

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon

Merlin Imelda Solemede

Gilbert Alvin Rumalatu

Fransiska J Pattiruhu

Mahasiswa Pariwisata Budaya dan Agama Fakultas Ilmu Sosial Keagamaan, IAKN Ambon

Korespondensi penulis: [solemedemei@gmail.com](mailto:solemedemei@gmail.com)

**Abstract:** This research aims to determine the influence of food and beverage service quality on customer satisfaction at Swiss-Bellhotel Ambon. There were 120 samples but 80 samples were used for processing. Data collection used a questionnaire with a Likert scale. The analytical method used in this research is a simple linear regression analysis method with the SPSS 26 application. The research results based on (t test) show that service quality has a significant effect on customer satisfaction with a significant value of  $0.000 < 0.05$  and obtained an *Rsquare* of 0.174% influenced by variables. independent of service quality, while 82.6% is influenced by other variables not examined in this research.

**Keywords:** Influence, service quality, customer satisfaction

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Swiss-Bellhotel Ambon. sampel yang 120 sampel namun yang dipakai untuk diolah 80 sampel. pengambilan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana dengan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian berdasarkan (Uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan diperoleh *Rsquare* sebesar 0,174% dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan sedangkan 82,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**kata kunci :** Pengaruh, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Hotel merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengutamakan kualitas pelayanan terhadap pelanggan atau *customer*. Usaha perhotelan yang tergolong dalam industri jasa pelayanan memegang peranan penting dalam memenuhi dan memuaskan keinginan yang dibutuhkan tamu. Pelayanan yang sebaik-baiknya kepada tamu merupakan hal utama yang tidak dapat dipisahkan dalam usaha perhotelan agar tamu merasa betah atau nyaman menginap di hotel yang bersangkutan, sehingga menambah lama tinggal atau bahkan merencanakan untuk kembali datang atau menginap di lain waktu perlu pelayanan yang optimal. Pelayanan yang optimal dan memuaskan tamu juga akan menimbulkan citra hotel yang baik di mata tamu. Perusahaan perhotelan dapat dikatakan berhasil apabila jasa yang disampaikan telah memenuhi

atau melebihi target yang diharapkan (Silfia, 2019). Peranan hotel dalam industri pariwisata memang sangat penting. hotel sebagai sarana akomodasi umum sangat membantu para wisatawan yang sedang berkunjung untuk berwisata dengan jasa penginapan yang disediakan oleh hotel. Hubungan industri perhotelan dan kepariwisataan memiliki kaitan yang erat. Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan (*main tourism superstructures*) yang berarti hidup dan kehidupannya banyak tergantung pada jumlah wisatawan yang datang. Bila diumpamakan industri pariwisata itu sebagai suatu bangunan, maka sektor perhotelan merupakan tiangnya (C.m, 2019). Oleh karena itu, hotel perlu memberikan kualitas jasa yang terbaik dan memuaskan tamu yang datang atau menginap, terutama kualitas jasa pelayanan yang ada di bagian restaurant. Tamu yang datang atau menginap di hotel pasti membutuhkan makan, minum, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan restaurant. Oleh karena itu, kualitas jasa pelayanan sangat berperan penting untuk memenuhi kepuasan pelanggan karena restaurant merupakan salah satu bagian terbesar departemen yang menghasilkan jasa pelayanan (Silfia, 2019). Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pengunjung setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya. Kualitas Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pengunjung akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang (Murni et al., 2022). Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak. Setiap penyedia jasa yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara meningkatkan kepuasan pengunjungnya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan (Mulya et al., 2022).

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pengunjung (Murni et al., 2022). Kepuasan pengunjung memiliki tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasan pengunjung hanya merupakan prediksi yang lemah terhadap pengunjung yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya. Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli (Noor & Dra, 2020). *Food and beverage service* (FBS) adalah departemen yang memberikan jasa pelayanan dan penyajian makanan dan minuman yang dikelola secara profesional dan bersifat komersial dengan tujuan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan serta mendapatkan keuntungan secara finansial. Departemen ini secara khusus terdapat terutama di dalam industri perhotelan. *Food and beverage* sendiri memiliki tanggung jawab dalam hal memenuhi kebutuhan pelayanan yang berkaitan dengan makanan dan minuman kepada para tamu atau pelanggan (Rizka, n.d.).

