

Pengaruh Kualitas Pelayanan Food and Beverage Service di Swiss-Belhotel Cirebon

Alfiyah Alfiyah, Sulfiani Sulfiani, Fahmi Maulana

Universitas 17 Agustus 1945, Indonesia

Email: alfiyahhh09@gmail.com, sulfianihasan24@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh Food And Beverage Service di Swiss-Belhotel Cirebon, serta untuk mengidentifikasi pengaruh pelayanan tersebut terhadap kepuasan tamu dan hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada tamu restoran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum kualitas pelayanan dinilai sangat baik, terutama pada dimensi tangibles dan assurance, yang mencakup kebersihan, penataan restoran, serta penampilan dan profesionalitas staf. Namun, beberapa dimensi seperti reliability, responsiveness, dan empathy masih menunjukkan penilaian ragu-ragu dari tamu. Hasil uji validitas menunjukkan nilai r -hitung berkisar antara 0,85 hingga 0,90 (r -tabel = 0,85), sedangkan uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,93, yang mengindikasikan instrumen penelitian sangat reliabel. Kualitas pelayanan yang diberikan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu, di mana pelayanan yang tepat waktu dan sesuai harapan meningkatkan kecenderungan tamu untuk kembali. Hambatan dalam pelayanan mencakup kesiapan staf saat restoran ramai, ketidaksesuaian pesanan, dan kurangnya empati. Manajemen telah melakukan berbagai upaya perbaikan, seperti pelatihan rutin dan evaluasi kinerja staf. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik secara signifikan dapat meningkatkan kepuasan tamu, meskipun masih diperlukan peningkatan pada beberapa aspek tertentu.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu, Food and Beverage Service, Hotel

Abstract

This study aims to examine and analyze the quality of service provided by the Food and Beverage Service at Swiss-Belhotel Cirebon, as well as to identify its influence on guest satisfaction and the obstacles encountered during its implementation. A quantitative approach was used, with data collected through questionnaires distributed to restaurant guests. The results of the study indicate that, in general, the quality of service is rated as very good, particularly in the tangibles and assurance dimensions, which include cleanliness, restaurant layout, and staff appearance and professionalism. However, some dimensions such as reliability, responsiveness, and empathy still received uncertain ratings from guests. Validity test results showed r -values ranging from 0.85 to 0.90 (r -table = 0.85), while reliability testing yielded a Cronbach's Alpha value of 0.93, indicating a highly reliable research instrument. The quality of service provided has been proven to have a positive effect on guest satisfaction, where timely and expected service increases the likelihood of guest return. Service obstacles include staff readiness during peak hours, order inaccuracies, and a lack of empathy. Management has undertaken several improvement efforts, such as regular training and staff performance evaluations. Thus, high service quality can significantly enhance guest satisfaction, although improvements are still needed in certain aspects.

Keywords: Service Quality, Guest Satisfaction, Food and Beverage Service, Hotel

*Correspondence Author: Alfiyah Alfiyah
Email: alfiyahhh09@gmail.com



PENDAHULUAN

Pariwisata global telah menjadi sektor ekonomi yang terus berkembang, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dunia mencapai lebih dari 10% pada tahun 2019 sebelum pandemi COVID-19 (UNWTO, 2020). Industri perhotelan, sebagai komponen integral dari ekosistem pariwisata, memainkan peran krusial dalam menyediakan akomodasi dan layanan pendukung yang mempengaruhi pengalaman wisatawan secara keseluruhan (Aznam et al., 2025; Nurfadilah & Hadithya, 2024; Silalahi et al., 2023). Dalam konteks ini, kualitas pelayanan, khususnya di departemen Food and Beverage (F&B), menjadi faktor

determinan yang tidak hanya mempengaruhi kepuasan tamu tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap revenue hotel, dengan estimasi kontribusi mencapai 30-40% dari total pendapatan operasional hotel (Grönroos, 2020; Lovelock & Wirtz, 2021).

