasing customer loyalty at Tanah Deli Jatimurni Restaurant in Bekasi City.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Resto Tanah Deli , sebuah perusahaan restoran F&B. Fenomena yang melatarbelakangi adanya Kualitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif statistik dengan instrumen kuesioner yang disebarkan kepada 150 responden melalui teknik Hair. Data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 mencakup uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji f).

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan Y = 2,380

Article history
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

+ 0,741 X1 + 0,186 X2. Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan dengan kontribusi sebesar 65,2%. Secara parsial pula, variable kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi mencapai 74,6%. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 75,3%, sedangkan sisanya sebesar 24,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Disimpulkan bahwa kombinasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang kompetitif merupakan kunci utama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Semakin maju kuliner di Indonesia lima tahun terakhir menunjukkan tren perkembangan yang konsisten dan terukur. Data dari berbagai laporan ekonomi kreatif menunjukkan bahwa subsektor kuliner menjadi aktor utama dalam pembentukan Produk Domestik Bruto sektor ekonomi kreatif. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya jumlah pelaku usaha baru serta inovasi dalam konsep bisnis restoran. Pelaku usaha tidak hanya bersaing pada kualitas produk, tetapi juga pada diferensiasi pengalaman pelanggan. Perubahan gaya hidup masyarakat urban memperkuat tren ini. Pelanggan kini lebih sering mengonsumsi makanan di luar rumah dan menjadikan aktivitas tersebut sebagai bagian dari gaya hidup. Selain itu, penetrasi alat digital seperti aplikasi pembelian dan sosial media memperluas akses pasar bagi pelaku usaha kuliner. Kondisi ini menciptakan persaingan yang semakin ketat dan dinamis. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan usaha restoran. Kualitas pelayanan menggambarkan perusahaan yang menyediakan keinginan dan harapan pelanggan secara konsisten. Karyawan yang cepat, ramah, dan akurat akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap restoran. Sebaliknya, pelayanan yang lambat dan tidak responsif akan menurunkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Kualitas pelayanan bukan dilihat dari hasil akhir, tetapi juga dari proses hubungan antara karyawan dan pelanggan. Setiap titik kontak pelayanan memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Dengan

demikian, pengelolaan kualitas pelayanan menjadi hal penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan harus dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan untuk memastikan konsistensi layanan.

Konsep kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada lima dimensi utama yaitu ***tangible***, ***reliability***, ***responsiveness***, ***assurance***, **dan** ***empathy***. Dimensi *tangible* berkaitan dengan bukti fisik seperti fasilitas dan penampilan karyawan. Dimensi *reliability* menekankan pada kemampuan memberikan layanan secara akurat dan konsisten. *Responsiveness* berkaitan dengan kecepatan dalam merespons kebutuhan pelanggan. *Assurance* mencerminkan kompetensi dan kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan. *Empathy* menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan individu pelanggan. Kelima dimensi ini memiliki hubungan yang erat dan membentuk penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Penelitian Nugroho, Akbar, & Hutabarat (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap puasnya pelanggan dengan kontribusi yang signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama dalam strategi bisnis restoran. Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah dibuktikan melalui berbagai penelitian empiris. Nugroho et al (2024) menunjukkan Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan nyata terhadap kepuasan pelanggan di industri restoran. Semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan turut menjadi penghubung yang memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan memegang peranan penting dalam membentuk perilaku pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan setiap bentuk pelayanan agar pelanggan memperoleh pengalaman yang baik dan memuaskan.

