

PENGARUH ETIKA PELAYANAN PRAMUSAJI TERHADAP KEPUASAN DAN MINAT BERKUNJUNG DI RESTORAN SENJA EATERY, LABUAN BAJO

Yulianus Janur¹⁾, Marius Yosef Seran^{2)*}, Gracedelia J. W. Ngasa³⁾, Yohanes Paulus Hanny Wadhi⁴⁾, Aristo Afrianto Budiman⁵⁾

^{1),3)}Program Studi DIV Pengelolaan Perhotelan, Politeknik eLBajo Commodus

²⁾Program Studi DIII Ekowisata, Politeknik eLBajo Commodus

⁴⁾Program Studi DIV M-SDM Sektor Publik, Politeknik eLBajo Commodus

⁵⁾Program Studi DIV Akuntansi Perpajakan, Politeknik eLBajo Commodus

Diajukan Januari 2025 / Disetujui Februari 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi etika pelayanan pramusaji terhadap kepuasan pelanggan serta niat untuk berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi di Restoran Senja Eatery, Labuan Bajo. Hipotesis antar variabel dalam penelitian ini diuji menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dianalisis dengan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan alat analisis SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel-variabel tersebut, terutama pada tanggung jawab dan profesionalisme serta kecepatan dan ketepatan layanan. Kedua aspek ini sangat signifikan terhadap variabel minat berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi melalui kepuasan pelanggan terhadap layanan. Terdapat juga aspek yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan niat untuk berkunjung kembali yaitu keterampilan komunikasi. Oleh karena itu, disarankan agar manajemen memperhatikan aspek-aspek berikut, seperti program pelatihan penanganan keluhan pelanggan, simulasi pelatihan layanan untuk meningkatkan efisiensi, latihan *role play* yang fokus pada peningkatan kemampuan bahasa tubuh dan etika berbicara saat berinteraksi dengan pelanggan termasuk menangani keluhan, kegiatan pengembangan staff, serta pemantauan dan evaluasi rutin berdasarkan umpan balik pelanggan dan *Key Performance Indicators* yang telah ditetapkan. Temuan ini juga berimplikasi praktis terhadap pengelola restoran, khususnya dalam meningkatkan pengalaman pelanggan melalui pendekatan yang lebih terstruktur dan berorientasi pada detail. Dengan memperhatikan keseluruhan hasil temuan dan rekomendasi ini maka penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam bidang manajemen layanan jasa kepariwisataan, tetapi juga memberikan rekomendasi konkret yang dapat diimplementasikan demi peningkatan kinerja restoran secara keseluruhan.

Kata Kunci: etika pelayanan, pramusaji, kepuasan pelanggan, minat berkunjung, Senja Eatery, Labuan Bajo

Abstract

This research aimed to evaluate ethics service of waitress on the customer satisfaction and intention to revisit and willingness to giving recommendations at Senja Eatery Restaurant, Labuan Bajo. Hypotheses between variables in this study were tested using quantitative research methods and analyzed using Structural Equation Model (SEM) with the SmartPLS 3.0 analysis tool. The result of the study showed significant relation between these variables, especially on responsibilities and professionalism also speed and accuracy of service. These two aspects strongly significant to the intention to return and giving recommendations through customer satisfaction of services. However, one aspect that does not have significant affect on satisfaction and revisit intention is communication skills. Therefore, it is recommended that manajement, need to pay attention on following aspects such a training programm on handling customer complaints, service training simulations for efficiency, role-play exercises focusing on body language and speaking etiquette when interact with customers, team-building activities, and regular monitoring and evaluation based on customer feedback and established Key Performance Indicators. These findings provide practical implications for the restaurant industry, particularly in enhancing customer experience through a more structured and detail-oriented approach. Thus, this study not only contributes theoretically to the field of service management but also offers concrete recommendations that can be implemented to improve overall restaurant performance.

