

## Evaluasi Preferensi Pelanggan Terhadap SDM Rumah Makan Ayam Kosek: Pendekatan Komparatif Berbasis Dimensi SERVQUAL

### Evaluating Customer Preferences For Human Resources At Ayam Kosek Restaurant: A Comparative Study Based On SERVQUAL Dimensions

Agung Edy Wibowo <sup>1)</sup>; Kartika Cahayani <sup>2)</sup>; Asman Abnur <sup>3)</sup>; I.Nyoman Budhiartha <sup>4)</sup>; M.Irfan Fitriani <sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4,5)</sup> *Study Program of Tourism Planning and Development, Batam Tourism Polytechnic*

Email: <sup>1)</sup> [Agungedy@btp.ac.id](mailto:Agungedy@btp.ac.id) ; <sup>2)</sup> [Kartika.Cahayani@btp.ac.id](mailto:Kartika.Cahayani@btp.ac.id) ; <sup>3)</sup> [Asman.A@btp.ac.id](mailto:Asman.A@btp.ac.id)

<sup>4)</sup> [I.Nyoman@btp.ac.id](mailto:I.Nyoman@btp.ac.id) ; <sup>5)</sup> [M.I.Irfan@btp.ac.id](mailto:M.I.Irfan@btp.ac.id)

#### How to Cite :

Wibowo, A. E., Cahayani, K., Abnur, A., Budhiartha, I. N., Fitriani, M. I. (2026). Evaluating Customer Preferences For Human Resources At Ayam Kosek Restaurant: A Comparative Study Based On SERVQUAL Dimensions. *Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 9 (1).

#### ARTICLE HISTORY

Received [20 April 2026]

Revised [30 Mei 2026]

Accepted [31 Mei 2026]

#### KEYWORDS

Customer Preferences,  
Human Resources,  
SERVQUAL, Service Quality,  
Restaurant.

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi pelanggan terhadap kualitas sumber daya manusia (SDM) pada sebuah restoran yang beroperasi di tiga lokasi berbeda dengan menggunakan pendekatan Service Quality (SERVQUAL). SDM merupakan salah satu faktor penting dalam industri restoran karena berperan langsung dalam menciptakan pengalaman layanan yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penilaian kualitas layanan dalam penelitian ini didasarkan pada lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 99 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Responden merupakan pelanggan yang pernah melakukan kunjungan dan memperoleh layanan secara langsung pada restoran yang menjadi objek penelitian. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif serta uji komparatif untuk mengetahui perbedaan preferensi pelanggan terhadap kualitas SDM pada ketiga lokasi restoran tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing lokasi memiliki nilai rerata yang berbeda pada berbagai dimensi SERVQUAL. Perbedaan rerata tersebut mengindikasikan adanya variasi persepsi pelanggan terhadap kinerja SDM di setiap lokasi. Namun demikian, hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa perbedaan tersebut tidak signifikan secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh SDM pada ketiga lokasi restoran relatif konsisten dan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan pada tingkat yang serupa. Dengan demikian, meskipun terdapat variasi nilai rata-rata pada setiap lokasi, pelanggan secara umum memiliki preferensi yang tidak berbeda secara signifikan terhadap kualitas SDM yang melayani mereka. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa standar pelayanan yang diterapkan perusahaan telah berjalan secara relatif merata di seluruh cabang, sehingga dapat menjadi

dasar bagi manajemen untuk mempertahankan konsistensi kualitas layanan sekaligus melakukan peningkatan berkelanjutan guna memperkuat daya saing restoran di masa mendatang.

