

ABSTRACT

The purpose of this study is to know the impacts of islamic attributes, restaurant attributes, and service quality on customer satisfaction and its implication on the consumer's loyalty of Sulaiman Resto, Jakarta. Data were collected from 50 respondents using a questionnaire at Sulaiman Resto, Jakarta. Data analysis which is used is statistical analysis in the form of partial least square with program SmartPLS 3.0.

The results indicated that service quality does not significantly affect customer's satisfaction, while Islamic Attributes and Restaurant Attributes do. Service quality, Islamic attributes, and restaurant attributes also do not significantly affect consumer's loyalty, while customer's satisfaction does significantly affect consumer's loyalty in Sulaiman Resto, Jakarta.

Keywords: *Islamic attributes, restaurant attributes, service quality, customer's satisfaction, consumer's loyalty.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut islami, atribut restoran, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung serta implikasinya terhadap loyalitas konsumen di Sulaiman Resto, Jakarta. Data dikumpulkan melalui 50 responden dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke Sulaiman Resto, Jakarta. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk *partial least square* dengan program SmartPLS Versi 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sementara atribut islami dan atribut restoran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kualitas pelayanan, atribut islami, dan atribut restoran juga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, sementara kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Sulaiman Resto, Jakarta.

Kata kunci: atribut islami, atribut restoran, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, loyalitas konsumen.