Keywords: service ethics, waitress, customer satisfaction, intention to visit, Senja Eatery, Labuan Bajo

*Korespondensi Penulis:
E-mail: rioseran19@gmail.com

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan pariwisata di Labuan Bajo, sejak penetapannya sebagai satu dari lima Destinasi Super Prioritas (DSP) di Indonesia, telah memberikan dampak pada peningkatan aspek amenitas atau fasilitas, baik fasilitas utama dan pendukung. Aspek amenitas, sebagai salah satu aspek penting dalam dunia pariwisata, terwujud nyata dengan hadirnya hotel dan restoran yang memainkan peranan vital dalam memberikan layanan bagi wisatawan, khususnya yang berkaitan dengan akomodasi dan makanan serta minuman. Sehubungan ini, sejumlah penelitian turut menyimpulkan bahwa pengelolaan hotel dan restoran yang baik dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan kunjungan wisata (Atmanegara et al., 2019; Saniantara & Trianasari, 2023; Rasyad et al., 2023).

Seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan, industri hotel dan restoran juga terus berupaya menerapkan standar pelayanan yang berkualitas, termasuk didalamnya terkait dengan peran pramusaji. Pelayanan berkualitas dalam industri jasa, pada hotel dan restoran, tidak hanya sekadar untuk mengantarkan atau melayani wisatawan, tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan perasaan konsumen, sehingga dapat menciptakan *heart-share* dan memperkuat *mind-share* pelanggan (Srinivasan, 2015). Hal ini sejalan juga dengan studi yang menunjukkan bahwa pelayanan berkualitas adalah faktor kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2016; Wilson et al., 2020).

Restoran Senja Eatery adalah salah satu restoran yang menyediakan kuliner lokal khas Manggarai dan kuliner Bali yang terletak di Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur. Untuk kuliner lokal khas Manggarai ini, menu yang disiapkan memanfaatkan bahan-bahan lokal yang mudah didapat seperti daun pepaya, jantung pisang, daun singkong, dan rempah-rempah lainnya. Termasuk juga untuk kuliner Bali, juga memanfaatkan bahan-bahan yang tersedia di pasar. Adapun sajian menu yang ditawarkan antara lain nasi campur Manggarai, nasi campur Bali, nasi goreng Senja, ayam betutu, sate lilit, sayur Watulangkas, sayur Lomak, lawar, aneka jamu dan minuman herbal, serta varian minuman jus, teh dan kopi. Restoran ini juga memiliki layanan catering untuk kebutuhan meeting, acara dan event di kota Labuan Bajo. Restoran ini buka setiap hari dari pukul 16.30 WITA sampai dengan pukul 22.30 WITA. Selain harga yang terjangkau, lokasi restoran juga cukup strategis karena terletak di kawasan kampung ujung atau sekitar 20 meter dari kawasan *Waterfront City* Labuan Bajo. Pengunjung dapat menikmati situasi senja (sunset) di Labuan Bajo karena letak restoran yang berada di area perbukitan.

Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh etika pelayanan dari pramusaji yang ada di Restoran Senja Eatery. Etika pelayanan ini mencakup didalamnya aspek sikap dan perilaku, penampilan, dan cara pramusaji berinteraksi dengan pelanggan, yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen yang berkunjung. Dari aspek ini tergambar juga ciri-ciri pelayanan pramusaji diantaranya memiliki pengetahuan terkait produk dan kemampuan pelayanan prima, bertanggung jawab, memberikan pelayanan secara tepat dan cepat, mampu berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, memahami kebutuhan pelanggan, dan menunjukkan rasa percaya diri dalam memastikan kepuasan pelanggan. Terkait kepuasan pelanggan terdapat tiga dimensi didalamnya, yaitu kualitas produk, nilai pelayanan, dan harapan atau ekspektasi konsumen.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2020), pelayanan yang berkualitas dan beretika tinggi dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas. Dengan kata lain, pelayanan yang etis meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengurangi potensi keluhan. Selain itu, pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan memberikan pengalaman yang lebih baik, meningkatkan kepuasan, dan mempengaruhi loyalitas konsumen. Penelitian Runtuwu (2014) juga menunjukkan adanya hubungan antara pelayanan yang beretika dan kepuasan konsumen bersifat kuat. Sebaliknya, pelayanan yang buruk, terutama yang tidak beretika seperti ketidakjujuran atau ketidakpedulian, sering kali menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Sebaliknya, penerapan standar etika yang baik menciptakan hubungan jangka panjang yang positif dengan pelanggan. Sitorus, dkk (2023), dalam penelitiannya, juga menyimpulkan bahwa etika pelayanan menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan yang beretika terbukti meningkatkan kepuasan dan memperbaiki persepsi pelanggan terhadap perusahaan.