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan akhir dari strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Loyalitas tercermin dari komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa yang sama dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga memberikan rekomendasi kepada orang lain. Dalam industri kuliner, loyalitas pelanggan menjadi faktor penting karena berkaitan langsung dengan keberlangsungan usaha. Biaya untuk mempertahankan pelanggan lama lebih rendah dibandingkan dengan biaya untuk menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, perusahaan perlu fokus pada upaya membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **deskriptif kuantitatif** penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka yang dapat diukur secara objektif. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel serta menjelaskan pengaruh yang terjadi melalui analisis statistic (Sugiyono, 2023). Penelitian ini mengangkat judul ***"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi"***. Pendekatan kuantitatif dipilih karena variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan (X_1), kepuasan pelanggan (X_2), dan loyalitas pelanggan (Y), dapat diukur menggunakan instrumen terstruktur dan dianalisis secara statistik. Menurut Sugiyono, (2023), metode penelitian kuantitatif yang menekankan pengukuran objektif terhadap fenomena melalui data numerik. Penelitian dilakukan secara terstruktur dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner, kemudian hasilnya dianalisis untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang bersifat generalisasi berdasarkan sampel yang mewakili populasi. Selain itu.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan cross-sectional, di mana data dikumpulkan dalam satu periode waktu tertentu. Teknik ini dipilih karena mampu menggambarkan kondisi aktual pelanggan terkait kualitas pelayanan, tingkat kepuasan, serta loyalitas mereka terhadap Resto Tanah Deli. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator yang telah teruji dalam penelitian sebelumnya, seperti dimensi SERVQUAL yang dikembangkan oleh (Ghozali, 2021).

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Resto Tanah Deli yang beralamat di Jl. Raya Hankam No.7, RT.004/RW.005, Jatimurni, Kecamatan Pondok Melati, Kota Bekasi, Jawa Barat 17431. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada adanya fenomena terkait kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada periode April 2026 sampai Juni 2026, dimulai dari tahap observasi awal, penyusunan instrumen penelitian, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian.

2.2 Populasi Dan Sampel Penelitian

A. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu sesuai tujuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi. Karena jumlah pelanggan tidak dapat diketahui secara pasti, maka populasi dalam penelitian ini dikategorikan sebagai populasi tidak terbatas (infinite population) (Kurniasih, Rahmawati, & Akhmad, 2024).

B. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu

1. Pelanggan yang melakukan pembelian di resto tanah deli minimal 2 kali
2. Pelanggan yang berusia minimal 18 tahun
3. Bersedia mengisi kuesioner

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Hair et al., yaitu jumlah indikator dikalikan 5 sampai 10. Penelitian ini memiliki total 30 indikator, sehingga jumlah minimal responden diperoleh:30 × 5 = 150 responden. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 150 responden(Hair, 2023).

2.3. Teknik Pengumpulan Data

A. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara Mengamati secara langsung kondisi pelayanan, aktivitas oprasional, serta perilaku pelanggan di Resto Tanah Deli Kota Bekasi.

B. Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dalam penelitian ini untuk memperoleh data dari responden . Kuesioner disusun berdasarkan indikator variable penelitian dengan menggunalan skala Likert 1 sampai 5.

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2.4 Definisi Oprasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen meliputi kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2). Kualitas pelayanan (X1) diukur menggunakan indikator SERVQUAL yang terdiri dari tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Sementara itu, kepuasan pelanggan (X2) diukur melalui beberapa indikator, yaitu kesesuaian harapan, kepuasan terhadap layanan, kepuasan terhadap produk, kepuasan emosional, serta kepuasan secara keseluruhan. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y), yang diukur melalui indikator repeat purchase (pembelian ulang), retention (ketahanan terhadap pesaing), referral (rekomendasi), emotional loyalty (keterikatan emosional), dan switching resistance (resistensi berpindah).

2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 26 dengan tahapan sebagai berikut:

A. Uji Validitas

(Iba, 2023), uji validitas berfungsi sebagai penjamin bahwa instrumen pengumpulan data mampu mengukur indikator yang relevan secara akurat. Parameter validitas ditentukan melalui keselarasan antara butir pertanyaan dengan konstruk teoretisnya. Pengujian ini dilaksanakan dengan menguji signifikansi korelasi skor item terhadap

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kepercayaan terhadap suatu hal. Dalam penelitian, uji reliabilitas berfungsi untuk menilai konsistensi angket. Kuesioner dikatakan reliabel jika dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian secara akurat, bahkan ketika digunakan berkali-kali pada subjek yang sama atau berbeda (Sugiyono, 2023).