*Swiss-Bellhotel International* adalah perusahaan hotel *management* yang unik karena filosofinya, perusahaan ini didirikan pada tahun 1986 oleh Mr. Peter Gautschi dan mulai memasuki pasar Asia sejak tahun 1997 hingga saat ini telah memiliki 32 hotel, dan 25 hotel lainnya dan direncanakan untuk membuka 18 gerai hotel (Wikipedia, n.d.).

*Swiss-Bellhotel Ambon* yang merupakan salah satu hotel yang berada dalam grup *Swiss-Bellhotel International* dan merupakan salah satu hotel terbaik di Kota Ambon.

Pada *Swiss-Bellhotel Ambon* ditemukan ada beberapa pelanggan yang mendapat pelayanan yang sangat baik namun ada beberapa pelanggan yang complain dan melakukan pengaduan karena mendapat pelayanan yang tidak baik seperti pesanan yang di antarkan sangat lama, dan juga ada beberapa pesanan yang diantar namun tidak sesuai dengan yang dipesan. sehingga sering menjadi teguran kepada pelayan pada saat *briefing*. Berdasarkan magang yang dilakukan selama 1 bulan, penulis melakukan pengamatan menemukan masih rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan dan kurangnya pemahaman tentang kepuasan pelanggan terhadap pelayanan. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk proposal skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Food And Beverage Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swiss-belHotel Ambon"

## Rumusan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka diambil rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan *Food And Beverage Service* terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon?

## TEORI

### Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Layanan Prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (quality nice). Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan empathy dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga. Definisi pelayanan menurut Gronroos, yaitu: Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan. (Silfia, 2019)

Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Jadi, kualitas pelayanan adalah interaksi antara pelanggan dengan karyawan yang hasilnya dapat langsung dirasakan oleh pelanggan saat itu juga.

### Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas Pelayanan terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

- a. *Kehandalan (Reliability)*, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menanggapi setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Bukti Fisik (Tangible) merupakan fasilitas fisik yang harus ada dalam proses pelayanan yang ditujukan oleh pihak pemberi dalam berbagai bentuk. aspek tampilan fisik yang disediakan akan sangat menentukan kepuasan dari pengguna jasa. (Silfia, 2019)

#### Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan Pelanggan, kepuasan atau satisfaction dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik) dan "*facto*" (melakukan atau membuat) dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu atau sesuatu yang memadai. Sedangkan, secara istilah Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas, Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang."

Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif penilaian pelanggan setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sebagai mana yang disebutkan oleh Richard Oliver: Kepuasan adalah respon dari pemenuhan dari pelanggan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Dalam kajian literature kepuasan pengunjung yang mengidentifikasi definisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama periode waktu 30 tahun. Meskipun definisi-definisi tersebut bervariasi (bahkan beberapa di antaranya saling tidak konsisten satu sama

lain), kedua pakar dari *Washington State University* ini menemukan kesamaan dalam hal tiga komponen utama:

1. Kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif).
2. Respon tersebut menyangkut focus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya).
3. Respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa. berdasarkan pengalaman akumulatif dan lain-lain).

Secara singkat, kepuasan pelanggan terdiri dari atas tiga komponen: respon menyangkut focus tertentu yang ditentukan pada waktu tertentu."

kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. mengatakan kepuasan pengunjung didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh pengunjung atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Mengemukakan kepuasan pengunjung berkaitan dengan perasaan pengunjung setelah membeli barang atau jasa. Banyak pakar memberikan definisi mengenai kepuasan pengunjung. Kotler mengatakan bahwa kepuasan pengunjung adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya. (Noor & Dra, 2020)

#### Dimensi-Dimensi Kepuasan Pelanggan

Ada 5 definisi yang berkembang untuk kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk
2. Respon pengunjung terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan
3. Evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra-pembelian.
4. Ukuran kinerja 'produk total' sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (customer requirement).
5. Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Pendapat Sugiyono mendefinisikan kerangka berpikir sebagai model konseptual yang dimanfaatkan sebagai teori yang ada kaitannya dengan beberapa faktor yang diidentifikasi

sebagai masalah penting. Konteks yang dimaksud untuk kerangka penelitian. Dalam menjalankan sebuah penelitian yang membutuhkan kerangka berpikir, alangkah lebih baiknya jika hal tersebut mampu menjelaskan secara teoritis. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabel dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. (Noor & Dra, 2020)

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei. metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variable sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesiner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan (Prof.Dr,Sugiyono 2020).

### Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Jl. Benteng Kapaha No.88, Uritetu, Kec. Sirimau, Kota Ambon, Maluku 97124 Swiss-belhotel Ambon pada Swisssafe hotel.

### Populasi dan sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Prof.Dr,Sugiyono 2020). populasi dalam penelitian ini pelanggan yang menggunakan layanan FBS Swiss-belHotel Ambon dengan jumlah populusi sebesar 3500 pelanggan,

#### 2. Sampel

sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, untuk menentukan ukuran sampel dapat digunakan rumus *Isaac dan Michael* dengan taraf kesalahan 10%, sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} = s = \frac{2,706 \cdot 3500 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (3500-1) + 2,706 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = 251$$

Keterangan:

s = jumlah sampel

$\lambda^2$  = chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. untuk tingkat K1 dan kesalahan 10% (confidence level) harga chi kuadrat = 2,706, dalam perhitungan 2,706 tidak dikuadratkan.

d = perbedaan antara rata-rata populasi dengan rata-rata sampel yang diharapkan  
sampling eror/tingkat kepresisian sampel = 5% = 0,05

N = jumlah populasi

p = peluang benar (0,5)

Q = peluang salah (0,5)

dari perhitungan menggunakan rumus *Isaac dan Michael* diatas didapat sampel sejumlah 251 pelanggan, kemudian akan digunakan untuk dapat mewakili populasi sejumlah 3500 pelanggan. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. instrument-instrumen dalam penelitian sosial memang ada yang sudah tersedia dan yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Bila variabel penelitiannya lima, maka jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian juga lima. Instrumen-instrumen penelitian sudah ada yang dibakukan, tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala (Prof.Dr,Sugiyono, 2020)

#### 1. Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Interval jawaban bisa 3, 4, dan 5 yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- |                      |                  |
|----------------------|------------------|
| a. sangat puas       | a. selalu        |
| b. puas              | b. sering        |
| c. ragu-ragu         | c. kadang-kadang |
| d. tidak puas        | d. tidak pernah  |
| e. sangat tidak puas |                  |

untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- |  |   |
|--|---|
| 1. sangat puas/selalu/diberi skor                      | 5 |
| 2. puas/sering/diberi skor                             | 4 |
| 3. ragu-ragu/tidak tahu/netral diberi skor             | 3 |
| 4. tidak puas/hampir tidak pernah/negative diberi skor | 2 |
| 5. sangat tidak puas/tidak pernah/diberi skor          | 1 |

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan lingkup penelitian.

- Observasi, digunakan untuk mengumpulkan data awal yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan proposal/skripsi, dengan melakukan pengamatan terhadap para pelanggan di Swiss-bellHotel Ambon
- Angket/Kuesioner, merupakan alat pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.
- Kepustakaan. digunakan untuk pengumpulan data sebagai kajian teori tentang kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu dan internet.

#### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. terdapat dua macam statistic yang digunakan dalam analisis data, yaitu statistic deskriptif dan statistik inferensial. dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic inferensial yang bertujuan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi

#### Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabelbebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel

bebas sama dengan nol. Multikolonieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10

## 2.) Uji heteroskedastisitas

bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residualnya (*SRESID*).

Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka (0) pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3) Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal.

Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikutiarah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

### Analisis regresi linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Swiss-BelHotel Ambon, maka peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana yang dapat dirumuskan sebagai berikut :  $Y = a + bX$  untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

keterangan:

Y = variabel independen

X = variabel dependen

a = konstanta

b = koefisien Regresi

Teknik Validitas Data

a. . Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak akan dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas sebagai berikut: (Noor & Dra, 2020)

Berdasarkan signifikasi

a. Jika nilai signifikasi 0,05 maka item dinyatakan tidak valid

b. Jika nilai signifikasi 0.05 maka item dinyatakan valid

2. Berdasarkan nilai korelasi

a. Jika nilai r hitung < r table maka item dinyatakan tidak valid

b. Jika nilai r hitung > r tabel maka item dinyatakan valid table

Rumus korelasi product moment :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

## b. Uji Realibilitas

Realibilitas berasal dari kata *reability* yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Uji realibilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji realibilitas yang banyak digunakan pada penelitian yang menggunakan metode Cronbach alpha. Metode pengambil keputusan untuk uji realibilitas menggunakan batasan 0,6. menurut Sekaran (1992) realibilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (Noor & Dra, 2020).

rumus alpha cronbach:

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2}$$

## PEMBAHASAN

**Tabel 4.1.**  
**data responden**

No	Umur	jumlah	No	Jenis kelamin	Jumlah
1	17-25	62	1	Laki –laki	48
2	26-30	20	2	Perempuan	54
3	31-35	8			
4	36-40	4			
5	41-50	8			

### Uji Kualitas Data

Dari kuesioner yang diolah gambaran umum mengenai responden yang dapat terinci dan dilihat pada table 4.2 dilihat dari jenis kelamin responden laki-laki 48 orang responden dan perempuan 54 orang responden. artinya sebagian besar responden adalah perempuan.

Dilihat dari segi usia terdapat 62 responden yang berada pada kisaran 17 sampai 25 tahun, 20 responden usia kisaran 26 sampai 30 tahun, 8 responden usia kisaran 31-35 tahun, 4 responden usia kisaran 36-40 tahun, dan 8 responden usia kisaran 41-50 tahun

### Uji Validitas Data

Bukti pertanyaan/pernyataan dalam sebuah kuesioner dinyatakan valid jika dalam pengujian signifikan didapatkan hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . penelitian ini menggunakan alpha ( $\alpha$ ) 0,05 degree of freedom (df)= (N-2)=30-2=28 maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,3610.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas**

No	variabel	Item	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	ket
1	Reliability	X1	0,3610	0,988	Valid
		X2	0,3610	0,952	Valid
		X3	0,3610	0,988	Valid
		X4	0,3610	0,927	Valid
		X5	0,3610	0,956	Valid
2	Responsiveness	X6	0,3610	0,903	Valid
		X7	0,3610	0,977	Valid
		X8	0,3610	0,939	Valid
		X9	0,3610	0,988	Valid
		X10	0,3610	0,987	Valid
3	Assurance	X11	0,3610	0,967	Valid
		X12	0,3610	0,974	Valid

		X13	0,3610	0,960	Valid
		X14	0,3610	0,950	Valid
		X15	0,3610	0,896	Valid
4	Empathy	X16	0,3610	0,987	Valid
		X17	0,3610	0,896	Valid
		X18	0,3610	0,987	Valid
		X19	0,3610	0,976	Valid
		X20	0,3610	0,962	Valid
5	Tangibles	X21	0,3610	0,974	Valid
		X22	0,3610	0,958	Valid
		X23	0,3610	0,939	Valid
		X24	0,3610	0,957	Valid
		X25	0,3610	0,960	Valid
6	Perasaan	X26	0,3610	0,961	Valid
		Y27	0,3610	0,904	Valid
		Y28	0,3610	0,961	Valid
		Y29	0,3610	0,899	Valid
		Y30	0,3610	0,961	Valid
7	Respon	Y31	0,3610	0,885	Valid
		Y32	0,3610	0,938	Valid
		Y33	0,3610	0,895	Valid
		Y34	0,3610	0,961	Valid
		Y35	0,3610	0,950	Valid
8	Ukuran	Y36	0,3610	0,920	Valid
		Y37	0,3610	0,952	Valid
		Y38	0,3610	0,938	Valid
		Y39	0,3610	0,911	Valid

*Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon*

		Y40	0,3610	0,856	Valid
9	Purnabeli	Y41	0,3610	0,950	Valid
		Y42	0,3610	0,949	Valid
		Y43	0,3610	0,950	Valid
		Y44	0,3610	0,964	Valid
		Y45	0,3610	0,947	Valid
10	Tingkat Perasaan	Y46	0,3610	0,952	Valid
		Y47	0,3610	0,990	Valid
		Y48	0,3610	0,962	Valid
		Y49	0,3610	0,979	Valid
		Y50	0,3610	0,938	Valid

berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dapat dinyatakan valid karena setiap butir pertanyaan/pernyataan tersebut memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . pertanyaan yang dinyatakan valid kemudian perlu dilakukan uji realibitas untuk melihat konsisten jawaban dari butir-butir pertanyaan yang diperoleh dari responden.

#### 4.2.2 UJI REALIBITAS

Metode pengambilan keputusan untuk uji realibitas menggunakan batasan 0,6 .realibitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (mendeleynoor).

**Tabel 4.3**  
**Hasil uji realibitas**

No	Variabel	Nilai alpha	Keterangan
1	Reliability	0,979	Reliabel
		0,931	Reliabel
		0,979	Reliabel

		0,916	Reliabel
		0,939	Reliabel
2	Responsiveness	0,897	Reliabel
		0,961	Reliabel
		0,920	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,973	Reliabel
3	Assurance	0,948	Reliabel
		0,967	Reliabel
		0,953	Reliabel
		0,934	Reliabel
		0,878	Reliabel
4	Empathy	0,973	Reliabel
		0,926	Reliabel
		0,973	Reliabel
		0,975	Reliabel
		0,959	Reliabel
5	Tangibles	0,967	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,955	Reliabel
		0,973	Reliabel
		0,953	Reliabel

*Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon*

6	Perasaan	0,979	Reliabel
		0,955	Reliabel
		0,981	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,952	Reliabel
7	Respon	0,985	Reliabel
		0,965	Reliabel
		0,952	Reliabel
		0,965	Reliabel
		0,973	Reliabel
8	Evaluasi	0,971	Reliabel
		0,981	Reliabel
		0,965	Reliabel
		0,985	Reliabel
		0,985	Reliabel
9	Ukuran	0,979	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,979	Reliabel
		0,934	Reliabel
		0,981	Reliabel
10	Tingkat Perasaan	0,981	Reliabel
		0,979	Reliabel

0,979	Reliabel
0,979	Reliabel
0,985	Reliabel

berdasarkan table diatas dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliable karena setiap variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* >0,6

#### 4.3 Teknik Analisis Data

##### 4.3.1 Uji Asumsi Klasik

###### a. Uji Normalitas

pengujian normalitas data menggunakan kolmogorov-sirnov yang ada pada program SPSS.dengan ketentuan:

- apabila nilai signifikansi > 5% (0,05) maka data memiliki distribusi normal
- apabila nilai signifikansi < 5% (0,05) maka data memiliki distribusi tidak normal

berikut hasil dan pembahasan uji normalitas :

**Tabel 4.4**

#### Hasil Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.16487973
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.091
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**b. Uji Autokorelasi**

- . jika  $d < DL$  atau  $d > 4-dL$  maka hipotesis nol ditolak, artinya terdapat autokorelasi
- . jika  $du < d < 4-du$  maka hipotesis nol diterima artinya tidak terdapat autokorelasi
- jika  $DL < d < du$  atau  $4-du < d < 4-dL$  artinya tidak ada kesimpulan