Di Indonesia, tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas layanan F&B di hotel-hotel urban semakin kompleks. Laporan Asosiasi Pengusaha Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) tahun 2023 menunjukkan bahwa keluhan tamu terkait layanan F&B mencapai 35% dari total keluhan di hotel berbintang, dengan aspek utama yang dikeluhkan meliputi keterlambatan penyajian, inkonsistensi rasa makanan, dan kurangnya responsivitas staf. Kondisi ini diperparah oleh tingginya turnover karyawan di sektor F&B yang mencapai 25-30% per tahun (PHRI, 2023), yang berdampak pada stabilitas kualitas layanan. Fenomena ini mengindikasikan urgensi untuk mengkaji lebih mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan F&B dan dampaknya terhadap kepuasan tamu, khususnya di hotel-hotel yang beroperasi di kota-kota menengah dengan karakteristik pasar yang berbeda dari destinasi wisata utama (Herlina & Muliani, 2020; Sari & Althalets, 2021; Solemede et al., 2023).

Pariwisata mendukung ekonomi dan hotel menjadi bagian penting dalam menunjang wisata, terutama dalam hal pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik, terutama di Food and Beverage Service (restoran hotel), memengaruhi kenyamanan dan kepuasan tamu. Tiga unsur utama dalam pelayanan ini adalah: sikap (attitude), penampilan (grooming), dan pengetahuan (knowledge) (Crowe et al., 2022; Hastuti, 2019; Lussak et al., 2020; Rawal & Dani, 2019). Selain memberi kenyamanan, pelayanan ini juga berpengaruh besar terhadap pendapatan hotel.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan F&B dan kepuasan pelanggan dalam konteks perhotelan. Pertama, penelitian Arifin dan Prabowo (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan restoran berpengaruh positif terhadap word of mouth, dengan dimensi assurance dan empathy sebagai prediktor terkuat. Kedua, studi Yunita (2022) mengidentifikasi bahwa dimensi SERVQUAL, khususnya reliability dan responsiveness, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di industri restoran dengan nilai korelasi 0,78 ($p < 0,01$). Ketiga, penelitian Puspitasari (2021) pada hotel berbintang menunjukkan bahwa kepuasan tamu terhadap pelayanan F&B dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara staf dan tamu, dengan kontribusi sebesar 65% terhadap overall guest satisfaction. Keempat, Pratama (2023) menemukan bahwa dimensi tangibles dan assurance berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan hotel dengan nilai R^2 sebesar 0,62. Meskipun penelitian-penelitian tersebut memberikan kontribusi penting, sebagian besar dilakukan di hotel-hotel metropolitan atau resort besar, sehingga terdapat keterbatasan dalam memahami dinamika kualitas pelayanan F&B di hotel kota menengah yang memiliki karakteristik operasional dan segmen pasar berbeda.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian ini secara spesifik mengeksplorasi kualitas pelayanan F&B di konteks hotel kota menengah (Swiss-Belhotel Cirebon) yang memiliki karakteristik pasar berbeda dengan hotel di destinasi wisata utama atau metropolitan. Kedua, penelitian ini tidak hanya mengukur persepsi kualitas layanan, tetapi juga mengidentifikasi hambatan operasional spesifik yang dihadapi dalam implementasi standar pelayanan, aspek yang jarang dieksplorasi secara mendalam dalam penelitian sejenis. Ketiga, penelitian ini mengintegrasikan perspektif manajemen dalam upaya peningkatan kualitas melalui dokumentasi program training dan evaluasi yang telah dilakukan, memberikan gambaran holistik tentang praktik manajemen kualitas layanan F&B.

Penelitian ini dibatasi pada analisis kualitas pelayanan di Swiss-Cafe, restoran utama Swiss-Belhotel Cirebon, dengan fokus pada tamu yang menerima layanan F&B secara langsung. Batasan ini dipilih untuk memastikan kedalaman analisis pada unit layanan yang paling representatif dari operasional F&B hotel. Penelitian ini menggunakan lima dimensi SERVQUAL sebagai kerangka analisis utama, namun memberikan penekanan khusus pada tiga aspek operasional: attitude (sikap pelayanan), grooming (penampilan profesional), dan knowledge (pengetahuan produk dan prosedur), yang dianggap paling kritis dalam konteks layanan F&B perhotelan.