#### ABSTRACT

This study aims to analyze customer preferences toward human resources (HR) quality in a restaurant operating across three different locations using the Service Quality (SERVQUAL) approach. Human resources play a critical role in the restaurant industry because they directly influence service experiences that affect customer satisfaction and loyalty. Service quality in this study was evaluated based on the five SERVQUAL dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The research employed a quantitative approach involving 99 respondents selected through purposive sampling. The respondents consisted of customers who had previously visited and received services directly from the restaurants under study. Data were collected through structured questionnaires and analyzed using descriptive statistics and comparative tests to determine whether differences existed in customer preferences regarding HR quality across the three restaurant locations. The findings reveal that each location obtained different mean scores across several SERVQUAL dimensions. These differences indicate variations in customer perceptions regarding the performance of employees at each restaurant branch. However, statistical testing demonstrated that the observed differences were not statistically significant. This result suggests that the quality of service delivered by human resources across the three restaurant locations is relatively consistent and capable of meeting customer expectations at a comparable level. Therefore, despite the existence of differences in average scores among locations, customers generally do not exhibit significantly different preferences regarding the quality of human resources serving them. The study implies that the service standards implemented by the restaurant management have been applied relatively uniformly across all branches. These findings provide valuable insights for management in maintaining service consistency while continuously improving employee performance and service quality. Furthermore, the results highlight the importance of sustaining standardized service practices as a strategic effort to strengthen customer satisfaction, enhance customer loyalty, and improve the restaurant's competitiveness in an increasingly dynamic and competitive market environment.

## PENDAHULUAN

Industri restoran sebagai bagian dari sektor pariwisata dan manajemen kuliner mengalami perkembangan yang sangat dinamis seiring dengan meningkatnya tuntutan konsumen terhadap kualitas layanan. Dalam konteks persaingan yang semakin kompetitif, restoran tidak hanya dituntut untuk menghadirkan produk makanan dan minuman yang berkualitas, tetapi juga memberikan layanan yang unggul dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Kualitas layanan menjadi faktor strategis yang memengaruhi loyalitas, citra usaha, serta keberlanjutan bisnis restoran.

Konsep kualitas layanan secara akademik banyak dirujuk melalui model SERVQUAL yang dikembangkan oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability*

(keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Pendekatan SERVQUAL telah banyak digunakan dalam penelitian jasa, termasuk pada sektor makanan dan minuman, karena mampu mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi terhadap layanan (Chan et al., 2017)

Dalam praktik operasional restoran, sumber daya manusia (SDM) memegang peranan sentral sebagai pelaku utama pelayanan. Namun demikian, penilaian SDM terhadap standar dan dimensi layanan tidak selalu homogen. Perbedaan latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, usia, maupun posisi jabatan dapat memengaruhi cara pandang dan prioritas SDM terhadap aspek kualitas layanan tertentu. Kondisi ini berpotensi menimbulkan variasi dalam implementasi standar pelayanan, yang pada akhirnya berdampak pada konsistensi mutu layanan restoran (Budhiartha, I Nyoman:Wibowo, 2025)

Rumah makan Ayam Kosek yang menjadi bagian dari industri turunan pariwisata dan sekaligus menjadi objek penelitian perlu mengevaluasi preferensi pelanggan pada aspek SDM yang melayani khususnya dimensi kualitas layanan secara komparatif agar dapat mengidentifikasi aspek layanan mana yang dianggap paling prioritas oleh kelompok SDM tertentu. Evaluasi ini penting sebagai dasar penyusunan kebijakan peningkatan kualitas layanan, pelatihan karyawan, serta penyempurnaan standar operasional prosedur (SOP) berbasis manajemen mutu jasa. Evaluasi pelanggan terhadap preferensi SDM restoran dalam memberikan layanan kepada konsumen menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam pengembangan kualitas pelayanan pada industri kuliner, termasuk pada layanan Ayam Kosek. SDM merupakan elemen utama yang secara langsung berinteraksi dengan pelanggan sehingga kualitas sikap, kemampuan komunikasi, ketepatan pelayanan, dan responsivitas karyawan akan sangat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas restoran. Melalui pendekatan komparatif berbasis dimensi SERVQUAL, manajemen dapat mengetahui sejauh mana kesenjangan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan restoran (Wibowo, A.E., Abnur, 2022)

Penilaian terhadap SDM restoran juga penting dilakukan untuk mengidentifikasi dimensi pelayanan yang masih memerlukan perbaikan, seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, maupun *tangibles*. Dengan adanya evaluasi tersebut, pihak manajemen dapat menentukan strategi peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan, pembinaan, serta pengembangan budaya pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil evaluasi dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan terkait sistem kerja, standar operasional pelayanan, hingga penempatan tenaga kerja yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Di tengah persaingan industri makanan dan minuman yang semakin kompetitif, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan dan citra merek restoran. Konsumen saat ini tidak hanya menilai kualitas makanan, tetapi juga pengalaman pelayanan yang mereka rasakan selama berada di restoran. Oleh karena itu, kemampuan SDM dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, tepat, dan profesional menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan kepuasan sekaligus kepercayaan pelanggan terhadap merek Ayam Kosek.