C. Uji Asumsi Klasik,

Uji asumsi klasik merupakan langkah awal yang krusial sebelum analisis regresi linear berganda. Tujuannya adalah untuk memastikan model regresi memenuhi syarat statistik dan bebas dari berbagai penyimpangan (seperti ketidaknormalan data atau korelasi antar variabel) yang dapat memengaruhi kualitas analisis. Dengan terpenuhinya asumsi ini, persamaan regresi yang dihasilkan valid, tidak bias, dan mampu menggambarkan hubungan antar variabel secara akurat dan terpercaya (Sihotang, 2023).

meliputi

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolinearitas
3. Uji Heteroskedastisitas
4. Uji Linearitas

D. Analisis Regresi Linear Berganda

Dikenal sebagai *Multiple Linear Regression*, Regresi Linear Berganda adalah metode yang digunakan untuk memodelkan hubungan linear antara satu variabel terikat (seperti loyalitas pelanggan) dengan sejumlah variabel bebas (seperti kualitas pelayanan, kenyamanan pelanggan, kepuasan pelanggan, kebersihan tempat, kecepatan pelayanan, dan kualitas produk) (Wijaya, Ayu, Jesi, Putu, & Widya, 2024).

Persamaan regresi:

$Y=a+b1X1+b2X2+e$

Keterangan:

Y = Loyalitas pelanggan

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

e = Error

2.6 Uji Hipotesis

A. Uji t dilakukan untuk melihat apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan anggapan bahwa variabel bebas lainnya berada dalam kondisi tetap. Selain itu, uji t juga digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah dibuat dapat diterima atau justru ditolak berdasarkan hasil pengujian statistik.

B. Uji F (uji simultan) adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara serentak (simultan) terhadap variabel terikat. Dalam kasus ini, tujuannya adalah menilai pengaruh Kualitas pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

2.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan atau R square ini berguna untuk memprediksi dan menentukan seberapa besar pengaruh variable X terhadap variable lainnya secara bersamaan atau bersamaan. Data yang telah di uji coba diperoleh dari hasil perhitungan yang dianalisis dengan menggunakan bantuan aplikasi software SPSS 26.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Perusahaan

Resto Tanah Deli merupakan sebuah restoran yang berfokus pada penyajian makanan khas Medan dengan cita rasa autentik dan kualitas yang terjaga. Restoran ini didirikan pada tanggal 28 Juli 2016 oleh Alexander Parangin Angin, yang memiliki latar belakang kecintaan terhadap kuliner tradisional Sumatera Utara, khususnya masakan khas Medan. Resto Tanah Deli yang beralamat di Jl. Raya Hankam No.7, RT.004/RW.005, Jatimurni, Kecamatan Pondok Melati, Kota Bekasi, Jawa Barat 17431.

A Visi dan Misi Resto Tanah Deli

Visi :

Menjadi restoran pilihan utama yang menyajikan makanan khas Medan dengan cita rasa autentik, kualitas terjaga, dan pelayanan yang konsisten sehingga mampu membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Misi:

1. Menyajikan makanan khas Medan dengan resep asli dan bahan baku berkualitas.
2. Menjaga konsistensi rasa, kebersihan, dan standar penyajian pada setiap menu.
3. Memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.
4. Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui inovasi menu dan evaluasi layanan secara berkala.

5. Mengelola operasional restoran secara efektif dan efisien untuk mendukung keberlanjutan usaha.

3.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari uji data kuesioner yang telah diolah oleh peneliti pada Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi, karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, status pernikahan, pengeluaran/bulan.

