

## TANGGAPAN TERHADAP SERVICE QUALITY DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN WAITER/SS DI NOSTIMO RESTO HOTEL HORAIOS MALIOBORO YOGYAKARTA

Lutfi Hendriyati<sup>1)</sup>, Hery Krestanto<sup>2)</sup>, dan Arengga Theo Ismawan<sup>3)</sup>  
<sup>1,2,3)</sup> Akademi Pariwisata Yogyakarta

e-mail: [lutfihendriyati.slamet@gmail.com](mailto:lutfihendriyati.slamet@gmail.com)<sup>1)</sup>, [herychrestanto@gmail.com](mailto:herychrestanto@gmail.com)<sup>2)</sup>,  
[theonarengga@gmail.com](mailto:theonarengga@gmail.com)<sup>3)</sup>

---

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan terhadap *service quality* di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta dan bagaimana kepuasan pelanggan dengan layanan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah teknik analisis data diskriptif kuantitatif. Data penelitian diperoleh dari kuisisioner yang diberikan kepada 50 responden yang menggunakan jasa Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata tanggapan pelanggan terhadap *service quality* menunjukkan hasil sangat baik dan rata-rata tanggapan pelanggan terhadap kepuasan pelayanan menunjukkan hasil sangat puas.

**Kata Kunci:** *Pelayanan Jasa, kepuasan pelanggan, pelayanan*

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out how customer's response of service quality at Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta and how satisfied the customer with the service at Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta. The research method used is descriptive quantitative data analysis techniques. The research data was obtained from a questionnaire given to 50 respondents who used the services of Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta. Based at the consequences of the study,, the average of customer's response to service quality showed very good results and the average customer's response to service satisfaction showed very satisfied results.*

**Keywords:** *Service Quality, satisfied, customer.*

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Yogyakarta cukup pesat menuju arah pembangunan yang semakin jelas dan terarah. Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta No.1 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

menjadi sumber referensi utama untuk mengarahkan pengembangan kepariwisataan Daerah Istimewa Yogyakarta yang berbasis budaya. Jumlah wisatawan yang datang menginap di yogyakarta pada Hotel Bintang dan Non Bintang tahun 2020 sejumlah 1.848.548 orang, hal ini dapat diartikan terjadi

penurunan sebesar 71,78% dibandingkan tahun 2019.

berjumlah sebesar 6.549.381 orang (Statistik Kepariwisata 2020, Daerah Istimewa Yogyakarta). Sarana prasarana dalam mendukung pariwisata perlu menyediakan berbagai layanan yang lengkap seperti hotel dan restoran.

Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang menyediakan pelayanan penginapan, makanan, minuman, serta fasilitas lainnya yang dikelola secara komersial (Rosdianti, Suarka, Sutaguna : 2018) . Menurut data dari buku Statistika Kepariwisata tahun 2020, Jumlah hotel yang memiliki sertifikasi hotel berbintang Terdapat 172 hotel dan 1.951 hotel non bintang di yogyakarta

Hotel terdiri dari beberapa departemen yang mendukung pelayanan dan saling berkaitan untuk memaksimalkan kualitas pelayanan. Salah satu departemen yang selalu bersentuhan dengan pelayanan adalah Food and Beverage Departement.

Departemen *Food and Beverage* merupakan bagian dari hotel yang menangani masalah yang berkaitan dengan pengolahan makanan dan minuman (*F&B Product*) dan penyediaan pelayanan (*F&B Service*). Hotel biasanya menawarkan beberapa fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti Restaurant untuk memenuhi makanan dan minuman bagi tamu hotel. Selain itu restaurant juga melayani pesan dan mengantar makanan, serta menyediakan fasilitas banquet yang biasanya digunakan untuk meeting dan konferensi. Restoran merupakan bagian kegiatan yang berhubungan dengan makanan dan minuman yang dijalankan secara profesional demi keuntungan perusahaan dan kepuasan tamu. (Supriyanto & Hendriyati : 2021)