## LANDASAN TEORI

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry mengidentifikasi lima unsur utama kualitas layanan, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. *Tangibles* merujuk pada bukti fisik layanan seperti fasilitas, peralatan, penampilan karyawan, dan sarana pendukung yang terlihat oleh pelanggan. *Reliability* menunjukkan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan secara akurat, konsisten, dan sesuai janji.

*Responsiveness* berkaitan dengan kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan serta merespons kebutuhan mereka. *Assurance* mencerminkan kompetensi, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan. Sementara itu, *empathy* menekankan perhatian personal, kepedulian, serta pemahaman terhadap kebutuhan individu pelanggan (Al-Rousan & Abuamoud, 2013). Kelima unsur tersebut secara terpadu membentuk persepsi kualitas layanan dalam organisasi jasa, termasuk pada industri restoran (Wibowo, A.E; Gunawan, 2022)

Kualitas layanan merupakan konsep sentral dalam kajian manajemen jasa, khususnya pada sektor hospitality dan restoran. Secara konseptual, kualitas layanan dipahami sebagai tingkat keunggulan layanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Wibowo, A.E., Abnur, 2022). Dalam perspektif teoritis, kualitas layanan bersifat multidimensional dan dipengaruhi oleh interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan. Pada industri restoran, kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk makanan dan minuman, tetapi juga oleh proses penyajian, keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, serta kenyamanan lingkungan fisik.

Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. SERVQUAL pada dasarnya mengukur kesenjangan antara harapan (expectations) dan persepsi (perceptions) terhadap layanan yang diterima (Wibowo & M, 2025). Dalam konteks restoran, kelima dimensi tersebut dapat dioperasionalkan melalui indikator seperti kebersihan fasilitas, ketepatan penyajian pesanan, kecepatan pelayanan, kompetensi karyawan, serta perhatian personal kepada pelanggan (Jamaluddin, 2017).

Dalam perspektif manajemen sumber daya manusia, karyawan merupakan aktor utama dalam proses penciptaan kualitas layanan. Teori *internal service quality* menekankan bahwa persepsi dan preferensi karyawan terhadap standar layanan akan memengaruhi konsistensi implementasi pelayanan di lapangan (Wibowo, Agung Edy; Vargo, 2024). Apabila SDM memiliki preferensi yang berbeda terhadap dimensi layanan tertentu, maka potensi variasi dalam kualitas pelayanan dapat terjadi.

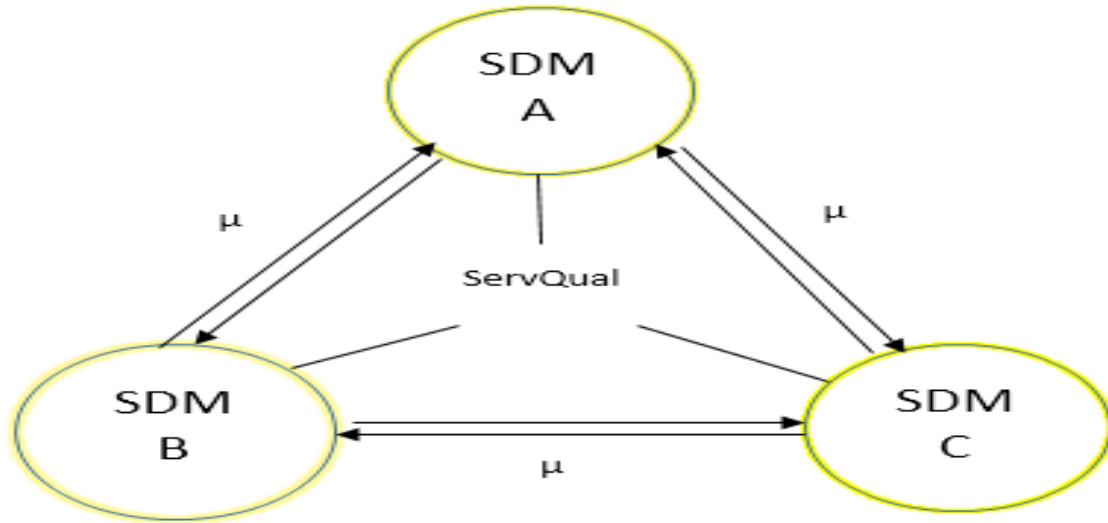
Oleh karena itu, evaluasi preferensi SDM menjadi penting sebagai bagian dari strategi pengendalian mutu layanan, khususnya dalam organisasi jasa seperti restoran. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa karakteristik demografis seperti usia, tingkat pendidikan, pengalaman kerja, dan posisi jabatan dapat memengaruhi persepsi dan penilaian individu terhadap kualitas layanan (Tjiptono. F., 2014).