A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	Laki-Laki	68	45,30
2	Perempuan	82	54,70
Jumlah		150	100,00

Tabel diatas merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin, hasilnya memperlihatkan bahwa jenis kelamin laki-laki berjumlah 68 orang dan perempuan berjumlah 82 orang. Terdapat lebih banyak responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 68 orang pelanggan pada Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi, dari jumlah keseluruhan responden yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini yang berjumlah 150 orang pelanggan.

B. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
1	18-25 Tahun	54	36,00
2	26-35 Tahun	51	34,00
3	36-50 Tahun	31	20,70
4	>50 Tahun	14	9,30
Jumlah		150	100,00

Tabel diatas merupakan hasil dari uji frekuensi data responden berdasarkan usia, hasilnya memperlihatkan bahwa kelompok usia 18-25 tahun memiliki frekuensi sebanyak 54 Orang, kelompok usia 26 - 35 tahun memiliki frekuensi sebanyak 51 orang, kelompok usia 36 - 50 tahun memiliki frekuensi sebanyak 31 orang, kelompok usia diatas 50 tahun memiliki frekuensi sebanyak 14 orang. Kesimpulan dari tabel diatas bahwa responden yang memiliki usia paling banyak adalah kelompok usia 18 - 25 tahun yang berjumlah 54 orang pelanggan

pada Reato Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi, dari jumlah keseluruhan responden yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini yang berjumlah 150 orang pelanggan.

C. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	38	25,30
2	Karyawan	57	38,00
3	PNS	24	16,00
4	Ibu Rumah Tangga	14	9,30
5	Wirausaha	13	8,70
6	Lainnya	4	3,00
Jumlah		150	100,00

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil uji frekuensi data responden berdasarkan Pekerjaan hasilnya menunjukkan bahwa pekerjaan pelajar/mahasiswa/i memiliki frekuensi sebanyak 38 orang, pekerjaan Karyawan memiliki frekuensi sebanyak 57 orang, pekerjaan PNS memilliki frekuensi sebanyak 24 orang, pekerjaan ibu rumah tangga memiliki frekuensi sebanyak 14 orang, pekerjaan wirausaha memiliki frekuensi sebanyak 13 orang, dan pekerjaan lainnya memiliki frekuensi sebanyak 4 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa Pekerjaan Karyawan memiliki jumlah frekuensi paling banyak yaitu berjumlah 57 orang. Pada pelanggan Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi dari jumlah keseluruhan yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 150.

D. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

No	Status Pernikahan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Belum Menikah	81	54,40
2	Menikah Tanpa Anak	17	11,40
3	Menikah Ada Anak	52	34,70
		150	100,00

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil uji frekuensi data responden berdasarkan status pernikahan hasilnya menunjukkan bahwa belum menikah memiliki frekuensi sebanyak 81 orang, menikah tanpa anak memiliki frekuensi sebanyak 17 orang, menikah ada anak

memilliki frekuensi sebanyak 52 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa belum menikah memiliki jumlah frekuensi paling banyak yaitu berjumlah 81 orang. Pada pelanggan Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi dari jumlah keseluruhan yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 150.

E. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/Bulan

No	Pengeluaran/Bulan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	51	34,00
2	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	68	45,30
3	Rp. 6.000.000-Rp. 10.000.000	23	15,30
4	>Rp. 10.000.000	8	5,30
Jumlah		150	100,00

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil uji frekuensi data responden berdasarkan status pernikahan hasilnya menunjukkan bahwa Rp. 1.000.000-Rp.2.000.000 memiliki frekuensi sebanyak 51 orang, Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000 memiliki frekuensi sebanyak 68 orang, Rp. 6.000.000-Rp. 10.000.000 memilliki frekuensi sebanyak 23 orang, < Rp. 10.000.000 memiliki frekuensi sebanyak 8 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa Rp. 6.000.000-Rp. 10.000.000 memiliki jumlah frekuensi paling banyak yaitu berjumlah 68 orang. Pada pelanggan Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi yang berjumlah 150.