Berangkat dari pemahaman ini maka penelitian ini dibuat dengan tujuan menganalisis pengaruh etika pelayanan pramusaji terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Senja Eatery, Labuan Bajo. Analisis dibuat dengan menitikberatkan pada aspek-aspek etika pelayanan, yakni profesionalisme, ketepatan pelayanan, keterampilan komunikasi, dan sikap responsif terhadap keluhan pelanggan. Sedangkan kepuasan konsumen atau pelanggan yang dianalisis adalah kualitas pelayanan, kualitas produk yang diperoleh dan kualitas kenyamanan.

Metode Penelitian

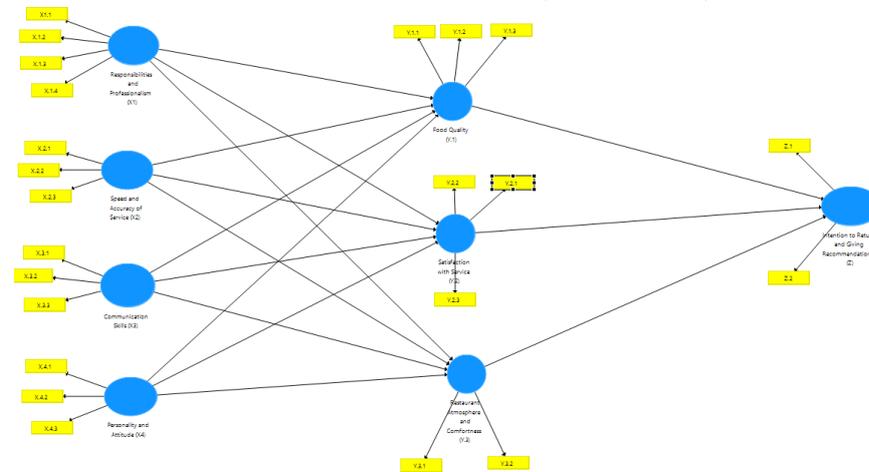
Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Senja Eatery dengan alasan pemilihan lokasi karena restoran ini menjadi salah satu restoran yang direkomendasikan di Labuan Bajo. Berdasarkan ulasan pengunjung, restoran ini mendapatkan rating 4.5 oleh *Google Review* dan rating 4.0 oleh *Trip Advisor*. Selain itu, restoran ini juga menjadi restoran yang menjadi tempat pelaksanaan *Teaching Factory* (TEFA) dari kampus Politeknik eLabajo Commodus yang merupakan kampus Perguruan Tinggi Vokasi pertama yang ada di Labuan Bajo.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk mengukur pengaruh etika pelayanan pramusaji terhadap minat berkunjung dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan antar variabel (Balaka, 2022). Data primer diperoleh langsung dari wisatawan atau pengunjung restoran, sedangkan data sekunder diperoleh dari pihak internal manajemen restoran, website dan sumber-sumber lain, yang dapat memberikan informasi tentang restoran. Adapun teknik pengumpulan data mencakup observasi lapangan, survei kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan. Oleh karena durasi penelitian selama tiga bulan (Oktober-Desember 2024), dengan rata-rata 30 pengunjung per bulan, baik personal dan grup, maka sampel penelitian adalah 70 responden.

Adapun penentuan sampel penelitian menggunakan rumus slovin dengan tingkat *margin of error* sebesar 5% (0,05) dan pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik validasi data instrumen kuesioner menggunakan uji validitas dengan teknik korelasi Pearson, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Selanjutnya, teknik analisis data terdiri dari analisis deskriptif dan uji hipotesis untuk mengetahui hubungan antar variabel dependen dan independen, serta besarnya pengaruh antar semua variabel tersebut.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif berupa model persamaan struktural (SEM-PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0* dan dijelaskan secara deskriptif sebagai pendukung penelitian ini (Memon et al., 2021). Hubungan antar variabel didasari oleh hipotesis

penelitian yang diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu lengkap dengan indikator-indikator yang telah diuji pada penelitian sebelumnya. Rincian hubungan ini terdapat dalam Gambar 1 berikut:



Gambar 1 Hubungan antar variabel dan indikator

Hasil Dan Pembahasan

Profil Responden

Berdasarkan data responden maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 70 responden dengan mayoritas 42 responden laki-laki dan 28 responden perempuan. Kelompok usia terbanyak adalah kelompok usia pekerja awal atau profesional muda, dengan umur berkisar antara 25-34 tahun. Sebesar 54 atau 77,15% responden merupakan pengunjung yang pertama kali menikmati makanan dan minuman di restoran Senja Eatery. Adapun data profil responden dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Kategori	Sub Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	42	60%
	Perempuan	28	30%
Kelompok Usia	18-24 Tahun	15	21,43%
	25-34 Tahun	40	57,14%
	35-44 Tahun	9	12,86%
	45-54 Tahun	3	4,29%
	55-dst Tahun	3	4,29%
Jumlah Kunjungan	Kunjungan 1	54	77,15%
	2-3 x Kunjungan	12	17,15%
	4-6 x Kunjungan	2	2,85%
	Lebih dari 6 x Kunjungan	2	2,85%

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis model pengukuran dilakukan untuk menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Terdapat tiga kriteria yang digunakan untuk menilai *outer model* yaitu dengan uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji *composite reliability*. Dalam uji validitas konvergen dengan model pengukuran reflektif dinilai menggunakan *standardized loading factor* dimana nilai *loading factor* di atas 0.70 dinyatakan sebagai ukuran yang ideal atau valid sebagai indikator yang mengukur konstruk (Hair et al., 2019). Semakin tinggi nilai *loading factor* maka semakin penting peranan loading dalam menginterpretasikan matrik faktor.

Adapun nilai *loading factor* sebagai hasil uji validitas konvergen dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Nilai *Loading Factors* Outer Model

	Commu ni cation Skills (X3)	Foo d Qua lity (Y.1)	Intention to Return and Giving Recomm endation s (Z)	Personali ty and Attitude (X4)	Responsi bilities and Professio na lism (X1)	Restaurant Atmospher e and Comfortnes s (Y.3)	Satisfacti on with Service (Y.2)	Speed and Accuracy of Service (X2)
X.1.2					0.835			
X.1.3					0.783			
X.1.4					0.815			
X.2.1								0.859
X.2.2								0.925
X.2.3								0.848
X.3.1	0.821							
X.3.2	0.870							
X.3.3	0.920							
X.4.1				0.829				
X.4.2				0.837				
X.4.3				0.825				
X1.1					0.864			
Y.1.1		0.845						
Y.1.2		0.822						
Y.1.3		0.929						
Y.2.1							0.755	
Y.2.2							0.890	
Y.2.3							0.855	
Y.3.1						0.926		
Y.3.2						0.927		
Z.1			0.936					
Z.2			0.925					

Berdasarkan nilai *loading factors* outer model di atas dapat disimpulkan bahwa semua item yang digunakan dalam penelitian memiliki korelasi kuat dengan variabel yang diukur. Dengan kata lain, indikator reflektif yang digunakan untuk mengukur konstruk memiliki validitas yang baik.

Selanjutnya, uji validitas diskriminan digunakan untuk menguji apakah pengukur konstruk yang berbeda tidak berkorelasi tinggi. Hasil uji dinilai berdasarkan nilai AVE dan nilai *Composite Reliability* dimana pada tabel 3, diketahui bahwa seluruh nilai AVE > 0.5 dan nilai *cross loading* > 0.70 (Hair et al., 2019). Sedangkan, uji *composite reliability* bertujuan untuk memastikan indikator konstruk saling berkorelasi dan memiliki konsistensi dalam mengukur konstruk yang sama. Hasil uji *composite reliability* juga dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3 Nilai AVE, *Cross Loading* dan *Composite Reliability* Outer Model

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Communication Skills (X3)	0.840	0.843	0.904	0.759
Food Quality (Y.1)	0.832	0.839	0.900	0.751
Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.845	0.849	0.928	0.866
Personality and Attitude (X4)	0.776	0.778	0.870	0.690
Responsibilities and Professionalism (X1)	0.844	0.847	0.895	0.680
Restaurant Atmosphere and Comfortness (Y.3)	0.835	0.835	0.924	0.858
Satisfaction with Service (Y.2)	0.784	0.811	0.873	0.698
Speed and Accuracy of Service (X2)	0.850	0.859	0.909	0.769