Kelompok SDM dengan pengalaman kerja yang lebih lama, misalnya, cenderung memiliki standar profesional yang berbeda dibandingkan karyawan baru. Demikian pula, perbedaan jabatan—antara manajer dan staf operasional—dapat menghasilkan prioritas yang berbeda terhadap dimensi layanan tertentu (Arif Yusuf H., 2016). Pendekatan komparatif dalam penelitian kuantitatif memungkinkan identifikasi perbedaan-perbedaan tersebut secara statistik dan objektif.

Secara keseluruhan, tinjauan pustaka ini menegaskan bahwa model SERVQUAL relevan digunakan sebagai kerangka analitis dalam mengevaluasi preferensi pelanggan menilai aspek SDM terhadap kualitas layanan restoran. Sehingga dalam kegiatannya tata kelola manajemen sumber daya yang ada dapat optimal dan dapat mencapai tujuan kegiatan usaha dalam salah satu bagian industri turunan pariwisata, yaitu penyediaan akomodasi berupa rumah makan atau resto (Sinambela, 2017). Pendekatan komparatif yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan kajian manajemen jasa, khususnya pada sektor kuliner dan hospitality.

## Kerangka Penelitian

Gambar 1 Kerangka Analisis



Hipotesis:

1. Terdapat perbedaan yang signifikan preferensi pelanggan terhadap sumber daya manusia layanan servqual pada 3 lokasi layanan rumah makan
2. Lokasi rumah makan ayam kosek C, memiliki nilai rerata SDM paling tinggi dalam layanan servqual.

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

#### Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif-komparatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan mengukur tingkat preferensi pelanggan dalam menilai SDM pada dimensi kualitas layanan serta menguji perbedaan preferensi antar kelompok berdasarkan karakteristik tertentu secara statistik. Tujuan dari riset ini adalah mendeskripsikan dan membandingkan preferensi pelanggan terhadap kualitas layanan Sumber Daya Manusia (SDM) di 3 cabang layanan rumah makan Ayam Kosek, berdasarkan 5 dimensi SERVQUAL yaitu : *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

#### Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh seluruh pelanggan yang pernah melakukan transaksi dan makan di rumah makan obyek penelitian yang berada di 3 lokasi di Kota Batam. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dimana kriteria sebagai sampel dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang telah menikmati sajian hidangan makanan di rumah makan Ayam Kosek di 3 lokasi tersebut minimal 2 kali transaksi pada waktu yang berbeda, dengan kriteria tambahan telah berusia di atas 18 tahun, dan menikmati sajian hidangan di lokasi penelitian secara langsung, bukan menikmati hidangan yang disajikan secara online.

### Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup menggunakan skala Likert (1–5), yang disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. sebagaimana dikembangkan oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry dalam (Junaidi., S., 2010). Sedangkan analisis data menggunakan perangkat aplikasi SPSS dengan pengujian; uji statistik deskriptif, uji asumsi normalitas. serta uji hipotesis (Ghozali, 2006)(Wibowo, 2021). Pelaksanaan pengumpulan data dan pengujian dilakukan mulai dari bulan Februari sampai dengan Mei 2026.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil olah data untuk mendapatkan gambaran deskripsi responden dalam penelitian ini dapat ditunjukkan seperti dalam tabel 1, sebagai berikut:

**Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	60	60,6	60,6	60,6
Wanita	39	39,4	39,4	100,0
Total	99	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah, 2026