3.3 Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

Uji validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 150 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai Rhitung (Corrected ItemTotal Correlation) > Rtabel sebesar= 150-2 = 148 = 0,160 untuk maka item/pernyataan tersebut dapat dikatakan valid, sebaliknya jika Rhitung < Rtabel maka pernyataan tersebut tidak valid. Berikut hasil pengujian validitas menggunakan alat uji software SPSS statistic 26 dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Variabel	Pertanyaan/Item	R. Hitung	R. Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.728	0.160	Valid
	X1.2	0.665	0.160	Valid
	X1.3	0.681	0.160	Valid
	X1.4	0.728	0.160	Valid
	X1.5	0.578	0.160	Valid
	X1.6	0.713	0.160	Valid
	X1.7	0.709	0.160	Valid
	X1.8	0.638	0.160	Valid
	X1.9	0.621	0.160	Valid
	X1.10	0.548	0.160	Valid
Kepuasan Pelanggan (X2)	X2.1	0.726	0.160	Valid
	X2.2	0.697	0.160	Valid
	X2.3	0.728	0.160	Valid
	X2.4	0.646	0.160	Valid
	X2.5	0.676	0.160	Valid
	X2.6	0.686	0.160	Valid
	X2.7	0.714	0.160	Valid
	X2.8	0.697	0.160	Valid
	X2.9	0.744	0.160	Valid
	X2.10	0.670	0.160	Valid

Loyalitas Pelanggan (Y)	Y1	0.606	0.160	Valid
	Y2	0.745	0.160	Valid
	Y3	0.660	0.160	Valid
	Y4	0.660	0.160	Valid
	Y5	0.660	0.160	Valid
	Y6	0.738	0.160	Valid
	Y7	0.766	0.160	Valid
	Y8	0.743	0.160	Valid
	Y9	0.781	0.160	Valid
	Y10	0.797	0.160	Valid

Dari keterangan tabel diatas dapat dilihat pada keseluruhan variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2) dan Loyalitas Pelanggan (Y) yang memiliki Rhitung > Rtabel (0,160). Maka dapat di katakan bahwa keseluruhan item pada varibel dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya. Pengujian ini menggunakan nilai Cronbach's Alpha sebagai indikator utama, dengan acuan tingkat reliabilitas minimum sebesar 0,60. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60, maka instrumen dianggap reliabel, artinya butir-butir pertanyaan dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26, dan hasilnya disajikan pada tabel berikut:

Variabel	Jumlah/Item Pertanyaan	Cronbach's alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	10	0.855	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	10	0.882	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	10	0.893	Reliabel

3.3 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu tahapan dalam uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah residual (selisih antara nilai prediksi dan nilai aktual) dalam model regresi berdistribusi normal. Normalitas residual merupakan syarat penting dalam analisis regresi linear, karena hasil estimasi dan uji signifikansi yang dilakukan agar lebih valid jika asumsi ini terpenuhi. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Uji ini membandingkan distribusi data residual dengan distribusi normal secara teoritis. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			150
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.893557609
Most Extreme Differences	Absolute		.081
	Positive		.047
	Negative		-.081
Test Statistic			.081
Asymp. Sig. (2-tailed)			.017[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.256[d]
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.247
		Upper Bound	.265
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.			

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada Asymp. Sig sebesar 017, karena hasil tidak signifikansi sebesar 017 > 0,05 maka menggunakan metode monte carlo menjadi nilai signifikansi 0.256 dengan monte carlo 0.247 lower dan 0.265 upper dapat disimpulkan bahwa data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

B. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada berbagai tingkat nilai variabel independen. Dengan kata lain, uji ini bertujuan untuk mendeteksi apakah terjadi gejala heteroskedastisitas, yaitu kondisi di mana nilai residual tidak memiliki varians yang konstan. Padahal dalam model regresi linear klasik, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah homoskedastisitas atau kesamaan varians residual.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.911	1.314		.693	.489
	X2	.037	.067	.100	.549	.584
	X1	-.019	.065	-.055	-.298	.766

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui untuk nilai signifikansi pada masing - masing variabel bernilai > 0,05 sehingga dapat di nyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas dalam model regresi pada penelitian ini.

C. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Jika terjadi multikolinearitas, hasil estimasi parameter regresi dapat menjadi kurang akurat karena pengaruh masing-masing variabel independen sulit dibedakan terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu, model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami gejala multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas umumnya dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Coefficients[A]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
X1	Kualitas Pelayanan	0.203	4.928
X2	Kepuasan Pelanggan	0.203	4.928
a. Dependent Variabel: Loyalitas Pelanggan			

Berdasarkan Tabel IV.10 Menyatakan bebas dari gelaja multikolonieritas bahwa nilai Telerance > 0.1 dan Nilai VIF < 10

D. Uji Linearitas

Menurut Sugiyono, uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen memiliki pola hubungan yang linear atau tidak. Uji ini penting dilakukan sebagai salah satu syarat analisis statistik, khususnya pada analisis regresi linear.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Pelanggan * Kepuasan Pelanggan	Between Groups	(Combined)	2554.589	18	141.922	26.863	.000
		Linearity	2422.021	1	2422.021	458.435	.000
		Deviation from Linearity	132.568	17	7.798	1.476	.113
	Within Groups		692.105	131	5.283		
	Total		3246.693	149			

Berdasarkan Tabel 12, bahwa hasil uji linearitas, diperoleh nilai Deviation from Linearity sebesar 0,113. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 (0,113 > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen bersifat linear

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

E. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, analisis dilakukan untuk melihat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) secara simultan maupun parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi. Perhitungan regresi dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.380	1.892		1.258	.210
	Kepuasan Pelanggan	.741	.096	.702	7.713	.000
	Kualitas Pelayanan	.186	.094	.181	1.984	.049

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Pada tabel IV.11 diatas merupakan hasil output dari pengujian regresi linear berganda. Adapun persamaan regresi linier berganda pada pengujian di atas adalah

$$Y = \alpha + b1X1 + b2X2$$

$$Y = 2.380 + 0.741X1 + 0.186X2$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (α) sebesar 2.380 dengan tanda positif menyatakan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) tidak mengalami kenaikan atau penurunan maka nilai Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 2.380.
2. Nilai koefisien regresi variabel (b1) Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0.741 dengan tanda positif yang menyatakan jika variabel Kualitas Pelayanan naik sebesar satu satuan, akan meningkatkan nilai Loyalitas Pelanggan sebesar 0.741.
3. Nilai koefisien regresi variabel (b2) Kepuasan Pelanggan (X_2) sebesar 0.186 dengan tanda positif menyatakan jika variabel Kepuasan Pelanggan naik sebesar satu satuan, akan meningkatkan nilai Loyalitas Pelanggan sebesar 0.186.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

3.4 Uji Hipotesis

A. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) secara parsial atau sendiri-sendiri.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.380	1.892		1.258	.210
	Kualitas Pelayanan	.186	.094	.181	1.984	.049
	Kepuasan Pelanggan	.741	.096	.702	7.713	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan level signifikan sebesar 0,05 maka dapat dinyatakan dengan rumus:

Ttabel = t (a/2; n-k-1) = (0,05/2;150-2-1) = 0,025;147 = 1,976

Maka t tabel yang didapat adalah sebesar 1,976. Berikut hasil pengujian hipotesis dari tabel diatas dijabarkan sebagai berikut :

1. Pengujian H1 : Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
   Diketahui nilai signifikansi (sig) untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,049 > 0,05 dan nilai Thitung sebesar 1.984> Ttabel (1.976). Hal ini berarti menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) maka Ha1 diterima H01 ditolak

2. Pengujian H2 : Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai Thitung sebesar 7,713 lebih besar dibandingkan Ttabel 1,976. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dengan demikian, Ho2 diterima dan Ha2 ditolak.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

B. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2), secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu Loyalitas Pelanggan (Y).

