

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar *Grooming* dan Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Merek

Muhammad Ujang Adi Setiawan<sup>1\*</sup>, Tabrani<sup>2</sup>, Teguh Budi Raharjo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Magister Manajemen, Universitas Pancasakti Tegal

\* E-mail : ujangadi.s@gmail.com

### Information Article

*History Article*

*Submission: 31-01-224*

*Revision: 03-08-2024*

*Published: 07-08-2024*

### DOI Article:

**10.24905/permana.v16i2.351**

### ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, standar *grooming* dan kebersihan terhadap kepuasan pelanggan melalui citra merek pada miniresto Dyno Chicken. Penelitian ini menggunakan pendekatan *explanatory research* yang melibatkan penggunaan pendekatan kuantitatif sebagai metode eksplorasi. Objek penelitian meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, standar *grooming*, kebersihan, kepuasan pelanggan dan citra merek. Subjek penelitian adalah para pelanggan/konsumen Miniresto Dyno Chicken yang berada di Kabupaten Tegal dan Kabupaten Brebes. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan/konsumen sejumlah rata-rata 756 orang per hari. Pengambilan sampel menggunakan tehnik random sampling, sebanyak 88 responden berdasarkan rumus Slovin. Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, Metode Analisis Data menggunakan Path Analysis, pengolahan data dengan metode *partial square program* PLS. Hasil yang didapatkan yaitu citra merek pada Miniresto Dyno Chicken dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kebersihan.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar Grooming, Kebersihan, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek*

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to analyze the influence of service quality, product quality, grooming and hygiene standards on customer satisfaction through the brand image of Dyno Chicken miniresto. This study uses an explanatory research approach that involves the use of a quantitative approach as an exploratory method. The research objects include service quality, product quality, grooming standards, cleanliness, customer satisfaction and brand image. The subjects of the study are Miniresto Dyno Chicken customers/consumers in Tegal Regency and Brebes Regency. The population in this study is all customers/consumers with an average of 756 people per day. The*

### Acknowledgment

---

*sambel was taken using a random sampling technique, as many as 88 respondents based on the Slovin formula. The data collection techniques used are questionnaires, Data Analysis Methods using Path Analysis, data processing using the partial square method of the PLS program. The results obtained are that the brand image of Miniresto Dyno Chicken is influenced by service quality and product quality, while customer satisfaction is influenced by cleanliness*

**Keyword:** *Service Quality, Product Quality, Grooming Standards, Cleanliness, Customer Satisfaction, Brand Image*

---

© 2024 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

## PENDAHULUAN

Seiring dengan evolusi zaman dan peningkatan kualitas hidup masyarakat saat ini, dapat dilihat bahwa ini memengaruhi sebagian pola konsumsi dan strategi mereka dalam memenuhi kebutuhan. Dinamika masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh aspirasi individual, tetapi juga oleh faktor lingkungan sekitar, termasuk kecenderungan dalam gaya hidup. Perubahan dalam hal-hal ini dapat mendorong masyarakat untuk mengadaptasi keadaan sesuai dengan preferensi dan keinginan mereka. Fenomena ini tidak hanya memengaruhi kehidupan sehari-hari, tetapi juga memberikan dampak pada perkembangan dunia bisnis, khususnya dalam sektor penyajian makanan dan minuman, seperti restoran atau miniresto, yang mengalami pertumbuhan pesat dan mencerminkan gaya hidup modern. Munculnya pertumbuhan ekonomi merupakan suatu tata cara mengubah kondisi perekonomian daerah ke arah pembangunan yang lebih sesuai (Indriasih et al., 2023).

Berdasar hasil wawancara dengan salah satu karyawan Miniresto Dyno Chicken, pihak manajemen sudah menerapkan konsep pelayanan yang dikenal dengan nama 8 langkah pelayanan. Ke-8 langkah pelayanan tersebut adalah salam pembuka (*greeting*), menerima pesanan (*taking order*), menawarkan produk lain/tambahan (*suggestive selling*), mengulang pesanan (*repeat order*), memposting pesanan (*posting order*), menyiapkan pesanan (*packing to order*), menyerahkan pesanan (*giving to order*), salam penutup berterima kasih kepada pelanggan (*closing*). Diperlukan manajemen yang baik selain itu juga memerlukan pengawasan dan pengendalian pada bisnis yang dijalankan (Handayani et al., 2019).

Berdasar fenomena di lapangan, dalam praktiknya konsep pelayanan tersebut belum

290

maksimal diterapkan oleh para karyawan kepada pelanggan/konsumen, antara lain stok terputus kaitannya dengan *speed of service* staf dan kasir, kurang ramahnya kasir dan staf kepada pelanggan/konsumen, kasir kurang agresif dalam memberi pelayanan, adanya karyawan yang kurang mampu mengidentifikasi dan merespons kebutuhan atau keinginan khusus pelanggan, adanya ketidakmampuan untuk mengidentifikasi pesanan dengan benar, sehingga salah serah pesanan terjadi, karyawan yang mencatat pesanan kurang akurat dalam sistem, yang dapat mengakibatkan kesalahan dalam mempersiapkan pesanan, adanya pelanggan yang menunggu terlalu lama karena penyerahan pesanan yang kurang tepat waktu, dll.

Ketika sebuah pelaku usaha mampu menyediakan pelayanan yang efisien, ramah, dan sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini cenderung meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan. Pelanggan cenderung merasa dihargai dan didengarkan saat pelayanan mereka berjalan dengan baik, dan ini berkontribusi pada pembentukan hubungan yang positif antara pelanggan dan pelaku usaha. Pelaku usaha perlu memberikan kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen (Putro, 2014). Kualitas pelayanan yang baik juga dapat mengurangi kemungkinan timbulnya masalah atau ketidakpuasan pelanggan, yang dapat merugikan reputasi. Selain itu, pelanggan yang puas dengan pelayanan cenderung menjadi pelanggan yang loyal, yang berarti mereka lebih mungkin untuk kembali dan terus bertransaksi dengan pelaku usaha tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan pendekatan penjelasan (*explanatory research*), sebuah upaya untuk menggali lebih dalam setelah penelitian korelasional. Dalam kerangka ini, kita tidak hanya mencari apakah ada hubungan antara variabel, tetapi juga mencoba memahami sejauh mana, seberapa kuat, dan bagaimana arah hubungan tersebut, seiring dengan konsep yang diperkenalkan oleh Sugiyono (2017). Strategi ini menjadi jendela pengetahuan untuk mengungkap kompleksitas hubungan antar variabel. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan/konsumen Miniresto Dyno Chicken yang berada di Kabupaten Tegal dan Kabupaten Brebes sejumlah rata-rata 756 orang per hari. Pemilihan sampel menggunakan random sampling, serta berdasarkan hasil rumus Slovin maka ditetapkan jumlah responden sebanyak 88 orang.

