

ABSTRAK

Nurry Nirmalasari (3013251014)

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Digital Marketing, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Santan Restaurant (Studi Pada Hotel Horison Ultima Ratu Serang).

xv + 84 halaman

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, digital marketing, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif kuantitatif dan pendekatan korelasional untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Digital Marketing, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang. Adapun teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan oleh nilai Original Sample sebesar 0,345 dengan T-Statistic sebesar 5,931 > T tabel (1,96), dan P-Values sebesar 0,000 < 0,05. Digital marketing berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan oleh nilai Original Sample sebesar 0,431 dengan T-Statistic sebesar 7,532 > T tabel (1,96), dan P-Values sebesar 0,000 < 0,05. Nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan oleh nilai Original Sample sebesar 0,433 dengan T-Statistic sebesar 7,710 > T tabel (1,96), dan P-Values sebesar 0,000 < 0,05. Kualitas pelayanan, digital marketing, dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan oleh nilai R-Square sebesar 0,762.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Digital Marketing, Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.

Daftar Acuan : 61 (2020-2025)

Jakarta, 20 Agustus 2026



(Nurry Nirmalasari)

ABSTRACT

Nurry Nirmalasari (3013251014)

The Influence of Service Quality, Digital Marketing, and Customer Value on Customer Satisfaction at Santan Restaurant (Study at Horison Ultima Ratu Serang Hotel).

xv + 84 pages

This research aims to determine the influence of service quality, digital marketing, and customer value on customer satisfaction at Santan Restaurant, Hotel Horison Ultima Ratu Serang.

The research method used is a quantitative descriptive method with a correlational approach to determine the influence of service quality, digital marketing, and customer value on customer satisfaction by distributing questionnaires to customers of Santan Restaurant at Hotel Horison Ultima Ratu Serang. The analysis technique in this study uses the Structural Equation Model (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS) with the help of SmartPLS software.

The research results show that the service quality variable influences customer satisfaction, proven by an Original Sample value of 0.345 with a T-Statistic of 5.931 > T-table (1.96), and P-Values of 0.000 < 0.05. Digital marketing influences customer satisfaction, proven by an Original Sample value of 0.431 with a T-Statistic of 7.532 > T-table (1.96), and P-Values of 0.000 < 0.05. Customer value influences customer satisfaction, proven by an Original Sample value of 0.433 with a T-Statistic of 7.710 > T-table (1.96), and P-Values of 0.000 < 0.05. Service quality, digital marketing, and customer value together influences customer satisfaction, as shown by an R-Square value of 0.762.

Keywords : *Service Quality, Digital Marketing, Customer Value, and Customer Satisfaction.*

References : *61 (2020-2025)*

Jakarta, 20 Agustus 2026



(Nurry Nirmalasari)