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2443.530	2	1221.765	223.615	.000 b
	Residual	803.163	147	5.464		
	Total	3246.693	149			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan						

Dapat dilihat pada tabel IV.13 diatas dalam pengujian ini kriteria penilaian dalam uji f yaitu jika nilai Fhitung > Ftabel dan output sig < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Untuk mengetahui nilai Ftabel bisa di terapkan rumus :

Ftabel = f(k; n-k) = (2; 150 – 2) = (2; 148) yaitu sebesar 3.06

Keterangan : n = jumlah sampel k = jumlah variabel X dari tabel diatas menunjukkan nilai Fhitung (223.615) > Ftabel (3.06) dan nilai sig 0,000 < 0,05 maka Ho3 diterima dan Ha3 ditolak hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) secara bersama – sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi.

3.5 Uji Determinasi

A. Uji Koefiensi Determinasi Parsial

Kualitas Pelayanan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.808a	.652	.650	2.76101
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,652. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki kontribusi pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 65,2%, sedangkan sisanya sebesar 34,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kepuasan Pelanggan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864a	.746	.744	2.36053
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan				

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,746. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (X2) memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 74,6%, sedangkan sisanya sebesar 25,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868a	.753	.749	2.33745
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan				

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,753. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 75,3%. Sementara itu, sisanya sebesar 24,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini ialah untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat pembahasan mengenai hasil penelitian yang akan dijelaskan, yaitu sebagai berikut:

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas (Y) Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi software SPSS 26 yang menyatakan besaran nilai koefisien Kualitas Pelayanan (X_1) yaitu sebesar 0,186 yang mana variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berbanding lurus dan searah terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dan dapat dilihat dari hasil analisis uji t dengan melihat niali sig 0,049 < 0,05 dan nilai Thitung 1.984 > 1.976 maka dapat disimpulkan H_a1 diterima dan $H_0$1 ditolak. Yang artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) secara signifikan. Hal ini dapat membuktikan bahwa semakin besar Kualitas Pelayanan maka akan semakin besar juga Kepuasan Pelanggan, begitu pula kebalikannya, apabila semakin kecil Kualitas Pelayanan maka akan semakin kecil juga Loyalitas Pelanggan. Hasil dari penelitian ini sejalur dengan penelitian yang pernah dilaksanakan oleh Ratih Andalusi (2021) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanam secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

B. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas (Y) Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi software SPSS 26 yang menyatakan besaran nilai koefisien Kepuasan Pelanggan (X_2) yaitu sebesar 0,741 yang mana variabel Kepuasan Pelanggan (X_2) berbanding lurus dan searah terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dan dapat dilihat dari hasil analisis uji t dengan melihat niali sig 0,000 < 0,05 dan nilai Thitung 7.713 > 1.976

maka dapat disimpulkan H_a1 diterima dan $H_0$1 ditolak. Yang artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) secara signifikan. Hal ini dapat membuktikan bahwa semakin besar Kualitas Pelayanan maka akan semakin
besar juga Kepuasan Pelanggan, begitu pula kebalikannya, apabila semakin kecil
Kualitas Pelayanan maka akan semakin kecil juga Loyalitas Pelanggan.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi. Berdasarkan hasil analisis uji F dengan bantuan aplikasi software SPSS 26 yang menyatakan besaran nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai Fhitung 223.615 > Ftabel 3.06, maka dapat disimpulkan bahwa H_a3 diterima dan $H_0$3 ditolak. Yang artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) secara signifikan dan hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik pengaruh dari Kualias Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan juga akan semakin meningkat dan berdampak baik terhadap meningkatnya Loyalitas Pelanggan. Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) dengan melakukan uji koefisien determinasi, dimana dihasilkan (R2) sebesar 0,753 atau 75,3% Hasil dari penelitian ini sejalur dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Ratih Andalusi (2021) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanam secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3.7 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah dilaksanakan secara sistematis dan sesuai dengan kaidah

metodologi ilmiah, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Keterbatasan ini berpotensi memengaruhi generalisasi dan kedalaman hasil, sehingga menjadi pertimbangan penting bagi pembaca dan penelitian di masa depan.