## Hipotesis

- H<sub>1</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken
- H<sub>2</sub>: Kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken
- H<sub>3</sub>: Standar *grooming* berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken
- H<sub>4</sub>: Kebersihan berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken
- H<sub>5</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken
- H<sub>6</sub>: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken
- H<sub>7</sub>: Standar *grooming* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken
- H<sub>8</sub>: Kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken
- H<sub>9</sub>: Citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken
- H<sub>10</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi
- H<sub>11</sub>: Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi
- H<sub>12</sub>: Standar *grooming* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi
- H<sub>13</sub>: Kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi

## HASIL

### Uji *Composite Reliability*

**Tabel 1. Hasil Nilai *Composite Reliability***

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Citra Merek M	0,869	Reliabel
Kebersihan X <sub>4</sub>	0,878	Reliabel
Kepuasan Pelanggan Y	0,916	Reliabel
Kualitas Pelayanan X <sub>1</sub>	0,906	Reliabel
Kualitas Produk X <sub>2</sub>	0,949	Reliabel
Standar <i>Grooming</i> X <sub>3</sub>	0,909	Reliabel

Sumber: Output Smart PLS

Berdasarkan sajian data pada tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai *Composite Reliability* semua variabel penelitian > 0,7. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *Composite Reliability*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

### *Cronbach's Alpha*

**Tabel 2. Hasil Nilai Pengolahan *Cronbach's Alpha***

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Citra Merek M	<b>0,820</b>	Reliabel
Kebersihan X4	<b>0,839</b>	Reliabel
Kepuasan Pelanggan Y	<b>0,903</b>	Reliabel
Kualitas Pelayanan X1	<b>0,882</b>	Reliabel
Kualitas Produk X2	<b>0,942</b>	Reliabel
Standar <i>Grooming</i> X3	<b>0,890</b>	Reliabel

Sumber: Output Smart PLS

Berdasarkan sajian data pada tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel penelitian  $> 0,7$ . Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variable Berdasarkan sajian data pada tabel 4.18, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel penelitian  $> 0,7$ . Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel.

### **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Tabel 3. Hasil Nilai Koefisien Determinasi**

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Citra Merek M	0,653	0,637
Kepuasan Pelanggan Y	0,485	0,454

Sumber: Output Smart PLS

Berdasarkan pada hasil pengolahan data menggunakan analisis PLS dapat diketahui bahwa:

1. Nilai koefisien determinasi pada variabel Citra Merek adalah sebesar 0,653. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,653 berarti variabilitas konstruk Citra Merek dapat dijelaskan oleh konstruk Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar *Grooming*, dan Kebersihan sebesar 65,3% atau dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar *Grooming*, dan Kebersihan adalah sebesar 65,3%.
2. Nilai koefisien determinasi pada variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,485. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,485 berarti variabilitas konstruk Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh konstruk Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar *Grooming*, dan Kebersihan sebesar 65,3% atau dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar *Grooming*, dan Kebersihan adalah sebesar 48,5%.

### **Uji Hipotesis**

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

		Koefisien	t Statistik	p- Values	Keputusan
1	Kualitas Pelayanan X1 -> Citra Merek M	0,386	4,184	<b>0,000</b>	Berpengaruh Positif
2	Kualitas Produk X2 -> Citra Merek M	0,451	5,372	<b>0,000</b>	Berpengaruh Positif
3	Standar <i>Grooming</i> X3 -> Citra Merek M	0,152	1,853	<b>0,064</b>	Tidak Berpengaruh
4	Kebersihan X4 -> Citra Merek M	0,147	1,220	<b>0,223</b>	Tidak Berpengaruh
5	Kualitas Pelayanan X1 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,245	1,549	<b>0,122</b>	Tidak Berpengaruh
6	Kualitas Produk X2 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,053	0,395	<b>0,693</b>	Tidak Berpengaruh
7	Standar <i>Grooming</i> X3 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,174	1,455	<b>0,146</b>	Tidak Berpengaruh
8	Kebersihan X4 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,278	1,967	<b>0,050</b>	Berpengaruh Positif
9	Citra Merek M -> Kepuasan Pelanggan Y	0,191	0,760	<b>0,448</b>	Tidak Berpengaruh
10	Kualitas Pelayanan X1 -> Citra Merek M -> Kepuasan Pelanggan Y	0,074	0,692	<b>0,489</b>	Tidak Memediasi
11	Kualitas Produk X2 -> Citra Merek M -> Kepuasan Pelanggan Y	0,086	0,793	<b>0,428</b>	Tidak Memediasi
12	Standar <i>Grooming</i> X3 -> Citra Merek M -> Kepuasan Pelanggan Y	0,029	0,609	<b>0,543</b>	Tidak Memediasi
13	Kebersihan X4 -> Citra Merek M -> Kepuasan Pelanggan Y	0,028	0,609	<b>0,543</b>	Tidak Memediasi

Sumber: Output Smart PLS

Berdasarkan tabel 4 bahwa nilai *Path Coefficient* terbesar ditunjukkan dengan:

1. Hipotesis satu menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,386 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $4,184 > 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken, dengan demikian hipotesis satu diterima.
2. Hipotesis dua menyatakan bahwa “kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,451 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar

5,372 > 1,98 pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $\rho$ -value sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken, dengan demikian hipotesis dua diterima.