Selain makanan dan minuman sebagai produk utamanya, Sebuah Restoran

memerlukan standar pelayanan yang baik dan maksimal agar para tamu merasakan kepuasan bukan hanya dalam hal makanan dan minuman saja, melainkan juga dari kesigapan dan keramahmatan para karyawan retoran dalam melayani tamu. (Subakti, 2014). kualitas layanan memiliki lima dimensi yang mewakili kualitas layanan yang meliputi *tangible*/bukti fisik, *empathy*/Empati, *reliability*/keandalan, *responsiveness*/Daya tanggap dan *assurance/jaminan*.(Tjiptono, 2017)

Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta juga memberikan layanan *Food and Beverage* dengan adanya Nostimo Resto. Fasilitas Nostimo Resto menawarkan atmosfir yang berwarna dan menyenangkan. Resto ini menyediakan layanan *Food and Beverage* setiap hari dari jam 06.00 pagi sampai jam 23.00 malam. Nostimo Resto menyediakan menu tradisional hingga beberapa menu internasional maupun *street food*. Nostimo Resto dapat menampung hingga 200 orang. Fasilitas *Room service* juga tersedia selama 24 jam.

Berdasarkan data dari *Food and Beverage Departement* Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta, dari Januari tahun 2020 sampai dengan Mei tahun 2022 rata-rata ada 15-25 event per bulan yang menggunakan fasilitas Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan maka perlu adanya evaluasi pelayanan dan meningkatkan kualitas pelayanan Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta. Oleh karena itu Rumusan terhadap masalah yang dibahas oleh penulis adalah: Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap *Service Quality* di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro dan Bagaimana Kepuasan Pelanggan terhadap pelayanan di Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta. oleh karena itu penulis sangat tertarik untuk meneliti dengan judul : **“Tanggapan Terhadap *Service Quality* dan**

## **Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Waiter/Waitress di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta”.**

### **2. TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pengertian Hotel**

Hotel adalah suatu usaha akomodasi dengan menyediakan pelayanan penginapan, makanan, minuman, dan fasilitas lainnya, yang dikelola secara profesional guna mendapatkan keuntungan (I Gusti Bagus, 2016). Menurut Rumecko dalam Rai Utama (2014), hotel adalah bangunan yang menyediakan kamar untuk tempat menginap para tamu, makanan dan minuman, serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan. Dari kedua pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan hotel adalah Tempat menginap untuk tamu dengan berbagai fasilitas yang disediakan seperti kamar, restoran, dan fasilitas lainnya yang bertujuan mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin.

#### **2.2 Food and Beverage Departement**

Pengertian *Food and Beverage* menurut Mertayasa (2016:2) adalah bagian yang mempunyai tugas pokok untuk menyiapkan dan menyajikan makanan dan hotel maupun diluar hotel. Dalam Bahasa Indonesia *Food and Beverage Service* disebut dengan Tata Hidang. Pengertian Tata Hidang menurut Mertayasa (2012:2) adalah bagian yang mempunyai tugas pokok untuk menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman kepada para tamu baik di hotel maupun di luar hotel.

Departemen *Food and Beverage* adalah bagian dari hotel yang mengurus dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan pelayanan makanan dan minuman serta kebutuhan lain yang terkait, dari para tamu yang tinggal maupun yang tidak tinggal di hotel tersebut dan di kelola secara komersial

serta profesional. Departemen *Food and Beverage* merupakan departemen yang sangat mutlak di perlukan di hotel dalam penyediaan dan pelayanan (Richard Komar,2014:36).

#### **2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut James A, Fitzsimmons dan Mona J. Fitzsimmons didalam buku Sulistyono 2016 ada lima prinsip dimensi pelayanan yaitu: 1.*Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. 2.*Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. 3. *Assurance* (kepastian) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. 4.*Empathy* (empati) yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. 5.*Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang.

#### **2.4 Kepuasan pelanggan**

Menurut Tjiptono (2012), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberi hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pengumpulan data**

Metode dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu: 1). Angket, pengumpulan data penelitian ini di lakukan melalui kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini dengan cara memberikan atau membagikan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. 2). Metode observasi merupakan mengadakan survey, observasi serta pengamatan secara langsung

terhadap obyek kajian guna melihat secara langsung perilaku konsumen pada saat menggunakan atribut jasa yang di tawarkan. 3). Studi Pustaka. Yaitu data yang sudah tersedia, dimana riset tinggal mencari dan mengkaji buku yang ada hubungannya dengan penelitian. Pengumpulan data sekunder.