A. Ruang Lingkup Geografis dan Karakteristik Populasi: Penelitian ini secara spesifik hanya berfokus pada Pelanggan Resto Tanah Deli Jl. Raya Hankam No.7, RT.004/RW.005, Jatimurni, Kec. Pondok Melati, Kota Bekasi, Jawa Barat 17431. Oleh karena itu, kesimpulan yang ditarik terkait pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan tidak dapat digeneralisasi secara luas pada seluruh perusahaan di wilayah lain atau dengan karakteristik operasional yang berbeda.

B. Keterbatasan Variabel Independen: Model regresi yang digunakan hanya menguji dua variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2), terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Meskipun kedua variabel tersebut terbukti sangat dominan dengan Koefisien Determinasi Simultan sebesar 75,3%, masih terdapat 24,7% variasi Loyalitas Pelanggan yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam riset ini.

C. Metode Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui metode survei dengan penyebaran kuesioner kepada 150 responden (menggunakan rumus hair) dalam jangka waktu tertentu, yaitu antara bulan April hingga Mei. Penggunaan kuesioner sebagai instrumen utama dapat menimbulkan bias jawaban (*self-report bias),* di mana responden mungkin cenderung memberikan tanggapan yang ideal atau positif, yang berpotensi memengaruhi akurasi data.

D. Jangka Waktu Penelitian: Penelitian ini bersifat *cross-sectional* dengan jangka waktu observasi yang relatif singkat, yaitu dari bulan April sampai Juni. Penelitian ini tidak menangkap dinamika atau perubahan jangka panjang dalam persepsi pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

4.1 Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,049 < 0,05 dan nilai thitung sebesar 1,984 > ttabel 1,976 sehingga hipotesis

diterima. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.

2. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai thitung sebesar 7,713 > ttabel 1,976 sehingga hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas terhadap layanan dan produk yang diberikan cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap restoran.
3. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi. Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 223,615 > Ftabel 3,06 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga hipotesis diterima.

B. Saran

1. Bagi Resto Tanah Deli Jatimurni Kota Bekasi

   Manajemen restoran perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, ketepatan penyajian makanan, serta respons terhadap kebutuhan pelanggan. Konsistensi pelayanan perlu dijaga agar pelanggan merasa nyaman dan puas saat berkunjung.

   Selain itu, restoran disarankan untuk mempertahankan kualitas rasa makanan, kebersihan tempat, dan kenyamanan suasana restoran karena faktor tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

2. Bagi Karyawan

   Karyawan diharapkan mampu memberikan pelayanan yang lebih profesional, responsif, dan komunikatif kepada pelanggan. Sikap ramah, sopan, dan perhatian terhadap pelanggan perlu terus ditingkatkan agar pelanggan merasa dihargai dan memiliki pengalaman positif saat berkunjung ke restoran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti harga, kualitas produk, promosi, lokasi, maupun citra

merek. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat menggunakan objek penelitian yang lebih luas serta jumlah responden yang lebih banyak agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik

Daftar Pustaka

Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 26*. badan penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F. (2023). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS Multivariate Data Analysis*.

Iba, Z. (2023). *METODE PENELITIAN*. (pradana Mahir, Ed.). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/382060657_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas_Data_Penelitian

Kurniasih, K., Rahmawati, E. D., & Akhmad, K. A. (2024). Kualitas Pelayanan , Kepercayaan , dan Kepuasan Terhadap Loyalitas, *1*(4).

Nugroho, N., Akbar, F., & Hutabarat, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, *4*(3), 654–659. https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1043

Sihotang, H. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. (E. Murniatti, Ed.). UKI PRESS.

Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. (SUGIYONO, Ed.) (CETAKAN KE). BANDUNG, ALFABETA BANDUNG.

Wijaya, B. A., Ayu, S., Jesi, N., Putu, I. G., & Widya, A. (2024). Anteseden Kepuasan Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan, *29*(02), 259–280.