Dari tabel di atas diperlihatkan komposisi responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari responden berjenis kelamin pria sebanyak 60 responden (60,6%), dan responden berjenis kelamin wanita berjumlah 39 responden (39,4%). Total keseluruhan jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebesar 99 responden (100%). Sedangkan komposisi hasil olah data dari usia responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan seperti dalam tabel 2, sebagai berikut:

**Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

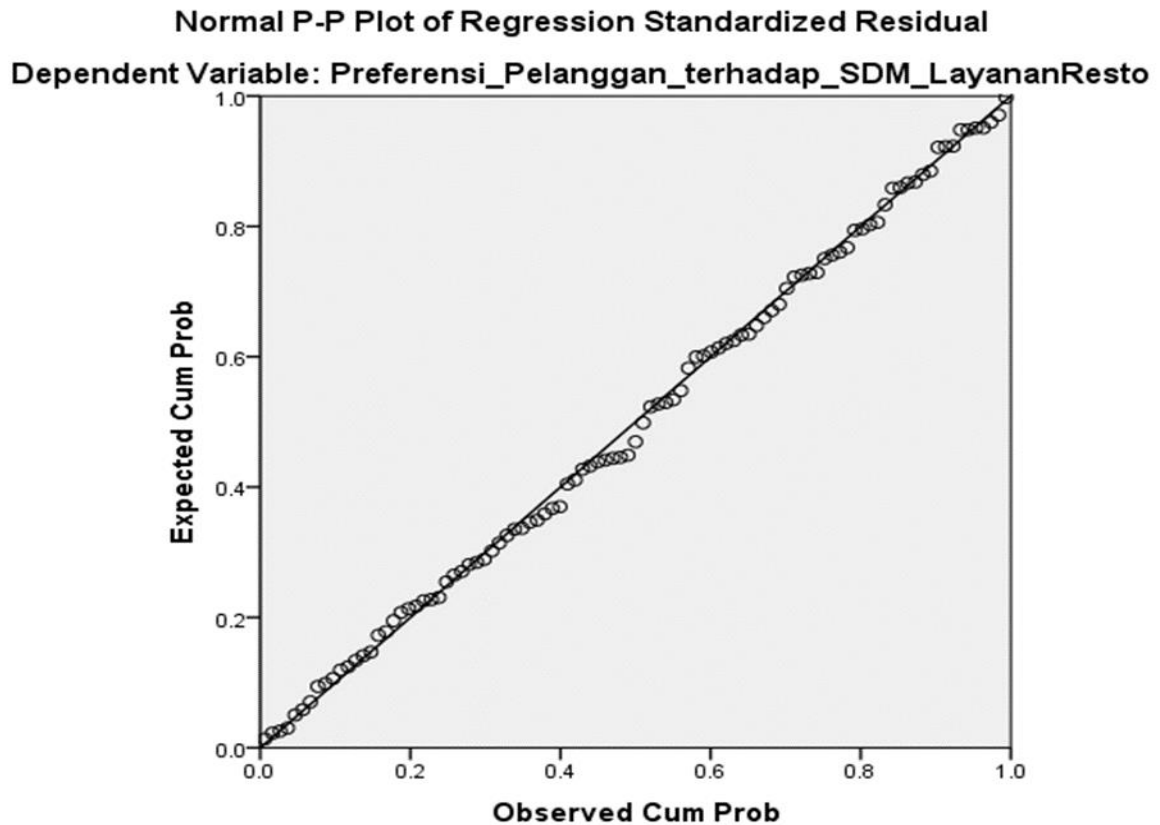
Kelompok Umus	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
19 sd 24 Tahun	13	13,1	13,1	13,1
Di atas 24 sd 34 tahun	27	27,3	27,3	40,4
Di atas 34 sd 44 Tahun	24	24,2	24,2	64,6
Di atas 44 Tahun	35	35,4	35,4	100,0
Total	99	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah, 2026

Dari tabel di atas diperlihatkan komposisi berdasarkan usia responden dapat dirincikan sebagai berikut; responden yang berusia 19 sampai dengan 24 tahun berjumlah 13 responden (13.1%), responden yang berusia di atas 24 sampai dengan 34 tahun berjumlah 27 responden (27.3%), responden yang berusia di atas 34 sampai dengan 44 tahun berjumlah 24 responden (24.2), sedangkan responden yang berusia di atas 44 tahun berjumlah 35 responden (35.4%). Total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 99 responden (100%).