Berdasarkan identifikasi masalah dan gap penelitian yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: pertama, untuk menganalisis secara komprehensif kualitas pelayanan F&B di Swiss-Belhotel Cirebon berdasarkan lima dimensi SERVQUAL; kedua, untuk menguji dan mengukur pengaruh kualitas pelayanan F&B terhadap tingkat kepuasan tamu; dan ketiga, untuk mengidentifikasi serta menganalisis hambatan-hambatan operasional yang dihadapi dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan F&B.

Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan makanan dan minuman (F&B) di restoran Swiss-Cafe, Swiss-Belhotel Cirebon, khususnya dilihat dari tiga aspek utama, yaitu sikap, penampilan, dan pengetahuan staf yang secara langsung membentuk pengalaman tamu. Ruang lingkup ini dibatasi hanya pada tamu yang menerima layanan langsung, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan tersebut, sejauh mana pengaruhnya terhadap kepuasan tamu, serta mengidentifikasi hambatan-hambatan yang ditemui dalam upaya peningkatannya.

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi mahasiswa, penelitian ini menambah wawasan dan pengalaman praktis. Bagi pihak hotel, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan layanan yang pada akhirnya turut memengaruhi pendapatan. Sementara bagi dunia akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan literatur ilmiah di bidang kepariwisataan dan perhotelan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, untuk menggambarkan dan menganalisis kualitas pelayanan F&B terhadap kepuasan tamu. Populasi dan Sampel: Populasi adalah 42 tamu a la carte restoran Swiss- Cafe. Sampel diambil dengan accidental sampling, menggunakan sampel jenuh (seluruh populasi dijadikan sampel).

Jenis Data dan Pengolahan menggunakan data primer dari kuesioner dan observasi langsung. Data dianalisis menggunakan skala Likert dan dihitung rata-rata untuk mengetahui kecenderungan jawaban.

Alat Uji:

- a. Uji Validitas: Menggunakan korelasi Pearson.
- b. Uji Reliabilitas: Menggunakan Cronbach's Alpha, nilai $\geq 0,70$ dianggap reliabel.
- c. Statistik Deskriptif: Digunakan untuk menggambarkan data secara numerik melalui rata-rata, persentase, dan skor total.

Teknik Pengumpulan Data:

- a. Observasi: Melihat langsung pelayanan di Swiss-Cafe.
- b. Kuesioner: Survei tamu dengan skala SERVQUAL.

- c. Studi pustaka: Menggunakan teori- teori pendukung dari buku dan jurnal.
- d. Lokasi: Swiss-Belhotel Cirebon. Waktu: April–Juli 2025 (4 bulan).

Data yang terkumpul dianalisis melalui beberapa tahapan. Pertama, uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk memastikan setiap item pernyataan dalam kuesioner mengukur konstruk yang dimaksud, dengan kriteria nilai r -hitung $>$ r -tabel. Kedua, uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dilakukan untuk mengukur konsistensi internal instrumen, dengan nilai minimum 0,70 sebagai batas reliabilitas yang dapat diterima (Hair et al., 2022). Ketiga, analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban responden terhadap setiap dimensi kualitas pelayanan, yang disajikan dalam bentuk nilai rata-rata, persentase, dan kategorisasi tingkat persetujuan. Keempat, interpretasi hasil dilakukan dengan membandingkan skor rata-rata setiap dimensi terhadap kategori penilaian: sangat tidak baik (1,00-1,80), tidak baik (1,81-2,60), cukup baik (2,61-3,40), baik (3,41-4,20), dan sangat baik (4,21-5,00).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 42 responden yang merupakan tamu restoran Swiss-Cafe selama periode penelitian. Berdasarkan jenis kelamin, responden terdiri dari 22 orang (52,38%) laki-laki dan 20 orang (47,62%) perempuan, menunjukkan distribusi yang relatif seimbang. Dari segi usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 21-25 tahun sebanyak 27 orang (64,29%), diikuti usia 26-30 tahun sebanyak 8 orang (19,05%), usia 31-35 tahun sebanyak 4 orang (9,52%), dan usia di atas 35 tahun sebanyak 3 orang (7,14%). Dominasi kelompok usia muda (21-25 tahun) ini mencerminkan karakteristik pengguna layanan F&B di hotel urban yang cenderung didominasi oleh segmen millennial dan young professionals. Dari segi frekuensi kunjungan, 25 responden (59,52%) merupakan tamu yang berkunjung pertama kali, 12 responden (28,57%) telah berkunjung 2-3 kali, dan 5 responden (11,91%) merupakan pelanggan reguler dengan frekuensi kunjungan lebih dari 3 kali.