3. Hipotesis tiga menyatakan bahwa “standar *grooming* berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,152 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $1,853 < 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $\rho$ -value sebesar  $0,064 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa standar *grooming* tidak berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken, dengan demikian hipotesis empat ditolak.
4. Hipotesis empat menyatakan bahwa “kebersihan berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,147 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $1,220 < 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $\rho$ -value sebesar  $0,223 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa kebersihan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken, dengan demikian hipotesis empat ditolak.
5. Hipotesis lima menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,245 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $1,549 > 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $\rho$ -value sebesar  $0,122 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken, dengan demikian hipotesis lima ditolak.
6. Hipotesis enam menyatakan bahwa “kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,053 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $0,395 < 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $\rho$ -value sebesar  $0,693 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken, dengan demikian hipotesis enam ditolak.
7. Hipotesis tujuh menyatakan bahwa “standar *grooming* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,174 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $1,455 < 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $\rho$ -value sebesar  $0,146 >$

- 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa standar *grooming* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken, dengan demikian hipotesis tujuh ditolak.
8. Hipotesis delapan menyatakan bahwa “kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,278 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $1,967 > 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $p$ -value sebesar  $0,005 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken, dengan demikian hipotesis delapan diterima.
  9. Hipotesis sembilan menyatakan bahwa “citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,191 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $0,760 < 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $p$ -value sebesar  $0,448 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa citra merek tidak berpengaruh (tidak memediasi) terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken, dengan demikian hipotesis sembilan ditolak.
  10. Hipotesis sepuluh menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,074 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $0,760 < 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $p$ -value sebesar  $0,489 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh (tidak memediasi) terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi, dengan demikian hipotesis sepuluh ditolak.
  11. Hipotesis sebelas menyatakan bahwa “kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,086 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $0,793 < 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $p$ -value sebesar  $0,428 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh (tidak memediasi) terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi, dengan demikian hipotesis sebelas ditolak.

12. Hipotesis dua belas menyatakan bahwa “standar *grooming* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,029 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $0,609 < 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $\rho$ -value sebesar  $0,543 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa standar *grooming* tidak berpengaruh (tidak memediasi) terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi, dengan demikian hipotesis dua belas ditolak.
13. Hipotesis tiga belas menyatakan bahwa “kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi”. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis PLS diperoleh nilai koefisien sebesar 0,029 bernilai positif dengan nilai t-statistik sebesar  $0,609 < 1,98$  pada signifikan 0,05 serta memiliki nilai  $\rho$ -value sebesar  $0,543 > 0,05$  sehingga dapat diartikan bahwa kebersihan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi, dengan demikian hipotesis tiga belas ditolak.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Citra Merek pada Miniresto Dyno Chicken

Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken dinyatakan hasil penelitian bahwa hipotesis ini dapat **diterima**. Hasil jawaban responden bahwa Miniresto Dyno Chicken telah memperhatikan bahwa layanan yang mereka berikan sesuai dengan janji yang mereka buat kepada pelanggan. Ini mencakup berbagai aspek seperti waktu tunggu yang minimal, pelayanan yang ramah, dan konsistensi dalam kualitas makanan dan minuman yang disajikan. Ketika pelanggan melihat bahwa Miniresto Dyno Chicken memenuhi atau bahkan melebihi harapan yang mereka tetapkan, ini menciptakan dasar kepercayaan yang kuat antara pelanggan dan restoran.

Tidak hanya itu, pemahaman yang mendalam tentang apa yang diinginkan oleh pelanggan juga menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan. Dengan memperhatikan preferensi, kebiasaan, dan harapan pelanggan, Miniresto Dyno Chicken dapat menyesuaikan layanan mereka secara personal, menciptakan pengalaman yang lebih bermakna dan relevan bagi setiap individu yang mengunjungi restoran.

Kepuasan pelanggan tidak hanya tentang memenuhi kebutuhan mereka, tetapi juga tentang bagaimana restoran merespon ketika ada masalah atau permintaan dari pelanggan. Ketika pelanggan melihat bahwa Miniresto Dyno Chicken memiliki kemauan yang kuat untuk membantu dan menyelesaikan masalah dengan cepat dan efektif, ini menciptakan hubungan yang lebih kuat dan erat antara pelanggan dan restoran.

Secara keseluruhan, ketika Miniresto Dyno Chicken mampu menyediakan layanan yang dijanjikan, memahami kebutuhan pelanggan, dan memiliki kemauan untuk membantu, hal ini menciptakan lingkungan di mana kepuasan pelanggan dapat tumbuh dan berkembang. Ini bukan hanya tentang memberikan layanan yang memuaskan, tetapi juga tentang membangun hubungan yang berkelanjutan dan bermakna dengan pelanggan, yang pada akhirnya akan memperkuat citra merek dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Miniresto Dyno Chicken memiliki kesempatan untuk menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan memuaskan bagi pelanggan mereka. Ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara langsung, tetapi juga memperkuat citra merek dan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Lubis (2013) bahwa secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara serempak adalah berpengaruh signifikan terhadap citra merek pada poliklinik RS (Zahara, 2013).

### **Pengaruh Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Citra Merek pada Miniresto Dyno Chicken**

Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken dinyatakan hasil penelitian bahwa hipotesis ini dapat **diterima**. Penggunaan bahan berkualitas dan aman dalam makanan dan minuman yang disajikan oleh Miniresto Dyno Chicken mencerminkan komitmen restoran terhadap kualitas produk. Bahan berkualitas tidak hanya memberikan rasa yang lebih baik pada hidangan, tetapi juga memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa mereka dapat menikmati makanan dengan percaya diri tanpa khawatir tentang kesehatan mereka. Ini menciptakan fondasi yang kuat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, karena pengalaman makan yang positif sangat bergantung pada kualitas bahan yang digunakan.