Dengan memperhatikan seluruh nilai pada tabel 3 maka dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki reliabilitas yang baik karena semua nilainya berada di atas 0.70. Dengan kata lain, berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap penelitian yang melibatkan 70 responden, 24 indikator yang berfungsi sebagai pengukur delapan variabel laten, merupakan indikator yang valid dan reliabel karena sesuai dengan prasyarat-prasyarat nilai yang ditentukan.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Analisis model struktural (inner model) merujuk pada nilai *R Square* (R²) dan nilai *Goodness of Fit* (GoF) model. Merujuk pada Ghozali (2014), kriteria hasil R² yaitu dikatakan lemah (weakly) apabila range nilainya 0.19-0.32, dikatakan moderat (moderately) apabila range nilainya 0.33-0.66, dikatakan kuat (substantially) apabila nilainya > 0.67. Adapun tabel 4 menunjukkan hasil nilai R² sebagai berikut:

Tabel 4 Tabel Nilai *R Square* (R²)

	R Square	R Square Adjusted
Food Quality (Y.1)	0.667	0.647
Satisfaction with Service (Y.2)	0.716	0.699
Restaurant Atmosphere and Comfortness (Y.3)	0.674	0.654
Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.604	0.586

Berdasarkan hasil perhitungan R2, diketahui bahwa variabel *Food Quality* memiliki nilai R2 sebesar 0.667 atau pada kategori moderat dimana variabilitas kontruk ini dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model sebesar 66.7%, sedangkan 33.3% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Sedangkan, variabel *Satisfaction with Service* memiliki nilai R2 sebesar 0.716 atau pada kategori kuat dimana variabilitas kontruk ini dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model sebesar 71.6%, sedangkan 28.4% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti.

Selanjutnya, variabel *Restaurant Atmosphere and Comfortness* memiliki nilai R2 sebesar 0.674 atau pada kategori kuat dimana variabilitas kontruk ini dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model sebesar 67.4%, sedangkan 32.6% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Adapun variabel *Intention to Return and Giving Recommendations* memiliki nilai R2 sebesar 0.604 atau pada kategori moderat dimana variabilitas kontruk ini dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model sebesar 60.4%, sedangkan 39.6% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti.

Pada uji *Goodness of Fit* (GoF) dinyatakan bahwa model dikatakan telah memenuhi kriteria jika nilai SMRM < 0.1. Bahkan Hopper (2008) secara eksplisit menyatakan bahwa nilai angka SRMR yang masih bisa diterima adalah dalam rentang 0 sampai dengan 1. Hasil pengujian GoF adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Pengujian *GoF*

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.080	0.083
d-ULS	1.773	1.923
d_G	2.057	2.108
Chi-Square	680.441	685.844
NFI	0.609	0.606

Hasil Analisis Etika Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil kuesioner, hampir 80% konsumen merasa bahwa pramusaji di Restoran Senja Eatery memiliki sikap ramah dan sopan. Mereka juga memberikan penilaian positif terhadap kecepatan pelayanan dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Namun, beberapa konsumen (15%) mengungkapkan bahwa ada beberapa pramusaji yang terkadang tampak kurang responsif terhadap permintaan tambahan. Selanjutnya, dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan, sebagian besar responden (85%) menyatakan puas dengan pelayanan yang diterima, dan 70% merasa bahwa etika pelayanan yang diberikan pramusaji berkontribusi besar terhadap kepuasan mereka. Banyak yang merasa dihargai oleh sikap profesional pramusaji. Meskipun demikian, sekitar 10% responden merasa bahwa mereka tidak mendapatkan perhatian yang cukup terutama saat situasi restoran banyak dengan pengunjung.