**Tabel 4.5**  
**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.417 <sup>a</sup>	.174	.164	6.20427	1.902

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

$n = 80$

$d = 1,902$

$dL = 1,6114$

$dU = 1,6620$

Hasil  $dL$  Dan  $du$  Didapat Dari Tabel Dw

$4 - dL = 4 - 1,6114 = 2,3886$

$4 - dU = 4 - 1,6620 = 2,338$

hasil:  $du < d < 4-Du$

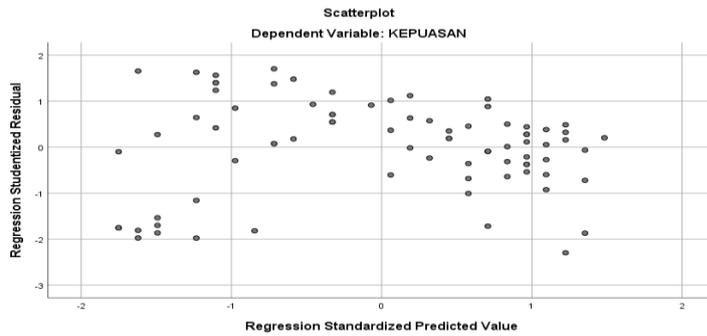
$= 1,6620 < 1,902 < 2,338$

kesimpulan : Tidak terdapat autokorelasi

**c. Uji heteroskedastisitas**

- Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka (0) pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.6  
Uji Heteroskedastisitas.



**d. Uji Linearitas**

- jika nilai sig.deviation from linearity > 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat
- jika nilai sig.deviation from < 0,05, maka tidak terdapat hubungan yang linear antar variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 4.7  
Uji Linearitas

		Sum of Squares	df	F	Mean Square	Sig.	
KEPUASAN * KUALITAS	Between Groups	(Combined)	1991.304	23	2.948	.86.578	.001
		Linearity	633.234	1	21.565	633.234	.000
		Deviation from Linearity	1358.070	22	2.102	61.730	.013
	Within Groups		1644.383	56		29.364	
	Total		3635.688	79			

Analisi Regresi Sederhana

**Bagian Kesatu Dan Kedua Di Output**

**Tabel 4.8**

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
KEPUASAN	116.5625	6.78390	80
KUALITAS	113.5375	7.72952	80

**Correlations**

		KEPUASAN	KUALITAS
Pearson Correlation	KEPUASAN	1.000	.417
	KUALITAS	.417	1.000
Sig. (1-tailed)	KEPUASAN	.	.000
	KUALITAS	.000	.
N	KEPUASAN	80	80
	KUALITAS	80	80

**analisis:**

- rata-rata kepuasan pelanggan (dengan jumlah data 80) adalah 116,562 dengan standar deviasi 6,7839
- rata –rata kualitas pelayanan ( dengan jumlah data 80) adalah 113,537 dengan standar deviation 7,78390.

- besar hubungan antar variabel kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,417 hal ini menunjukkan bahwa adanya

hubungan yang sangat erat diantara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. arah hubungan yang positif ( tidak ada tanda negatif pada angka 0,417 yang menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan maka pelanggan akan puas sebaliknya apabila kualitas pelayanan tidak baik maka pelanggan tidak akan puas.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.417 <sup>a</sup>	.174	6.20427

a. Predictors: (Constant), KUALITAS

b. Dependent Variable: KEPUASAN

**Bagian ketiga dan keempat output****Tabel 4.9**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KUALITAS <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. All requested variables entered.

**Analisis**

- tabel pertama menunjukan variabel yang dimasukan adalah kualitas pelayanandan tidak ada variabel yang dikeluarkan. hal ini disebabkan metode yang dipakai adalah single step ( enter ) dan bukannya stepwise
- angka R square adalah 0,174 ( pengkuadratan dari koefisien korelasi. R square bisa disebut koefiesn determinasi yang dalam hal ini berarti 17,4% dar variasi kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh kualitas pelayanan. sedangkan sisanya ( 100% - 17,4% = 82,6% ) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. R square berkisar pada angka 0 sampai 1
- standar error of estimate adalah 6,2042 (satuan yang dipakai dalam variabel dependen adalah kepuasan pelanggan , standar deviasi kepuasan pelanggan adalah 6,7839 yang jauh lebih besar dari standar eror of estimate yang hanya 6,2042 maka model regresi lebih bagus bertinak sebagai prediktor kepuasan pelanggan daripada rata-rata kepuasan pelanggan itu sendiri

• **bagian kelima dan keenam output**

**Tabel 4.10**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	74.976	10.277		7.296	.000
	KUALITAS	.366	.090	.417	4.056	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	633.234	1	633.234	16.451	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3002.454	78	38.493		
	Total	3635.687	79			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS

**analisis**

- dari uji ANOVA atau F test, didapat F hitung adalah 16,451 dengan tingkat signifikan 0,000. karena probabilitas ( 0,000) Jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

persamaan regresi

$$Y = 74.976 + 0,366 X$$

hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan yang menunjukkan besarnya nilai X yang diestimasikan sebagai berikut

- nilai konstanta sebesar 74,976 artinya variabel bebas kualitas pelayanan (X) dalam keadaan konstanta atau (0) maka nilai kepuasan pelanggan (Y) nilainya sebesar 13,563 artinya kualitas pelayanan tidak ada pelanggan tidak akan puas.
- koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,366 artinya setiap kenaikan satu variabel kualitas pelayanan (X) maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan

naik sebesar 0,366 artinya apabila kualitas pelayanan tidak baik, maka pelanggan Swiss-Belhotel Ambon tidak akan puas. sebaliknya apabila kualitas pelayanan baik, maka pelanggan Swiss-Belhotel Ambon akan puas.

#### 4.4 . uji t

uji t digunakan untuk apakah variable independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y) , dengan ketentuan sebagai berikut:

Berdasarkan nilai signifikansi (sig).

- jika nilai sig < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima
- jika nilai signifikansi > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) atau hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel

- jika nilai t hitung > t tabel maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima
- jika nilai t hitung < t tabel maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak

**Tabel 4:11**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	74.976	10.277		7.296	.000
	KUALITAS	.366	.090	.417	4.056	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

**analisis :**

- berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (x) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)
- berdasarkan nilai t : diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,056 > t_{tabel}$  1,994 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

$$t_{tabel} = \alpha/2; n-k-1$$

$$= 0,05/2 ; 80 - 1 - 1$$

$$= 0,025; 78 \text{ (dilihat pada distribusi nilai } t_{tabel} \text{)}$$

$$= 1,994$$

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal mengenai pengaruh kualitas pelayanan *Food and Beverage Service* terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon sebagai berikut:

1. kualitas pelayanan *Food and Beverage Service* terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,056 > t_{tabel}$  1,994 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan *Food and Beverage Service* terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon, diterima.
2. Variabel kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon.

3. Besarnya kontribusi pengaruh variabel kualitas pelayanan *FBS* (kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,174. Sementara sisanya sebesar 82,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 5.2. Saran

berdasarkan dan hasil analisis yang diperoleh maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut

1. sehubungan telah dilakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan food and beverage service terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Belhotel Ambon maka sekiranya dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik
2. pelayanan yang diberikan selama ini kepada pelanggan agar selalu ditingkatkan agar pelanggan semakin puas dan percaya kepada Swiss-Belhotel Ambon.

## DAFTAR PUSTAKA

- C.m, E. (2019). *Eister C.M, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasi dengan Kepuasan Kerja Sebagai Mediasi pada Sektor Pehotelan Bintang Empat di Kota Batam ,2015 UIB Repository©2015*. 1–11.
- Mulya, M. H., Hutahean, J. I. F., J, A. B. I., & Rizal, A. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Dkandangan Amazing Farm. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15635–15638.
- Murni, H., Berkat, P., Gea, N. E., Mendrofa, R. N., & Manajemen, J. (2022). *WERY BAKERY MIGA KOTA GUNUNGSITOLI THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION ON UD . WERY BAKERY MIGA CITY GUNUNGSITOLI Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 . November 2022 , Hal . 1542-1548. 10(4), 1542–1548.*
- Noor, fahtira vir, & Dra. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA. In *file:///C:/Users/VERA/Downloads/ASKEP\_AGREGAT\_ANAK\_and\_REMAJA\_PRINT.d ocx* (Vol. 21, Issue 1).

Prof.Dr, S. (2020). *metode penelitian pariwisata*.

Rizka. (n.d.). *food and beverage service*. <https://greatdayhr.com/id-id/blog/food-and-beverage-adalah/>

Silfia, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah. *Αγαη*, 8(5), 55.

Wikipedia. (n.d.). *swiss-Bellhotelinternational*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Swiss-Bellhotel\\_International](https://id.wikipedia.org/wiki/Swiss-Bellhotel_International)