Porsi makanan dan minuman yang disesuaikan untuk segala jenis usia menunjukkan

kesadaran restoran terhadap kebutuhan beragam pelanggan. Dengan menyediakan porsi yang sesuai, restoran menciptakan lingkungan yang ramah keluarga dan memastikan bahwa semua anggota keluarga, dari anak-anak hingga dewasa, dapat menikmati pengalaman makan yang menyenangkan. Hal ini menciptakan kesan positif tentang Miniresto Dyno Chicken sebagai tempat yang menyambut semua orang, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Kesesuaian antara pesanan pelanggan dengan makanan dan minuman yang disajikan menegaskan komitmen restoran terhadap kepuasan pelanggan. Ketika pesanan disiapkan dengan teliti dan sesuai dengan harapan pelanggan, ini menunjukkan bahwa Miniresto Dyno Chicken memperhatikan preferensi dan kebutuhan individu pelanggan. Pengalaman ini memberikan kesan positif tentang layanan dan perhatian yang diberikan oleh restoran, yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dengan menggabungkan tiga aspek ini, Miniresto Dyno Chicken menciptakan lingkungan yang ramah, aman, dan berkualitas tinggi bagi pelanggan mereka. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan secara langsung, tetapi juga memperkuat citra merek restoran dan membangun kesetiaan pelanggan jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lubis (2013) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek PT Bank Sumut pada nasabah PT Bank Sumut Cabang Medan Iskandar Muda (Aisha, 2017).

### **Pengaruh Standar *Grooming* Berpengaruh terhadap Citra Merek pada Miniresto Dyno Chicken**

Standar *grooming* tidak berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken dinyatakan hasil penelitian bahwa hipotesis ini dapat **ditolak**. Aspek perilaku dan komunikasi merupakan bagian penting dari pengalaman pelanggan, tetapi tidak cukup untuk meningkatkan kepuasan secara signifikan jika tidak didukung oleh kualitas pelayanan secara keseluruhan. Meskipun karyawan Dyno Chicken mungkin bersikap sopan dan ramah, jika kualitas makanan atau layanan yang diberikan tidak memenuhi harapan pelanggan, hal ini dapat mengakibatkan ketidakpuasan.

Kedua, kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh aspek lain seperti kualitas makanan, waktu tunggu, kebersihan, dan kesesuaian antara harga dan nilai yang diberikan. Jika salah satu dari faktor-faktor ini tidak memenuhi harapan pelanggan, maka pengalaman

secara keseluruhan dapat terpengaruh, meskipun interaksi dengan karyawan dianggap positif. Selain itu, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh harapan dan ekspektasi mereka. Jika harapan pelanggan terlalu tinggi atau tidak realistis, meskipun layanan yang diberikan oleh karyawan dianggap baik, pelanggan mungkin tetap merasa tidak puas.

Pihak miniresto Dyno Chicken perlu dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap seluruh aspek pengalaman pelanggan, termasuk kualitas produk, harga, layanan, dan suasana, untuk mengidentifikasi area di mana perbaikan diperlukan. Peningkatan kepuasan pelanggan memerlukan pendekatan holistik yang memperhatikan semua elemen yang memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Perilaku dan komunikasi yang baik dari karyawan merupakan komponen penting, kepuasan pelanggan juga bergantung pada berbagai faktor lain yang harus diperhatikan dan dikelola dengan baik.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Aisha (2017) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek PT Bank Sumut pada nasabah PT Bank Sumut Cabang Medan Iskandar.

### **Pengaruh Kebersihan Berpengaruh terhadap Citra Merek pada Miniresto Dyno Chicken**

Kebersihan tidak berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken dinyatakan hasil penelitian bahwa hipotesis ini dapat **ditolak**. Meskipun pengelolaan bahan makanan yang baik adalah langkah penting dalam menjaga kualitas produk, kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh kualitas makanan dan minuman yang disajikan. Jika cita rasa, presentasi, atau konsistensi makanan dan minuman tidak memenuhi harapan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat terganggu meskipun semua langkah pengelolaan bahan makanan telah dilakukan dengan baik.

Selain kualitas produk, pelayanan dan pengalaman pelanggan juga merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan. Meskipun lokasi Miniresto Dyno Chicken mudah dijangkau, pengalaman pelanggan dari saat mereka memasuki restoran hingga meninggalkannya sangat penting. Keterlambatan dalam pelayanan, ketidakramahan staf, atau kurangnya perhatian terhadap kebutuhan pelanggan dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap restoran.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh preferensi individu dan persaingan dengan restoran lain di sekitarnya. Meskipun lokasi strategis penting, preferensi pelanggan terhadap jenis makanan, harga, atau gaya restoran mungkin lebih memengaruhi pilihan mereka. Memahami preferensi dan kebiasaan pelanggan, serta melakukan penyesuaian sesuai dengan permintaan pasar, dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Faktor-faktor lain seperti manajemen yang efisien, kebijakan harga yang kompetitif, promosi yang efektif, dan atmosfer restoran juga memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Memastikan bahwa semua aspek pengelolaan restoran berjalan dengan baik dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan adalah kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, Miniresto Dyno Chicken perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap semua aspek pengalaman pelanggan, tidak hanya fokus pada pengelolaan bahan makanan tetapi juga pada kualitas produk, pelayanan, pengalaman pelanggan secara keseluruhan, dan strategi pemasaran. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan secara signifikan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Aisha (2017) bahwa kebersihan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perpindahan berbelanja dari pasar tradisional ke citra pasar modern (Aisha, 2017).

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken**

Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dinyatakan hasil penelitian bahwa hipotesis ini dapat **diterima**. Layanan yang disediakan harus sesuai dengan yang dijanjikan. Ketika Miniresto Dyno Chicken memberikan layanan sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada pelanggan, ini menciptakan kepercayaan dan keandalan dalam hubungan antara pelanggan dan restoran. Pelanggan akan merasa dihargai dan diakui, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka terhadap pengalaman makan di restoran.