Tabel 6 Analisis Data Multivariat

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation	Excess Kurtosis	Skewness	Number of Observations Used
X.1.2	4.243	4.000	1.000	5.000	0.836	1.587	-1.091	70.000
X.1.3	4.457	5.000	1.000	5.000	0.823	3.169	-1.669	70.000
X.1.4	4.257	4.000	1.000	5.000	0.823	1.892	-1.147	70.000
X.2.1	4.257	4.000	1.000	5.000	0.840	1.580	-1.116	70.000
X.2.2	4.300	5.000	1.000	5.000	0.946	1.050	-1.263	70.000

X.2. 3	4.25 7	5.000	1.00 0	5.00 0	0.889	1.265	-1.160	70.000
X.3. 1	4.27 1	4.000	1.00 0	5.00 0	0.844	1.579	-1.142	70.000
X.3. 2	4.50 0	5.000	1.00 0	5.00 0	0.770	4.923	-1.919	70.000
X.3. 3	4.54 3	5.000	1.00 0	5.00 0	0.711	7.597	-2.228	70.000
X.4. 1	4.52 9	5.000	1.00 0	5.00 0	0.731	6.565	-2.117	70.000
X.4. 2	4.21 4	5.000	1.00 0	5.00 0	0.924	0.588	-1.001	70.000
X.4. 3	4.31 4	4.000	1.00 0	5.00 0	0.747	4.045	-1.436	70.000
X1.1	4.37 1	5.000	1.00 0	5.00 0	0.778	3.585	-1.514	70.000
Y.1. 1	4.35 7	4.000	1.00 0	5.00 0	0.775	4.424	-1.669	70.000
Y.1. 2	4.25 7	4.000	1.00 0	5.00 0	0.840	1.580	-1.116	70.000
Y.1. 3	4.30 0	4.000	1.00 0	5.00 0	0.799	2.608	-1.291	70.000
Y.2. 1	4.34 3	4.000	3.00 0	5.00 0	0.674	-0.719	-0.549	70.000
Y.2. 2	4.27 1	4.000	1.00 0	5.00 0	0.877	2.016	-1.347	70.000
Y.2. 3	4.40 0	5.000	1.00 0	5.00 0	0.818	3.584	-1.673	70.000
Y.3. 1	4.15 7	4.000	1.00 0	5.00 0	1.009	1.285	-1.263	70.000
Y.3. 2	4.35 7	5.000	1.00 0	5.00 0	0.811	2.689	-1.410	70.000
Z.1	4.28 6	4.000	1.00 0	5.00 0	0.864	2.352	-1.412	70.000
Z.2	4.41 4	5.000	1.00 0	5.00 0	0.784	3.756	-1.620	70.000

Selanjutnya, hasil nilai *specific indirect effects*, sebagaimana terdapat pada tabel 6, digunakan untuk melihat pengaruh variabel independent (X) mempengaruhi variabel dependen (Z) melalui variabel mediator (Y), sebagai berikut:

Tabel 7 Nilai *Specific Indirect Effects*

	Specific Indirect Effects
Communication Skills (X3) -> Food Quality (Y.1) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	-0.005
Personality and Attitude (X4) -> Food Quality (Y.1) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.116
Responsibilities and Professionalism (X1) -> Food Quality (Y.1) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.234

Speed and Accuracy of Service (X2) -> Food Quality (Y.1) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.143
Communication Skills (X3) -> Restaurant Atmosphere and Comfortness (Y.3) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	-0.005
Personality and Attitude (X4) -> Restaurant Atmosphere and Comfortness (Y.3) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.025
Responsibilities and Professionalism (X1) -> Restaurant Atmosphere and Comfortness (Y.3) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.042
Speed and Accuracy of Service (X2) -> Restaurant Atmosphere and Comfortness (Y.3) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.056
Communication Skills (X3) -> Satisfaction with Service (Y.2) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.018
Personality and Attitude (X4) -> Satisfaction with Service (Y.2) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.009
Responsibilities and Professionalism (X1) -> Satisfaction with Service (Y.2) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.010
Speed and Accuracy of Service (X2) -> Satisfaction with Service (Y.2) -> Intention to Return and Giving Recommendations (Z)	0.020

Berdasarkan variabel mediator kepuasan terhadap kualitas makanan, aspek tanggung jawab dan profesionalitas memiliki pengaruh positif terbesar dengan nilai 0.234 terhadap minat berkunjung. Aspek kecepatan dan akurasi pelayanan juga memiliki pengaruh positif sebesar 0.143 terhadap persepsi kepuasan terhadap kualitas makanan. Adapun aspek sikap dan kepribadian memiliki pengaruh positif kecil sebesar 0.116, sedangkan keterampilan komunikasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan akan kualitas makanan.