Analisis data. Penulisan untuk menganalisa data *research* yang dikerjakan menggunakan metode Diskriptif Kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pelanggan/tamu yang menggunakan pelayanan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro. dikarenakan jumlah populasi yang banyak maka peneliti melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan metode Sampel Insidental/Accidental Sampel. Sampling insidental atau accidental sampel adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2016)

Sumber data yang digunakan untuk rencana penelitian ini digolongkan menjadi: Data Primer, adalah data yang berasal langsung dari narasumbernya. data primer yang diperoleh dari penelitian ini yaitu tanggapan survey yang dibagikan pada tamu restoran. Kuesioner, merupakan suatu pengumpulan data dengan membuat daftar pernyataan yang diajukan kepada pelanggan/tamu, Daftar pernyataan diberikan dalam bentuk pernyataan terbuka dan merupakan sumber informasi utama. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data dasar atau variabel yang diteliti, yang dianalisis secara kuantitatif. Penilaian (skor) digunakan untuk menganalisis data. Dalam menentukan pengukuran menggunakan Skala *Likert* untuk menentukan skor/penilaian, Cara pengukuran dengan menghadapkan seseorang responden

kepada sebuah pernyataan dan diminta untuk memberikan jawaban, kemudian dari jawaban tersebut diberi bobot nilai/skor . Penentuan skor/nilai dalam penelitian ini adalah:

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Data Sekunder, yaitu data yang didapatkan secara tidak langsung dari objek penelitian. (Sari, Jefri ; 2019). Informasi ini diperoleh dalam bentuk dokumen yang diperoleh dari literatur dengan menggunakan alat penelitian dan pengolahan data.

### 3.4 Menentukan jarak atau rentang (*range*) dan panjang kelas interval

Rentang (*range*) adalah selisih antara nilai data yang terbesar/maximal dengan data dengan nilai yang terkecil/minimal. . Panjang interval kelas ditentukan oleh selisih antara nilai-nilai tersebut ( $I = P$ ).

$$\text{RENTANG} = \text{DATA TERBESAR} - \text{DATA TERKECIL}$$

Setelah nilai rentang kita ketahui, kemudian langkah selanjutnya kita menentukan panjang kelas interval ( $i = p$ ), yang dapat di hitung melalui persamaan sebagai berikut.

$$i = p = \frac{\text{RENTANG}}{\text{KELAS INTERVAL}}$$

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Hasil

##### 4.1.1 Rentang Skala

Hasil pengolahan data menggunakan berbagai skala atau panjang kategori. Evaluasi dalam menentukan posisi persepsi responden menggunakan skor. Penentuan rentang skala dapat dihitung dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$Rs = (Max-Min)/5$$

Keterangan :

Rs = Rentang skala

M = Nilai Max didalam pengukuran

n = Nilai Min didalam pengukuran

b = Banyak kelas interval, yaitu 5 kelas

Dengan menggunakan rumus diatas maka nilai rentang skala/panjang kelas yaitu:

$$Rs=(250-50)/5 = 40$$

$$Maximum = 5 \times 50 = 250$$

$$Minimum = 1 \times 50 = 50$$

$$Range = (250-50)/5 = 40$$

Dari data range tersebut kemudian diolah terlebih dahulu. Hasil olahan tersebut dijadikanpersentase sehingga didapatkan rentang skala persentase sebagai berikut :

Tabel 1 Skala nilai tanggapan pelanggan

Keterangan	Range	% Interval
Sangat Baik/Puas	210 - 250	85 - 100
Baik/ Puas	170 - 209	69 - 84
Cukup Baik/ Puas	130 - 169	53 - 68
Kurang Baik/ Puas	90 - 129	37 - 52
Sangat tidak Baik/ Puas	50 - 89	≤ 36

Sumber : Data yang diolah

##### 4.1.2 Hasil Tanggapan Pelanggan Terhadap Service Quality

Berdasarkan hasil olah data kuisisioner yang telah mendapat umpan balik dari 50 responden dengan perhitungan menggunakan *Microsoft Excel* maka didapatkan hasil mengenai kualitas pelayanan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta yaitu:

<https://jurnal.akparda.ac.id/>

##### a). Keandalan/Reability

*Reliability* yaitu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu (Lubis, Andayani, 2017). Berikut Tanggapan konsumen Aspek *Reability/keandalan*

Tabel 2 Aspek *Realibility*

No	Indikator	Nilai	Interpretasi
1	Nostimo Resto memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan	81,6%	Baik
2	Karyawan Nostimo Resto memiliki kompetensi yang tepat dalam memberikan pelayanan	82%	Baik
Rata-Rata		81,8%	Baik

Sumber Data yang diolah

Dari Tabel 2 dapat diketahui bahwa Aspek *Reability* di Nostimo Resto rata rata tanggapan pelanggan sebesar 81,8% yang berarti Baik.

##### b). Daya Tanggap/Responsiveness

*Responsiveness* yaitu kemampuan waiter/s secara sadar dan memiliki keinginan dalam membantu tamu restoran dan memberikan pelayanan jasa secara cepat. Karyawan/ waiter/s harus mampu memberikan perhatian dan ketepatan terhadap keinginan tamu seperti memberikan informasi dan penanganan masalah/*complain*.

Tabel 3 Aspek *Responsiveness*

No	Indikator	Nilai	Interpretasi
1	Karyawan Nostimo Resto memberikan informasi yang tepat dan akurat	87,6%	Sangat Baik
2	Nostimo Resto menawarkan pelayanan yang cepat & tanggap dalam menangani masalah dan complain tamu	88%	Sangat Baik
Rata-Rata		87,8%	Sangat Baik

Sumber Data yang diolah

Aspek *Responsiveness* di Nostimo Resto rata rata tanggapan pelanggan sebesar

87% yang berarti Sangat Baik. (Tabel 3)

c). *Kepastian/Assurance*

*Assurance* yaitu adanya jaminan dari perusahaan bahwa pelayanan yang diberikan dapat meyakinkan dan dipercaya oleh tamu seperti pengetahuan, sopan santun dari karyawan.

Tabel 4 Aspek *Assurance*

No	Indikator	Nilai	Interpretasi
1	Pelayanan di Nostimo Resto baik	88,8%	Sangat Baik
2	Karyawan Nostimo Resto bersikap sopan dan ramah saat memberikan pelayanan	87,6%	Sangat Baik
	Rata-Rata	88.2%	Sangat Baik

Sumber Data yang diolah

Dari Tabel 4 Aspek *Assurance* di Nostimo Resto rata rata tanggapan pelanggan sebesar 88,2% yang berarti Sangat Baik.

d). *Empati/Empathy*

*Empathy*/empati yaitu Layanan pelanggan dan perhatian yang diberikan secara pribadi. Hal yang penting dari aspek empati adalah menyampaikan kepada pelanggan melalui pelayanan yang diberikan bahwa pelanggan itu istimewa dan kebutuhannya dapat dipahami.

Tabel 5 Aspek *Empathy*

No	Indikator	Nilai	Interpretasi
1	Karyawan Nostimo Resto mampu berkomunikasi baik dengan tamu	84%	Baik
2	Nostimo Resto memberikan perhatian khusus kepada tamu	88%	Sangat Baik
	Rata-Rata	86%	Sangat Baik

Sumber Data yang diolah

Tabel 5 Aspek *Empathy* di Nostimo Resto rata rata tanggapan pelanggan sebesar 86% yang berarti Sangat Baik

e). *Berwujud/Tangible*

*Tangible* /berwujud, meliputi layanan yang meliputi fasilitas fisik seperti sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan dan

peralatan yang tersedia serta penampilan karyawan, serta lingkungan yang ada di dalam hotel/restoran.. Aspek ini menggambarkan cakupan dan layanan yang diterima oleh pelanggan.

Tabel 6 Aspek *Tangible*

No	Indikator	Nilai	Interpretasi
1	Karyawan Nostimo Resto berpenampilan rapi, bersih dan sopan	83,6%	Baik
2	Kondisi sarana dan prasarana Nostimo Resto rapi dan bersih	82%	Baik
	Rata-Rata	82.8%	Baik

Sumber Data yang diolah

Dari Tabel 6 Aspek *Tangible* di Nostimo Resto rata rata tanggapan pelanggan sebesar 82,8 yang berarti Baik.