Sedangkan hasil uji terhadap data untuk mendapatkan jawaban terhadap arah uji statistika yang memadai yaitu uji normalitas data, hasilnya dapat ditunjukkan seperti dalam gambar 1 sebagai berikut :

**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas**



Gambar 2 menunjukkan bahwa hasil uji memperlihatkan data memiliki distribusi normal. Hal tersebut dapat ditunjukkan melalui keberadaan data yang terletak dan mengikuti arah garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas. Keyakinan terhadap hasil uji ini dipastikan kembali untuk mendapatkan keakuratan distribusi data tersebut, maka selanjutnya dilakukan uji Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan hasil uji yang bersifat *numeric* (agung buku dan penelitian asukan sini ). Hasil uji tersebut dapat diperlihatkan seperti dalam tabel 3, sebagai berikut :

**Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,22167996
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,047
	Negative	-,028
Kolmogorov-Smirnov Z		,470
Asymp. Sig. (2-tailed)		,980

Dari tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa data memiliki distribusi normal, hal ini dibuktikan dari besaran nilai asymp.sig (2 tailed) bernilai  $0.980 > 0.05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa data memenuhi syarat untuk dilakukan langkah uji berikutnya (Wibowo, 2012);(Wibowo A.E & Wulandari Y, 2020).Hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagaimana terlihat dalam tabel 4 di bawah ini :

**Tabel 4. Preferensi Pelanggan terhadap SDM (Layanan Rumah Makan)**

Lokasi	N	Mean	Std. Deviation	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
				Lower Bound	Upper Bound		
Lokasi A	34	27,35	3,797	26,03	28,68	20	34
Lokasi B	47	27,51	3,945	26,35	28,67	19	34
Lokasi C	18	28,44	3,053	26,93	29,96	24	34
Total	99	27,63	3,732	26,88	28,37	19	34

Dari tabel di atas dapat ditunjukkan bahwa Sumber Daya Manusia yang memberi layanan di 3 tempat rumah makan Ayam Kosek memiliki variasi nilai yang beragam. Dari aspek SDM layanan yang dipreferensikan oleh pelanggan masing masing memiliki nilai rerata tertinggi adalah layanan di lokasi C dengan nilai 28.44, dan lokasi B dengan nilai 27.51, dan paling rendah adalah di lokasi A bernilai 27.35. Sedangkan hasil uji terhadap hipotesis yang menilai ada tidaknya perbedaan yang signifikan preferensi pelanggan terhadap SDM rumah makan Ayam Kosek pada dimensi SERVQUAL di ke -3 rumah makan tersebut, dapat ditunjukkan seperti dalam tabel 5, di bawah ini:

**Tabel 5. Uji Beda Preferensi Pelanggan terhadap SDM Rumah Makan**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	15,218	2	7,609	,541	,584
Within Groups	1349,954	96	14,062		
Total	1365,172	98			

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikansi (Sig) sebesar  $0.584 (58.4\%) > 0.05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi perbedaan preferensi pelanggan terhadap SDM rumah makan Ayam Kosek di ke -3 tempat tersebut. Hasil ini menunjukkan penolakan terhadap hipotesis yang diajukan yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan preferensi pelanggan terhadap Sumber Daya Manusia (SDM) yang melayani di 3 tempat berbeda dimana lokasi rumah makan Ayam Kosek tersebut berada.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan meskipun terdapat perbedaan nilai rerata dari masing masing preferensi pelanggan terhadap Sumber Daya Manusia (SDM) yang melayani. Masing masing memiliki nilai yaitu; untuk lokasi A bernilai 27.35, untuk lokasi B bernilai 27.51, dan untuk lokasi C bernilai 28.44. Namun demikian perbedaan ini tidaklah signifikan. Sedangkan untuk hasil uji hipotesis dapat dibuktikan bahwa tidak terdapat perbedaan preferensi pelanggan terhadap SDM yang ada pada ke -3 lokasi rumah makan tersebut. Kajian ini membuktikan bahwa meskipun secara statistik terdapat perbedaan nilai rerata namun *impact* preferensi pelanggan terhadap SDM dalam dimensi SERVQUAL dari ke-3 lokasi tidak memiliki perbedaan yang signifikan atau berarti. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa secara rerata ketiga lokasi dimana rumah makan tersebut berada memiliki tingkat keberterimaan yang baik. Hal ini bisa