Waktu menjadi faktor krusial dalam layanan pelanggan. Miniresto Dyno Chicken yang memberikan layanan pada waktu yang tepat menunjukkan bahwa mereka menghargai waktu pelanggan. Ketepatan waktu dalam pelayanan menciptakan kesan efisiensi dan profe-

sionalisme, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Peralatan yang terbaru dan modern, serta fasilitas ruang dan sarana pendukung yang menarik, juga berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa nyaman dan terkesan dengan lingkungan yang bersih, nyaman, dan menarik, yang dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan mereka saat makan di restoran.

Karyawan yang dapat menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, peduli terhadap kebutuhan pelanggan, dan memiliki kemauan untuk membantu serta siap menanggapi permintaan pelanggan, semuanya merupakan aspek-aspek yang mengarah pada pengalaman pelanggan yang positif. Ketika pelanggan merasa didengar, dihargai, dan didukung oleh karyawan, ini menciptakan hubungan yang erat antara pelanggan dan restoran, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan dan memiliki kemauan serta kesiapan untuk memenuhi kebutuhan mereka, Miniresto Dyno Chicken dapat menciptakan pengalaman makan yang memuaskan dan berkesan bagi pelanggan. Dalam keseluruhan, kombinasi dari semua faktor di atas akan membentuk fondasi yang kuat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan di Miniresto Dyno Chicken.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Nainggolan (2015) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Indokaca Mitra Fortuna (Benny & Nainggolan, 2015).

### **Pengaruh Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken**

Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dinyatakan hasil penelitian bahwa hipotesis ini dapat **ditolak**. Walaupun produk makanan dan minuman yang disajikan menggunakan bahan berkualitas dan aman, serta memenuhi standar ketentuan kualitas, faktor-faktor lain seperti rasa, variasi, dan presentasi mungkin tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Meskipun kualitas bahan yang baik adalah aspek penting, preferensi individu pelanggan terhadap cita rasa dan variasi menu juga perlu dipertimbangkan.

Meskipun Miniresto Dyno Chicken menawarkan berbagai fitur tambahan dan variasi

menu yang menarik, pengalaman pelanggan tidak hanya bergantung pada variasi menu, tetapi juga pada konsistensi, keakraban, dan suasana restoran secara keseluruhan. Jika pelayanan atau suasana di restoran tidak sesuai dengan harapan, hal ini dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap pengalaman mereka. Selain itu, kendala logistik seperti kesalahan dalam penyajian pesanan atau ketidakmampuan untuk mengganti produk yang salah pesan juga dapat menjadi penyebab ketidakpuasan pelanggan. Meskipun Miniresto Dyno Chicken memiliki kebijakan untuk mengganti produk yang salah pesan, jika pelanggan merasa bahwa prosesnya rumit atau tidak efisien, hal ini dapat memengaruhi pengalaman mereka secara negatif.

Penting untuk diingat bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari kombinasi berbagai faktor, termasuk kualitas produk, pelayanan, suasana, dan kebijakan restoran. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, Miniresto Dyno Chicken perlu terus melakukan evaluasi menyeluruh terhadap semua aspek pengalaman pelanggan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Erida (2020) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Erida et al., 2020).

### **Pengaruh Standar *Grooming* Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken**

Standar *grooming* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dinyatakan hasil penelitian bahwa hipotesis ini dapat **ditolak**. Meskipun pelayanan yang ramah dan sikap yang sopan penting, kepuasan pelanggan seringkali lebih dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan secara keseluruhan. Jika makanan dan minuman yang disajikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, atau jika pelayanan tidak efisien atau lambat, faktor standar *grooming* mungkin tidak cukup untuk mengimbangi ketidakpuasan yang muncul dari aspek-aspek ini.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh pengalaman secara keseluruhan di restoran. Meskipun standar *grooming* dapat menciptakan kesan awal yang baik, pengalaman pelanggan juga bergantung pada suasana restoran, kenyamanan tempat duduk, waktu tunggu, dan berbagai faktor lainnya. Jika pengalaman secara keseluruhan tidak memenuhi harapan pelanggan, standar *grooming* mungkin tidak cukup untuk mengimbangi ketidakpuasan

mereka.

Kepuasan pelanggan seringkali bergantung pada sejauh mana pengalaman di restoran sesuai dengan harapan mereka. Jika pelanggan memiliki harapan yang tinggi terkait dengan kualitas produk atau pelayanan, standar *grooming* mungkin dianggap sebagai bagian yang diharapkan dan bukan sebagai faktor yang secara signifikan meningkatkan kepuasan. Setiap pelanggan memiliki preferensi dan harapan yang berbeda terkait dengan pengalaman di restoran. Meskipun beberapa pelanggan mungkin menghargai standar *grooming* yang tinggi, yang lain mungkin lebih fokus pada aspek lain seperti variasi menu, harga, atau suasana. Oleh karena itu, standar *grooming* mungkin tidak menjadi faktor penentu utama dalam kepuasan pelanggan bagi semua orang.

Meskipun standar *grooming* merupakan bagian penting dari pelayanan pelanggan yang baik, penting untuk diingat bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, restoran perlu memperhatikan berbagai aspek pengalaman pelanggan dan memastikan bahwa setiap bagian dari operasi restoran berjalan dengan baik

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Heri (2019) bahwa persepsi pengunjung tentang kualitas makanan, seperti enak, bergizi, dan menarik secara visual merupakan prediktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Bustan Heri, 2019).

### **Pengaruh Kebersihan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken**

Kebersihan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dinyatakan hasil penelitian bahwa hipotesis ini dapat **diterima**. Lingkungan yang bersih dan fasilitas sanitasi yang baik menciptakan kesan positif pertama bagi pelanggan. Ketika pelanggan memasuki restoran dan menemukan lingkungan yang bersih dan terjaga dengan baik, mereka akan merasa nyaman dan yakin akan kualitas layanan yang akan mereka terima. Hal ini memberikan kesan profesionalisme dan perhatian terhadap detail, yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap restoran.