Hasil Uji Instrumen

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh 25 item pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r -hitung yang berkisar antara 0,85 hingga 0,90, nilai yang secara signifikan melebihi r -tabel sebesar 0,85 untuk $n=42$ pada taraf signifikansi 5%. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh item pernyataan valid dan mampu mengukur konstruk kualitas pelayanan dengan tepat. Adapun hasil uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,93, yang berada jauh di atas batas minimum 0,70, bahkan termasuk dalam kategori reliabilitas sangat tinggi ($>0,90$) menurut Hair et al. (2022). Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang sangat baik dan dapat diandalkan untuk pengukuran berulang.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dimensi	Jumlah Item	Range r -hitung	r -tabel	Status Validitas	Cronbach's Alpha
Tangibles	5	0,85 - 0,88	0,85	Valid	0,89
Reliability	5	0,86 - 0,90	0,85	Valid	0,91
Responsiveness	5	0,85 - 0,87	0,85	Valid	0,88
Assurance	5	0,87 - 0,89	0,85	Valid	0,90

Dimensi	Jumlah Item	Range r-hitung	r-tabel	Status Validitas	Cronbach's Alpha
Empathy	5	0,85 - 0,89	0,85	Valid	0,89
Total	25	0,85 - 0,90	0,85	Valid	0,93

Berdasarkan hasil uji instrumen, seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Selain itu, uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$, yang berarti kuesioner tersebut reliabel. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif, di mana rata-rata skor dari masing-masing dimensi diukur untuk memahami persepsi responden terhadap kualitas pelayanan. Analisis kualitas pelayanan F&B dilakukan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988). Pada dimensi Tangibles (bukti fisik), responden memberikan penilaian sangat baik terutama pada penampilan staf dengan skor rata-rata 4,35, meskipun masih terdapat kritik terhadap kebersihan area tertentu di restoran dengan skor 3,98. Dimensi ini mencakup aspek-aspek fisik yang dapat diamati langsung oleh tamu, seperti kebersihan, penataan meja, dekorasi interior, dan penampilan profesional staf.

Dimensi Reliability (keandalan) memperoleh skor rata-rata 3,72, yang termasuk dalam kategori baik namun mendekati batas bawah kategori tersebut. Penilaian ini mengindikasikan bahwa meskipun secara umum pelayanan dapat diandalkan, terdapat inkonsistensi yang dirasakan tamu, terutama pada saat kondisi restoran ramai dengan tingkat okupansi tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Yunita (2022) yang mengidentifikasi bahwa reliability menjadi salah satu dimensi kritis dalam menentukan kepuasan pelanggan restoran, dengan nilai korelasi mencapai 0,78 terhadap kepuasan keseluruhan. Ketidakkonsistenan ini dapat berdampak pada persepsi tamu terhadap profesionalisme layanan dan reliabilitas hotel secara keseluruhan.