**4.1.3 Hasil Tanggapan Kepuasan Pelanggan terhadap pelayanan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta.**

Hasil kepuasan Pelanggan terhadap pelayanan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan

No	Indikator	Nilai	Interprestasi
1.	Nostimo Resto memberikan perhatian khusus kepada tamu	86,4%	Sangat Puas
2.	saya merasakan kepuasan terhadap pelayanan yg diberikan oleh Nostimo Resto	89,2%	Sangat Puas
3.	Saya berminat untuk datang kembali ke Nostimo Resto	86,4%	Sangat Puas
4.	Saya akan kembali menggunakan jasa Nostimo Resto	86,4%	Sangat Puas
5.	Saya bersedia mempromosikan produk dan jasa Nostimo Resto	85,2%	Sangat Puas
6.	Saya bersedia memberikan informasi tentang Nostimo Resto	87,6%	Sangat Puas

7.	kepada orang lain Saya dengan senang hati akan merekomendasikan layanan Nostimo Resto kepada orang lain	86%	Sangat Puas
8.	Saya sangat mempercayai layanan yang diberikan Nostimo Resto	83,6%	Puas
9.	Saya tetap menggunakan jasa Nostimo Resto meskipun ada tawaran dari tempat lain	88,8%	Sangat Puas
10.	Saya akan menggunakan layanan lain di hotel Horaios Malioboro Yogyakarta seperti sewa kamar.	86,8%	Sangat Puas
	Rata Rata	86,64 %	Sangat Puas

Sumber Data yang diolah

Dari data pada Tabel 7 dapat dilihat hasil Rata Rata tanggapan pelanggan terhadap Kepuasan pelayanan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta sebesar 86,64 % yang berarti Pelanggan Sangat Puas terhadap Pelayanan yang diberikan di Nostimo Hotel Horaios Malioboro

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1. Tanggapan Pelanggan Terhadap Service Quality

Kualitas layanan adalah sejauh mana suatu produk yang tidak nyata memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dari layanan tersebut (Al-Jazzazi & Sultan, 2017)..

Dari hasil tanggapan pelanggan terhadap aspek *reliabilty* dapat diinterpretasikan pelanggan dengan baik ditinjau dari memberikan pelayanan dengan segera, akurat, memuaskan dan Karyawan memiliki kompetensi yang tepat dalam memberikan

pelayanan dengan rata rata koresponden menjawab Baik pada aspek *Reliability*. Aspek *Responsivenees* pelanggan memberikan tanggapan yang sangat baik dilihat dari pelayanan waiter untuk memberikan informasi yang tepat dan akurat dan pelayanan yang cepat dan tanggap dalam mengatasi masalah. Dari aspek *Assurance* atau kepastian tentang pelayanan yang diberikan dapat meyakinkan dan dipercaya oleh tamu seperti pengetahuan pegawai, sopan santun. Pada aspek ini penilaian pelanggan sangat Baik. Aspek *Empathy* menunjukkan tanggapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan istimewa dan kebutuhannya dapat dipahami sangat baik. Tanggapan pelanggan terhadap Aspek *angible* dapat dikatakan Baik dilihat dari fasilitas, Peralatan dan Material lainnya yang disediakan di Nostimo resto.

Hasil tanggapan pelanggan terhadap *Service Quality* di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta ditinjau dari dimensi *Responsivnes*, *Tangible*, dan *Empathy* mendapat hasil interpretasi sangat baik, Sedangkan Dimensi *Reability* dan *Assurance* mendapat hasil interpretasi baik. Hasil rata rata tanggapan pelanggan terhadap *Service Quality* dilihat dari Aspek *reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible* sebesar 85,32% yang berarti Sangat Baik.

### 4.2.2. Tanggapan Kepuasan Pelanggan terhadap pelayanan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta.

Kepuasan menurut *oxford Advanced Learner's Dictionary* didefinisikan “*the good feeling that you have when you achieved something or when something hat you wanted to happen does happen*”; “*The act of fulfilling a need or desire*”; dan “*an acceptable way of dealing with a complain, a debt, an injury, etc.*” (Hornby,a.s.et al, 2013).