Kemampuan Miniresto Dyno Chicken untuk menyimpan dan menyajikan makanan yang terjaga kebersihannya adalah faktor penting dalam menciptakan pengalaman makan yang aman dan menyenangkan bagi pelanggan. Ketika pelanggan yakin bahwa makanan yang

disajikan telah diolah dan disajikan dengan standar kebersihan yang tinggi, mereka akan merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam menikmati hidangan tersebut. Standar pengolahan yang tinggi juga menjadi faktor penentu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan menyadari bahwa Miniresto Dyno Chicken mengikuti prosedur pengolahan yang ketat dan memperhatikan detail dalam setiap langkahnya, mereka akan merasa yakin akan kualitas dan keselamatan makanan yang mereka konsumsi. Hal ini menciptakan rasa percaya dan kepuasan terhadap restoran.

Kombinasi dari lingkungan yang bersih, fasilitas sanitasi yang baik, penyimpanan dan penyajian makanan yang terjaga kebersihannya, serta standar pengolahan yang tinggi, menciptakan pengalaman makan yang positif bagi pelanggan. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan secara langsung, tetapi juga memperkuat citra restoran sebagai tempat yang profesional, aman, dan dapat diandalkan. Sebagai hasilnya, pelanggan cenderung kembali dan merekomendasikan Miniresto Dyno Chicken kepada orang lain, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan dan kesuksesan restoran secara keseluruhan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Syaripudin (2021) bahwa kebersihan dan kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Syaripudin, 2021)

### **Pengaruh Citra Merek Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken**

Citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dinyatakan hasil penelitian bahwa hipotesis ini dapat **ditolak**. Meskipun Merek Miniresto Dyno Chicken memiliki sejumlah atribut yang positif, seperti kemudahan dikenal, mudah diucapkan, reputasi yang baik, citra positif, dan daya tarik bagi pelanggan, masih ada beberapa faktor yang dapat menghambat kemampuannya untuk memuaskan pelanggan sepenuhnya.

Meskipun merek Miniresto Dyno Chicken mungkin dikenal dan diingat oleh pelanggan, reputasi dan kesan yang baik tidak selalu menjamin kepuasan pelanggan. Terkadang, harapan pelanggan terhadap merek tersebut mungkin terlalu tinggi atau tidak sesuai dengan pengalaman yang sebenarnya di restoran. Jika pengalaman pelanggan tidak sesuai dengan harapan mereka, hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan meskipun merek tersebut memiliki reputasi yang baik.

Meskipun produk yang dihasilkan oleh Miniresto Dyno Chicken mungkin memiliki reputasi yang baik dan dianggap berkualitas oleh sebagian besar konsumen, variasi dalam preferensi dan selera pelanggan dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap produk. Selain itu, kepuasan pelanggan juga tergantung pada konsistensi dalam kualitas produk yang disajikan. Jika kualitas produk tidak konsisten dari waktu ke waktu, hal ini dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah pengalaman keseluruhan di restoran, termasuk pelayanan, suasana, harga, dan pengalaman interaksi dengan staf. Meskipun merek yang dikenal dan reputasi yang baik dapat menciptakan ekspektasi yang tinggi, pengalaman yang buruk dalam hal-hal lain di restoran dapat mengimbangi reputasi merek tersebut dan mengurangi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, untuk memuaskan pelanggan sepenuhnya, Miniresto Dyno Chicken perlu memperhatikan tidak hanya reputasi merek dan kualitas produk, tetapi juga aspek-aspek lain dari pengalaman pelanggan. Ini termasuk pelayanan yang ramah, konsistensi dalam kualitas produk, harga yang wajar, dan menciptakan suasana yang menyenangkan dan nyaman bagi pelanggan. Dengan memperhatikan semua aspek ini, Miniresto Dyno Chicken dapat meningkatkan kemampuannya untuk memuaskan pelanggan dan mempertahankan reputasi yang baik di pasar.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Yana (2021) bahwa bahwa terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan dengan angka koefisien beta 0,751 (Yana, 2015)

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan Citra Merek sebagai Pemediasi**

Hal ini menyiratkan bahwa tidak ada cukup bukti statistik yang mendukung gagasan bahwa kualitas pelayanan secara tidak langsung memengaruhi kepuasan pelanggan melalui citra merek restoran. Interpretasi dari temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks Miniresto Dyno Chicken, citra merek mungkin tidak berperan sebagai pemediasi yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Beberapa alasan mungkin dapat menjelaskan fenomena ini, termasuk adanya faktor eksternal yang lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, adanya ketidakcocokan persepsi antara citra merek dengan kualitas pelayanan yang sebenarnya, atau adanya faktor khusus yang tidak terdeteksi dalam analisis tersebut.

Dalam konteks ini, penelitian lebih lanjut mungkin diperlukan untuk memahami lebih dalam dinamika yang mendasari hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan citra merek di Miniresto Dyno Chicken. Pendekatan yang melibatkan analisis yang lebih mendalam, penelitian subkelompok, atau penelitian kualitatif dapat memberikan wawasan yang lebih holistik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap restoran tersebut. Perlu dilakukan penelitian kualitatif untuk mendapatkan wawasan langsung dari pelanggan dan karyawan restoran tentang persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan citra merek.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan Citra Merek sebagai Pemediasi**

Penelitian yang menunjukkan bahwa citra merek tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika yang mungkin terjadi dalam konteks restoran tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain mungkin lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan daripada citra merek.

Salah satu alasan yang mungkin menguatkan hasil ini adalah ketidaksesuaian antara citra merek yang diusung oleh Miniresto Dyno Chicken dengan kualitas produk yang sebenarnya disajikan kepada pelanggan. Jika citra merek tidak secara akurat mencerminkan pengalaman nyata pelanggan terkait dengan kualitas produk, maka citra merek tidak akan berperan sebagai pemediasi yang efektif. Mungkin juga faktor-faktor eksternal, seperti promosi pesaing, perubahan tren pasar, atau kondisi ekonomi, memiliki pengaruh yang lebih signifikan terhadap persepsi pelanggan terhadap kepuasan daripada citra merek.

Selain itu, ketidakpastian dalam pengukuran citra merek juga dapat menjadi faktor. Pengukuran citra merek yang kompleks dan subyektif mungkin tidak selalu mencerminkan dengan akurat persepsi pelanggan terhadap restoran. Variasi dalam preferensi pelanggan juga dapat mempengaruhi, di mana setiap pelanggan memiliki harapan dan preferensi yang unik terhadap kualitas produk dan layanan.