Pada dimensi Responsiveness (daya tanggap), responden memberikan penilaian dengan skor rata-rata 3,65. Staf dinilai cukup cepat dalam memberikan respons awal terhadap permintaan tamu, namun penanganan keluhan atau situasi khusus masih belum mencapai tingkat optimal. Penelitian Ismail dan Yusof (2022) menunjukkan bahwa responsiveness memiliki dampak langsung terhadap loyalitas pelanggan dalam industri hospitalitas, di mana setiap peningkatan satu poin dalam skor responsiveness dapat meningkatkan intention to return sebesar 15-20%. Hal ini menggarisbawahi pentingnya peningkatan kapasitas staf dalam menangani keluhan dan situasi tidak terduga dengan lebih efektif.

Dimensi Assurance (jaminan) memperoleh nilai tertinggi dengan skor rata-rata 4,28, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Dimensi ini mencerminkan kemampuan staf dalam memberikan jaminan kepercayaan kepada tamu melalui pengetahuan produk yang memadai, keramahan, dan profesionalisme dalam berinteraksi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Pratama (2023) yang menemukan bahwa assurance merupakan prediktor kuat loyalitas pelanggan hotel dengan kontribusi sebesar 38% terhadap variance loyalitas. Tingginya skor pada dimensi ini mengindikasikan bahwa program training yang dilakukan manajemen Swiss-Belhotel Cirebon telah efektif dalam membangun kompetensi dan kepercayaan diri staf dalam melayani tamu.

Sementara itu, dimensi Empathy (empati) menunjukkan skor rata-rata 3,58, yang merupakan skor terendah di antara kelima dimensi SERVQUAL. Meskipun sebagian besar tamu merasa dihargai dan nyaman, terdapat catatan bahwa beberapa staf terlihat tergesa-gesa

dalam melayani, terutama pada jam-jam sibuk. Kurangnya personalisasi layanan dan perhatian individual terhadap kebutuhan spesifik tamu menjadi area yang memerlukan perhatian khusus. Menurut Lovelock dan Wirtz (2021), empathy dalam konteks service quality mencakup kemampuan untuk memahami kebutuhan individual pelanggan dan memberikan perhatian personal, yang menjadi diferensiator penting dalam industri hospitalitas yang kompetitif.

Lebih lanjut, analisis korelasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan F&B berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,76 ($p < 0,01$). Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional terbukti mendorong keinginan tamu untuk kembali menggunakan layanan, dengan 68% responden menyatakan kemungkinan tinggi untuk melakukan kunjungan ulang. Temuan ini memperkuat teori service-profit chain yang dikemukakan oleh Grönroos (2020), yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan anteseden langsung dari kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi loyalitas dan profitabilitas jangka panjang. Dalam konteks industri hospitalitas, di mana word-of-mouth dan repeat business menjadi sumber pendapatan yang signifikan, hubungan positif ini memiliki implikasi strategis yang penting bagi manajemen hotel.

Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa hambatan operasional yang masih perlu diperbaiki. Pertama, pada dimensi tangibles, masih terdapat keluhan terkait kebersihan area tertentu di restoran, khususnya area waiting station dan restroom, yang tidak selalu terjaga konsistensinya terutama pada periode okupansi tinggi. Kedua, terkait reliability, ketidakkonsistenan pelayanan saat restoran ramai mengindikasikan adanya gap dalam kapasitas operasional dan manajemen workforce scheduling. Penelitian Nasution dan Mavondo (2018) mengidentifikasi bahwa manajemen kapasitas yang tidak optimal dapat menyebabkan service failure rate meningkat hingga 40% pada peak hours. Ketiga, pada aspek responsiveness, keterlambatan dalam menangani keluhan menunjukkan perlunya pengembangan prosedur service recovery yang lebih sistematis dan pemberdayaan frontline staff untuk mengambil keputusan cepat dalam mengatasi masalah. Keempat, dimensi assurance menunjukkan bahwa meskipun secara umum baik, masih terdapat beberapa staf yang menunjukkan kurangnya kepercayaan diri, terutama staf yang relatif baru. Kelima, hambatan pada dimensi empathy terkait dengan sikap terburu-buru dalam pelayanan mengindikasikan perlunya penyesuaian dalam workload distribution dan penekanan pada aspek emotional labor dalam program training.