Selanjutnya berdasarkan variabel mediator kepuasan terhadap suasana restoran dan kenyamanan pengunjung, aspek kecepatan dan akurasi pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung. Aspek lain yang juga berpengaruh positif adalah aspek tanggung jawab dan profesionalitas serta sikap dan kepribadian pramusaji. Sedangkan, aspek keterampilan berbahasa tidak berpengaruh terhadap kepuasan terhadap suasana restoran dan kenyamanan pengunjung. Adapun berdasarkan variabel mediator kepuasan terhadap layanan, aspek kecepatan dan akurasi pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung. Melalui variabel mediator ini juga, aspek keterampilan berbahasa, tanggung jawab dan profesionalitas, serta sikap dan kepribadian pramusaji turut berpengaruh positif terhadap kepuasan layanan.

Dengan hasil analisis ini maka dapat disimpulkan bahwa aspek tanggung jawab dan profesionalitas, serta kecepatan dan akurasi pelayanan dari pramusaji menjadi faktor kunci yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung. Seluruh aspek ini berpengaruh positif terutama melalui aspek mediator khususnya kepuasan terhadap kualitas makanan dan kepuasan terhadap pelayanan. Aspek sikap dan kepribadian juga memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung, khususnya melalui kepuasan terhadap kualitas makanan. Aspek kecepatan dan akurasi pelayanan juga menunjukkan pengaruh positif terhadap minat berkunjung, khususnya melalui kepuasan terhadap suasana restoran dan kenyamanan pengunjung.

Adapun aspek keterampilan komunikasi adalah aspek yang tidak menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Temuan ini tentunya cukup bertolak belakang dengan sejumlah penelitian terdahulu yang mengkaji variabel yang sama melalui pengujian hipotesis (Wikantini & Andiani, 2020; Verawaty et al., 2022; Utama, 2022). Pada kasus ini tentu semata-mata menyiratkan bahwa menurut persepsi pengunjung pada restoran Senja Eatery, aspek komunikasi belum menjadi aspek yang mempengaruhi kepuasan dan minat berkunjung. Dalam perspektif yang lebih luas, dapat dikatakan bahwa perbedaan ini juga sekaligus menegaskan fakta bahwa kepuasan wisatawan, merupakan suatu variabel yang kompleks. Pengukuran dan penetapan indeks minimal dari ketercapaian

kepuasan pelanggan membutuhkan tren data yang dikumpulkan secara reguler, baik itu melalui evaluasi internal manajemen dan ulasan pengunjung (Hill & Brierley, 2017).

Lebih lanjut, diperlukan sejumlah upaya dalam rangka peningkatan kinerja restoran melalui kualitas pelayanan pramusaji. Tujuannya untuk memberikan pengalaman positif bagi pelanggan serta menjaga profesionalisme dan reputasi restoran. Rekomendasi kegiatan atau pelatihan yang dapat dilakukan antara lain: *pertama*, pelatihan yang berfokus pada peningkatan tanggung jawab dan profesionalitas seperti pelatihan penanganan keluhan pelanggan, manajemen waktu dan tanggung jawab tim. *Kedua*, pelatihan yang berkaitan dengan kecepatan dan akurasi pelayanan seperti teknik manajemen pesanan mulai dari awal hingga akhir. Selain pelatihan juga dapat dilakukan simulasi-simulasi guna melatih staf bekerja secara efisien, khususnya pada saat situasi penuh dengan pengunjung. Penggunaan teknologi seperti pemesanan digital (pre-order) juga dapat diimplementasikan guna mempercepat proses pelayanan.