Dengan demikian, memahami temuan ini memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen Miniresto Dyno Chicken untuk mengidentifikasi area-area di mana mereka perlu memperbaiki dan memperkuat hubungan antara kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan. Langkah-langkah ini termasuk meningkatkan kualitas produk, mengembangkan

citra merek yang lebih konsisten dengan pengalaman pelanggan, dan memahami lebih baik preferensi dan harapan pelanggan secara individu. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan informasi tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut, tetapi juga menawarkan panduan praktis bagi manajemen restoran dalam meningkatkan pengalaman pelanggan.

### **Pengaruh Standar *Grooming* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan Citra Merek sebagai Pemediasi**

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa citra merek tidak memediasi pengaruh standar *grooming* terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken menyoroti dinamika yang kompleks dalam hubungan antara aspek-aspek tersebut di lingkungan restoran. Salah satu alasan utama yang mungkin mendukung temuan ini adalah ketidaksesuaian antara citra merek yang dijaga oleh Miniresto Dyno Chicken dengan praktik standar *grooming* yang diterapkan oleh karyawan restoran. Standar *grooming* yang tidak sesuai dengan citra merek yang diusung dapat mengurangi efektivitas citra merek sebagai pemediasi dalam pengalaman pelanggan. Kesenjangan ini bisa merusak kesan keseluruhan tentang restoran, terlepas dari kualitas makanan atau layanan yang disediakan.

Selanjutnya, persepsi pelanggan mungkin lebih cenderung terfokus pada pengalaman langsung mereka di restoran, seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, dan kualitas makanan, daripada pada citra merek yang diproyeksikan. Dalam konteks ini, standar *grooming* yang buruk dapat langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan dan kualitas restoran, tanpa perlu melalui citra merek.

Ketidakpastian dalam pengukuran citra merek juga dapat memainkan peran. Pengukuran citra merek cenderung subjektif dan kompleks, dan mungkin tidak selalu mencerminkan dengan akurat persepsi pelanggan terhadap restoran. Variasi dalam preferensi pelanggan juga dapat mempengaruhi, di mana setiap pelanggan memiliki harapan dan preferensi yang unik terhadap layanan dan penampilan staf restoran.

Dalam rangka memperbaiki temuan ini, manajemen Miniresto Dyno Chicken dapat meninjau ulang praktik standar *grooming* dan memastikan bahwa mereka sejalan dengan citra merek yang diusung oleh restoran. Komunikasi yang jelas dan konsisten dengan staf mengenai pentingnya standar *grooming* yang tinggi juga dapat membantu meningkatkan citra merek dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dengan demikian, pemahaman akan hubungan

yang rumit antara standar *grooming*, citra merek, dan kepuasan pelanggan akan membantu restoran mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan memperkuat identitas merek mereka.

### **Pengaruh Kebersihan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan Citra Merek sebagai Pemediasi**

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa citra merek tidak memediasi pengaruh kebersihan terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken menawarkan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap restoran. Salah satu alasan utama yang mungkin menjelaskan temuan ini adalah bahwa kebersihan langsung memengaruhi pengalaman pelanggan di restoran. Ketika pelanggan memasuki sebuah restoran, kebersihan menjadi aspek yang sangat terlihat dan penting bagi kesan keseluruhan mereka terhadap tempat tersebut. Dalam konteks ini, kebersihan restoran, termasuk ruang makan, toilet, dan area dapur, dapat memengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas dan standar pelayanan yang diberikan.

Selanjutnya, citra merek yang dibangun oleh Miniresto Dyno Chicken mungkin tidak sepenuhnya terkait dengan citra kebersihan. Meskipun citra merek dapat mencakup berbagai aspek, seperti reputasi, kualitas makanan, dan pengalaman keseluruhan, kebersihan mungkin bukan elemen utama yang dipromosikan atau dipertahankan dalam identitas merek restoran. Sebagai hasilnya, citra merek mungkin tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam memediasi hubungan antara kebersihan dan kepuasan pelanggan.

Ketidakpastian dalam pengukuran citra merek juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi hasil penelitian. Pengukuran citra merek seringkali bersifat subjektif dan kompleks, dan persepsi pelanggan terhadap merek dapat dipengaruhi oleh banyak faktor yang mungkin tidak secara langsung terkait dengan kebersihan. Untuk mengatasi temuan ini, manajemen Miniresto Dyno Chicken dapat fokus pada peningkatan standar kebersihan dan pemeliharaan lingkungan restoran. Ini dapat melibatkan pelatihan karyawan, pengawasan yang ketat terhadap kebersihan restoran, dan komunikasi yang jelas tentang pentingnya kebersihan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika antara kebersihan, citra merek, dan kepuasan pelanggan di Miniresto Dyno Chicken, serta menawarkan wawasan yang berharga bagi manajemen restoran untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken. Standar *grooming* tidak berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken. Kebersihan tidak berpengaruh terhadap citra merek pada Miniresto Dyno Chicken. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken. Standar *grooming* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken. Kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken. Citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken. Tidak ada efek mediasi yang diberikan oleh citra merek antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi. Tidak ada efek mediasi yang diberikan oleh citra merek antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi. Tidak ada efek mediasi yang diberikan oleh citra merek antara standar *grooming* terhadap kepuasan pelanggan. Standar *grooming* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi. Tidak ada efek mediasi yang diberikan oleh citra merek antara kebersihan terhadap kepuasan pelanggan. Kebersihan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Miniresto Dyno Chicken dengan citra merek sebagai pemediasi. Berdasarkan simpulan atas hipotesis dapat diperoleh simpulan atas masalah penelitian citra merek pada Miniresto Dyno Chicken dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kebersihan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfora, D., Saori, E., & Fajriah, L. N. (2023). Pengaruh Konsumsi Makanan Cepat Saji terhadap Gizi Remaja. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 2(1), 43–49.
- Amelia, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik pada Kantor Distrik Hingk Kabupaten Pegunungan Arfak Provinsi Papua Barat. *Jurnal Competitiveness*, 7(1), 65–77. <https://doi.org/10.26618/jmbc.v7i1.4466>
- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap

- Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322. <https://doi.org/10.33753/madani.v1i2.16>
- Arfani, M. R., & Luturlean, B. S. (2018). Pengaruh Stres Kerja dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan di PT Sucofindo Cabang Bandung. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 2770–2785.
- Ariani, D. W. (2019). *Manajemen Kualitas*.
- Arindita, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT Wina Wira Usaha (Studi Eksplanatif Kuantitatif mengenai Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT. Wina Wira Usaha melalui Kepuasan Customer). *Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 3(2), 274–282.
- Benny, & Nainggolan, N. P. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Indokaca Mitra Fortuna. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.13601>
- Cahyaningtyas, A. (2016). Upaya Peningkatan Kemampuan Berpakaian Melalui Metode Drill Pada Anak Cerebral Palsy Di Sekolah Luar Biasa Daya Ananda. *Jurnal Unnes*.
- Candra, C., Amil, A., & Iswanto, D. (2019). Pengaruh Citra dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Kepada Konsumen Telkomsel di Kantor PT Grapari Mataram). *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 1(1), 29–42. <https://doi.org/10.31764/jgop.v1i1.943>
- Elvandari, L. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Kepercayaan terhadap Komitmen Hubungan Pada Nasabah Tahapan BCA di Surabaya. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 3(1), 1–10.
- Ervina, & Kurniawati, M. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Peralatan Kebersihan Rumah Tangga Merek X. *Seri Seminar Nasional Ke-IV Universitas Tarumanagara*, 703–708.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 71–88.
- Hartono, A. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan di Restoran the Naked Crab Surabaya. *Encyclopedia of Systems Biology*, 1646–1646.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kusuma, W., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap

- Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1174–1180.
- Mahriani, E., Pramanik, P. D., Srisusilawati, P., Wiratanaya, G. N., Sukmana, E., Mustika, A., Hasbi, I., Mutafarida, B., Nugraha, I. G. P., Butarbutar, R. R., Bafadhal, A. S., Mokodompit, E. A., Santi, I. N., Ihwanudin, N., Sekarti, N. K., Sutiarto, M. A., Arifin, F., Handayani, T., Rahmi, M., & Ariani. (2020). Manajemen Pariwisata (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis). In *Pemasaran bisnis pariwisata di era digital*. www.penerbitwidina.com
- Manullang, M. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sim Card Telkomsel. *Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara*, 4(1), 49–71.
- Maria, A. D. (2023). Analisis Dampak Promosi dan Inovasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 13–20.
- Maulana, I. A., & Nurrahmawati. (2022). *Grooming Front Officer dan Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Riset Public Relations*, 53–58.
- Nuraeni, R., Mulyati, S., Putri, T. E., Rangkuti, Z. R., Pratomo, D., Ak, M., Ab, S., Soly, N., Wijaya, N., Operasi, S., Ukuran, D. A. N., Terhadap, P., Sihaloho, S., Pratomo, D., Nurhandono, F., Amrie, F., Fauzia, E., Sukarmanto, E., Partha, I. G. A., ... Abyan, M. A. (2017). Hubungan Hasil Belajar *Grooming* dengan Penampilan Diri Mahasiswa PKK Universitas Negeri Jakarta. In *Diponegoro Journal of Accounting* (Vol. 2, Issue 1).
- Nurul, N., & Burda, H. A. (2020). Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Grand Indonesia Jakarta Pusat. *Jurnal STEI Ekonomi*, 4,
- Parwata, I. N. (2020). Upaya Meningkatkan Kedisiplinan Dalam Menaati Tata Tertib Melalui Layanan Bimbingan Kelompok Terhadap Siswa Kelas VIII SMP. *Jurnal Riset Intervensi Pendidikan*, 2(1), 8–13.
- Pitoy, V., Tumbel, A., & Tielung, M. (2016). Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus pada PT Astragraphia, Tbk Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3), 302–312.
- Prabandari, W. D., Tarigan, E., & Sembiring, V. A. (2021). Pelatihan *Grooming*, Personal Hygiene dan K3 serta Tata Cara Mencuci Pakaian dan Pengemasan Pakaian Untuk Cleaning Service di STP Trisakti saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 3(2), 54–58.
- Priyadi, G. A. (2020). Pengaruh Kebersihan, Musik, Aroma, Suhu, Pencahayaan, Warna, dan Display pada Niat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Toko Ritel H&M). *Jurnal Atmajaya*, 15(2), 1–23.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Issue 1).
- Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 1987–1996.

- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Safitri, D., Rahmawati, T., & Afridah, N. (2020). Pengaruh Jumlah UMKM dan Modal UMUM terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Brebes. *Journal of Accounting and Finance (JACFIN)*, 2(2), 62–72.
- Salim, E. G. M., & Harianto, E. (2024). Analysis of Dumpling House Msmes From The Perspective of Mc Kinsey 7s. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 67–82. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i1.78>
- Sarifuddin, & Isra, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kentucky Fried Chicken Cabang Palu Grand Mall. *Jemma | Jurnal of Economic, Management and Accounting*, 2(4), 77–88.
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–64.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. CV Alfabeta.
- Syaripudin, J. (2021). *Pengaruh Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Segar Paal Dua manado Terhadap Kepuasan Konsumen*. 20.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Offset.
- Triyoko, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*, 8(1), 56–61.
- Tyas, S. R. N. (2001). Pengaruh Kebersihan, Musik, Aroma, Pencahayaan, Warna, dan Display pada Niat Beli Konsumen (Studi pada Matahari Departement Store di Yogyakarta). *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 11.
- Ufrida, K., & Harianto, S. (2022). Konsumerisme Makanan Siap Saji Sebagai Gaya Hidup Remaja di Kota Surabaya: Studi Kasus Siswi Sma Muhammadiyah 4 Kota Surabaya. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(1), 137–156.
- Zikri, A. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.