Dari perspektif manajemen sumber daya manusia, hambatan-hambatan ini dapat dikaitkan dengan beberapa faktor sistemik. Pertama, tingginya turnover rate di industri F&B yang mencapai 25-30% per tahun (PHRI, 2023) berdampak pada stabilitas kualitas layanan karena adanya kebutuhan konstan untuk merekrut dan melatih staf baru. Kedua, beban kerja yang tidak proporsional pada jam-jam sibuk dapat menyebabkan burnout dan penurunan kualitas layanan. Zeithaml et al. (2020) menekankan pentingnya internal service quality sebagai fondasi untuk external service quality, di mana kepuasan dan kesejahteraan karyawan berkorelasi langsung dengan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggan. Ketiga, gap antara standar layanan yang ditetapkan manajemen dengan implementasi di lapangan mengindikasikan perlunya penguatan mekanisme supervisi dan quality control yang lebih sistematis.

Dalam merespons hambatan-hambatan tersebut, manajemen Swiss-Belhotel Cirebon telah melakukan beberapa upaya perbaikan yang terstruktur. Pertama, implementasi program

pelatihan rutin yang mencakup technical skills (product knowledge, service procedures) dan soft skills (communication, empathy, problem-solving) yang dilaksanakan setiap triwulan dengan melibatkan trainer internal dan eksternal. Kedua, penerapan sistem evaluasi kinerja staf yang dilakukan secara berkala dengan menggunakan balanced scorecard yang mencakup aspek customer satisfaction score, service compliance, dan teamwork. Ketiga, pengembangan standar operasional prosedur (SOP) yang lebih detail untuk berbagai situasi layanan, termasuk prosedur penanganan keluhan dan service recovery. Keempat, penguatan sistem reward dan recognition untuk staf yang menunjukkan kinerja layanan excellent sebagai bentuk reinforcement terhadap perilaku yang diharapkan. Upaya-upaya ini sejalan dengan prinsip total quality management dalam industri hospitalitas yang ditekankan oleh Tjiptono dan Diana (2019), yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas layanan memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan aspek people, process, dan physical evidence.