Ketiga, pelatihan terkait kepribadian dan sikap pramusaji seperti team building atau skema penghargaan bagi staf terbaik sebagai bagian dari pengakuan dan imbalan atas pelayanan yang sudah diberikan. *Keempat*, dalam hubungannya dengan kenyamanan pengunjung, evaluasi melalui ulasan (feedback) pelanggan dan evaluasi terhadap desain dan tata ruang juga dapat menjadi perhatian dari pihak manajemen. Penyediaan fasilitas-fasilitas penunjang seperti area tempat parkir dan pegangan tangga (railing) pada akses masuk juga diperlukan. Hal ini tentu menunjukkan upaya pihak manajemen dalam memberikan perhatian pada aspek kenyamanan pengunjung, terkhusus bagi pengunjung usia lanjut dan disabilitas. Di samping itu, selain pada sisi kinerja staf, peningkatan pada sisi manajemen juga dapat dilakukan melalui evaluasi dan monitoring berkala berdasarkan *Key Performance Indikator* (KPI) yang sudah ditetapkan dan berfokus pada kinerja pelayanan.

Simbulan

Berdasarkan hasil analisis serta temuan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan pramusaji pada Restoran Senja Eatery perlu ditingkatkan pada aspek tanggung jawab dan profesionalitas dan aspek kecepatan dan akurasi pelayanan sebagai aspek yang kuat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dan minat untuk berkunjung serta memberikan rekomendasi. Peningkatan pelayanan pramusaji juga dapat terarah juga pada aspek sikap dan kepribadian terutama dalam upaya memastikan kepuasan pengunjung terhadap kualitas makanan yang disajikan. Di samping itu, walaupun tidak memberikan pengaruh signifikan pada kepuasan pengunjung, aspek keterampilan komunikasi pramusaji juga perlu ditingkatkan, sebagai salah satu aspek pendukung dalam upaya meningkatkan kepuasan dan minat berkunjung melalui pelayanan prima dari pramusaji. Dengan fokus pada peningkatan kinerja dan rekomendasi pelatihan terkait sekiranya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi restoran.

Daftar Pustaka

- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). *The Use of Language in Service to Restaurant Guests at Star Hotels in Samosir Regency*. 9(2), 356–363.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 79–89.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Ghozali, I. (2014). SEM metode alternatif dengan menggunakan Partial Least Squares (PLS). *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). The Results of PLS-SEM Article information. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

- Hill, N., & Brierley, J. (2017). *How to measure customer satisfaction*. Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Memon, M. A., Ramayah, T., Cheah, J. H., Ting, H., Chuah, F., & Cham, T. H. (2021). Pls-Sem Statistical Programs: a Review. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), i–xiv.
[https://doi.org/10.47263/JASEM.5\(1\)06](https://doi.org/10.47263/JASEM.5(1)06)
- Rasyad, R. Z., Mayasari, R. M., & Nur Madani, M. (2023). New Era Normal: Manajemen Pemasaran Hotel Untuk Penjagaan Pelanggan Dalam. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 94–98.
<https://doi.org/10.34306/abdi.v4i2.1023>
- Runtuwuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813.
<https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5973>
- Saniantara, P., & Trianasari. (2023). Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Restoran di Era Pandemi di Hotel The Laguna Nusa Dua Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 241–249. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.47172>
- Sitorus, O. T., Hutagalung, V. K., & Sebayang, Y. B. (2023). Pengaruh Etika Pelayanan Pramusaji Terhadap Kepuasan Tamu Di Restoran De Boer Pada Hotel Grand Inna Medan. *JEBIT MANDIRI-Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Teknologi*, 3(2), 1–8.
- Srinivasan, S. (2015). Mind-Set Metrics: Consumer Attitudes and the Bottom Line. *GfK Marketing Intelligence Review*, 7(1), 28–33. <https://doi.org/10.1515/gfkmir-2015-0004>
- Verawaty, Saeni, N., Singkeruang, A. W. T. F., & Kausar, A. (2022). Journal of Management Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *YUME : Journal of Management ISSN*, 5(2), 238–253. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3456>
- Wikantini, I. A. K. W., & Andiani, N. D. (2020). Strategi Peningkatan Keterampilan Pramusaji di Makase Restaurant. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 3(2), 42–50.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v3i2.28992>
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2020). *EBK: Services Marketing: Integrating Customer Service Across the Firm 4e*. McGraw Hill.
- https://www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g1777483-d25286356-r959423646-Senja_Eatery-Labuan_Bajo_Flores_East_Nusa_Tenggara.html
- https://www.instagram.com/senja.eatery?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==
- <https://www.youtube.com/watch?v=xDOgDDZq6GQ>