Dari data pada Tabel 7 dapat dilihat hasil Rata Rata tanggapan pelanggan terhadap Kepuasan pelayanan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta sebesar 86,64 % yang berarti Pelanggan Sangat Puas terhadap Pelayanan yang diberikan di Nostimo Hotel Horaios Malioboro.

Kepuasan Pelanggan juga dapat dilihat dari beberapa komentar pelanggan di media on line diantaranya adalah:

- Pelayanan yang baik dari awal Check ini sampai check out. Sangat berkesan. 2 hari yang singkat tapi menyenangkan Komentar atas nama Betty S.A <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/horaios-malioboro-hotel-1000000466751> diakses tgl 01/08/2022)
- Menyenangkan, Lain Kali akan Mampir Lagi komentar Atas Nama Gede m.d. <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/horaios-malioboro-hotel-1000000466751> diakses tgl 01/08/2022)
- Lokasi strategis. Harga terjangkau. Staff ramah. Good services komentar atas nama Mochamad. <https://www.booking.com/hotel/id/hom-platinum-gowongan.id.html#tab-reviews> diakses tgl 28/05/2022)

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Skor rata rata dari umpan balik pelanggan terhadap Service Quality dilihat dari Aspek reliability, Responsiveness, Assurance, Emphathy, Tangible sebesar 85,32% yang berarti Sangat Baik.

- b. Hasil tanggapan pelanggan terhadap Rata rata Kepuasan pelayanan di Nostimo Resto Hotel Horaios Malioboro Yogyakarta Pelanggan Sangat Puas dengan Nilai 86,64%.

### 4.2. Saran

- a. Kualitas Pelayanan lebih ditingkatkan melalui pelatihan bagi waiter/ss
- b. Meningkatkan Sarana dan Prasarana dalam menunjang Pelayanan

## DAFTAR PUSTAKA

- Hornby, a.s.,et al. (2013). *Oxford advanced Learner's Dictionary*, 8 th ed. Oxford : Oxford University Press.
- Tjiptono F., & Chandra G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction*, Edisi 5. Penerbit Andi : Yogyakarta
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta., (2020), *Statistika Kepariwisataaan 2020*, Yogyakarta: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Ekawatiningsih, W.R.P., (2020), *Manajemen Pelayanan Makanan dan Minuman*, Yogyakarta: UNY Press
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel
- Perda DIY No. 1 Tahun 2012 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2012 – 2025
- Lubis, Alfi Syahri & Andayani, Nur Rahmah (2017) Pengaruh Kualitas pelayanan (Service Quality) terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Jurnal of Business Administration* Vol.1 No. 2, September 2017 Hlm 232-243
- Sari, Jefri (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) terhadap kualitas



- pengelola dana kelurahan di lingkungan kecamatan langkapura. *Junal Ekonomi*, Volume 21 No. 3 Oktober 2019. Universitas Borobudur : Jakarta
- Sinaga, F. (2018). *Restoran dan Kegiatannya*. Penerbit Andi : Yogyakarta
- Subakti, Agung Gita (2014). *Analisis Kualitas Pelayanan Di Restoran Saung Mirah, Bogor*. *Binus Business Review* Vol 5. No. 1 Mei 2014
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sulaiman,S., & Kuserdyana (2016). *Pengantar Statistik Kepariwisataaan*. Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Supriyanto, S dan Hendriyati L. (2021). *Analisa Pengaruh SOP (Standar Operating Procedure) Terhadap Kinerja Waiter dan Waitress di In Bloom Restoran Hotel Aryaartha Malioboro Yogyakarta, Indonesia*. *Journal of Tourism and Economic* Vol 4 No. 1, 2021 page 73-84
- Rosdianti, Suarka, Sutaguna (2018). *Analisis Ketersediaan fasilitas tamu penyandang disabilitas di hotel kawasan itdc nusa dua ( Studi kasus Inaya Putri Bali dan Melia Bali)*, *Jurnal Kepariwisataaan dan hospitalitas* Vol. 2, No. 3 2018 Universitas Udayana
- Al-Jazzazi, A., & Sultan, P. (2017). *Demographic differences in Jordanian Bank Service Quality Perceptions*. *International Journal of Bank Marketing*, 35, 275-297.
- Wirtz, Jochen, and Lovelock, Christopher (2018). *Essentials Of Services Maketing*, Essex : Pearson Education