Dimensi Reliability (keandalan) dinilai baik, namun terdapat catatan terkait konsistensi pelayanan saat kondisi restoran ramai. Pada dimensi Responsiveness (daya tanggap), staf dianggap cukup cepat membantu tamu, tetapi penanganan keluhan masih belum maksimal. Dimensi Assurance (jaminan) memperoleh nilai sangat baik karena staf dianggap memiliki pengetahuan yang memadai dan mampu menumbuhkan kepercayaan tamu. Sementara itu, dimensi Empathy (empati) menunjukkan bahwa sebagian besar tamu merasa dihargai dan nyaman, meskipun ada catatan bahwa beberapa staf terlihat tergesa-gesa dalam melayani. Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan F&B berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional mendorong keinginan tamu untuk kembali menggunakan layanan tersebut. Namun demikian, terdapat beberapa hambatan yang masih perlu diperbaiki, antara lain masalah kebersihan area restoran (tangibles), ketidakkonsistenan pelayanan saat ramai (reliability), keterlambatan dalam menangani keluhan (responsiveness), kurangnya kepercayaan diri staf (assurance), dan sikap terburu-buru dalam pelayanan (empathy). Hambatan-hambatan tersebut dapat menjadi fokus evaluasi manajemen untuk peningkatan kualitas layanan ke depannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan Food and beverage service di Swiss- Belhotel Cirebon, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Pelayanan yang ramah, tepat waktu, dan profesional meningkatkan kecenderungan tamu untuk kembali. seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid, dengan nilai r-hitung berkisar antara 0,85 hingga 0,90, yang melebihi nilai r- tabel (0,85). Selain itu, nilai Cronbach's Alpha sebesar 1,03 menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi dan bersifat sangat reliabel. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk mengukur variabel pelayanan. Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi strategis diajukan untuk peningkatan kualitas pelayanan F&B di Swiss-Belhotel Cirebon. Pertama, tingkatkan kebersihan dan penataan fisik restoran secara konsisten. Kedua, optimalkan manajemen operasional saat jam sibuk, misalnya dengan menambah staf atau membagi tugas lebih efektif. Ketiga, adakan pelatihan rutin terkait sikap pelayanan, empati, dan penguasaan produk. Keempat, lakukan evaluasi dan pengambilan umpan balik dari tamu secara berkala untuk peningkatan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M., & Prabowo, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan restoran terhadap word of mouth. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(2), 45–52.
- Aznam, A. F. P., Nulul, N. A., & Anggraini, F. D. (2025). Dinamika komunikasi food and beverage service dan kitchen dalam meningkatkan pelayanan Hotel Grand Diamond Yogyakarta. *Mabha Jurnal*, 6(1). <https://doi.org/10.70018/mb.v6i1.94>
- Crowe, R. K., Probst, Y. C., Norman, J. A., Furber, S. E., Stanley, R. M., Ryan, S. T., Vuong, C., Hammersley, M. L., Wardle, K., Franco, L., Beets, M. W., Weaver, R. G., Davis, M., Innes-Hughes, C., & Okely, A. D. (2022). Foods and beverages provided in out of school hours care services: An observational study. *BMC Public Health*, 22(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-022-12652-9>
- Grönroos, C. (2020). *Service management and marketing: Managing the service profit logic*. Wiley.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Pearson Education.
- Hastuti, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan food and beverage service terhadap kepuasan pelanggan Hotel Grand Dafam Rohan Syariah. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 53(1).
- Herlina, H., & Muliani, L. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan food and beverage department terhadap kepuasan konsumen Hotel Daily Inn Jakarta. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 1(2). <https://doi.org/10.31334/jd.v1i2.842>
- Ismail, N., & Yusof, M. (2022). The impact of SERVQUAL dimensions on customer loyalty in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality and Tourism Management*, 5(1), 12–21.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). Pearson Education.
- Lussak, A., Abdurachman, E., Gautama, I., & Setiowati, R. (2020). The influence of financial performance and innovation of services and products on the survival of small businesses in food and beverage in Jakarta City with mediation of operational improvement. *Management Science Letters*, 10(2). <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.024>
- Nasution, H., & Mavondo, F. (2018). The role of service quality in hotel industry. *Journal of Hospitality Management*, 6(2), 98–110.
- Nurfadilah, F., & Hadithya, R. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kualitas pelayanan F&B pada hotel bintang lima: Studi empiris di Grand Hotel Preanger. *Jurnal Bina Manajemen*, 13(1). <https://doi.org/10.52859/jbm.v13i1.674>
- Pratama, B. R. (2023). Pengaruh tangibles dan assurance terhadap loyalitas pelanggan hotel. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(3), 89–97.
- Puspitasari, L. (2021). Studi kepuasan tamu terhadap pelayanan F&B hotel berbintang. *Tourism and Hospitality Journal*, 4(2), 77–84.
- Rawal, Y. S., & Dani, R. (2019). Next generation trends in food and beverage service sector. *International Journal of Management, IT and Engineering*, 7(11).
- Sari, A., & Althalets, F. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan food and beverage department terhadap kepuasan konsumen di Mesra Business and Resort Hotel Samarinda. *Jurnal*

Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan, 2(3).

<https://doi.org/10.24036/jkpbbp.v2i3.45572>

- Silalahi, R. M. P., Murniati, M., & Widianingtyas, N. (2023). Integrasi pembelajaran bahasa Inggris guna meningkatkan kualitas pelayanan dalam sektor industri perhotelan. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 7(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v7i1.4296>
- Solemede, M. I., Rumatatu, G. A., & Pattiruhu, F. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan food and beverage service terhadap kepuasan pelanggan di Swiss-Bellhotel Ambon. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(4).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Total quality management*. Andi Offset.
- Yunita, S. (2022). Pengaruh dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan pelanggan di industri restoran. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 65–73.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).