dilihat dari nilai rerata berada pada rentang nilai di atas 2.5 dari rentang atribut nilai berskala 5. Hasil ini menunjukkan bahwa tata kelola, kepemimpinan dan *team leader* telah berlaku efektif sehingga dapat menunjang ke 5 aspek dimensi SERVQUAL yang terdiri dari *reliability, tangibles, responsiveness, assurance, dan empathy*. telah terinternalisasi dengan baik pada karyawan rumah makan tersebut.

### Saran

Untuk mendapatkan realisasi keberterimaan layanan SDM rumah makan menjadi lebih terukur, disarankan bagi penelitian mendatang dapat mengkaji pada pokok bahasan yang sifatnya parsial, yaitu melihat seberapa berdampak masing masing dimensi SERVQUAL dalam memberikan nilai prediksi terhadap tingkat preferensi pelanggan. Jika hal tersebut dilakukan maka manajer atau pengelola dapat melihat aspek mana saja dari bagian SERVQUAL yang masih dapat di optimalakam dan dicermati dengan lebih serius untuk dapat diberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan atau SDM-nya, sekaligus juga dapat dikenali sedini mungkin aspek mana yang perlu ditingkatkan, dan aspek mana yang bisa terus dipertahankan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Rousan, R. M., & Abuamoud, I. N. (2013). The Mediation of Tourists Satisfaction on the Relationship between Tourism Service Quality and Tourists Loyalty: Five Stars Hotel in Jordanian Environment. *International Business Research*, 6(8), 79–90. <https://doi.org/10.5539/ibr.v6n8p79>
- Arif Yusuf H. (2016). Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia "strategi mengelola karyawan" (Cet 1). CAPS( Center for Academic Publishing Service).
- Budhiartha, I Nyoman; Wibowo, A. E. (2025). Perbedaan Persepsi Kualitas Layanan Restoran Sederhana Harbour Bay. *Universitas Ibnu Sina*, 4(2), 174–182. <https://ojs3.lppm-uis.org/index.php/PMJ/article/view/1055>
- Chan, G. S. H., Tang, I. L. F., & Sou, A. H. K. (2017). An Exploration of Consumer Complaint Behavior towards the Hotel Industry: Case Study in Macao. *International Journal of Marketing Studies*, 9(5), 56. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n5p56>
- Ghozali. (2006). Analisis Multivariat dengan Program SPSS 21 cetakan ke 5, Bpfe .Undip Semarang.
- Jamaluddin, R. and. (2017). Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19(5), 23–33.
- Junaidi., S., D. (2010). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2). <https://doi.org/10.30996/die.v6i2.131>
- Sinambela, Ijan poltak. (2017). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. pt bumi aksara.
- Tjiptono. F. (2014). Pemasaran Jasa. Jakarta. Gramedia Cawang.
- Wibowo, A.E; Gunawan, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364>
- Wibowo, A.E., Abnur, A. (2022). Perbedaan Kinerja Kualitas Layanan Kuliner Restoran Sederhana dan Rumah Makan Nasi Kapau pada Kawasan Wisata Kuliner di Kota Batam. *JURNAL MATA PARIWISATA*, 1(1), 11–16.
- Wibowo, Agung Edy; Vargo, T. (2024). EMPLOYEE PERFORMANCE IN TERMS OF GENDER IN. 13(1).
- Wibowo, A. E. (2012). Aplikasi Praktik SPSS dalam Penelitian. Penerbit Gava Media.

- Wibowo, A. E. (2021). Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah. Penerbit Insania, Cirebon.
- Wibowo, A. E., & M, K. J. (2025). Gender Issues and Their Impact on Guest Complaint Handling Effectiveness in Budget Hotels within Tourism Industry. 6(6), 4201–4219.
- Wibowo A.E & Wulandari Y. (2020). SPSS dalam Riset Layanan Jasa dan Kesehatan. Gava Media, Yogyakarta.