

**PENGARUH KUALITAS LINGKUNGAN FISIK, KUALITAS
MAKANAN, DAN KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan Restoran Lilin Kecil di Kota Soe)**

Bung Yusuf, Khalid Moenardy, Eunike Gegung

ABSTRACT

This study aims to determine customers' perceptions of the physical environment, food quality, employee service quality, and customer loyalty, as well as to analyze the influence of each variable and their combined effect on customer loyalty at Lilin Kecil Restaurant in Soe City. The study sample consisted of 100 respondents. Data were collected through questionnaires, observations, and documentation, then analyzed using descriptive analysis, classical assumption tests, and multiple linear regression using SPSS. The results indicate that customers' perceptions of the physical environment, food quality, employee service quality, and customer loyalty fall into the high category. Partially, the physical environment, food quality, and employee service quality significantly influence customer loyalty. Simultaneously, these three variables also significantly influence customer loyalty, contributing 65%, while the remaining 35% is influenced by other factors outside the scope of this study.

Keywords: *Physical Environment Quality, Food Quality, Employee Service Quality, Customer Loyalty.*

PENDAHULUAN

Loyalitas pelanggan menjadi aspek penting dalam menciptakan keunggulan bersaing dan keuntungan jangka panjang. Loyalitas menggambarkan kesetiaan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan. Kesetiaan tersebut akan tetap terjaga apabila perusahaan mampu memberikan nilai lebih dibandingkan pesaingnya. Oleh karena itu, strategi peningkatan loyalitas pelanggan perlu mempertimbangkan aspek lingkungan fisik, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan. Kualitas lingkungan fisik merupakan salah satu faktor yang menentukan ketertarikan konsumen untuk datang ke sebuah rumah makan. Konsumen tidak hanya mencari makanan yang lezat, tetapi juga menginginkan suasana yang nyaman, bersih, rapi, pencahayaan yang baik, serta tata ruang yang menarik. Faktor ini mendorong pelaku usaha kuliner untuk menata kursi

dan meja, area parkir, warna ruangan, hingga pencahayaan agar konsumen merasa betah dan akhirnya menjadi loyal.

Selain lingkungan fisik, kualitas cita rasa makanan juga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. Pengalaman pertama saat menikmati makanan sangat menentukan penilaian konsumen terhadap sebuah rumah makan. Kualitas layanan juga menjadi salah satu hal yang menentukan ketertarikan konsumen untuk datang ke sebuah rumah makan. Menurut Ryu, Lee, dan Kim (2012) kualitas layanan dapat dinilai dari 5 dimensi yaitu *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *assurance* dan *responsiveness* dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Gong dan Yi (2018) pelanggan yang sudah puas dengan layanan yang diberikan suatu usaha akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan data BPS Kabupaten Timor Tengah Selatan, jumlah rumah makan dan restoran mengalami pertumbuhan yang konsisten. Pada tahun 2021 tercatat sebanyak 124 unit usaha, kemudian meningkat menjadi 130 unit pada tahun 2022. Pertumbuhan ini berlanjut pada 2023 dengan jumlah 146 unit, dan kembali naik menjadi 155 unit pada 2024. Pada tahun 2025, jumlahnya mencapai 165 unit. Kenaikan jumlah usaha kuliner ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menyukai makanan siap saji serta meningkatnya kebutuhan akan layanan kuliner yang praktis dan modern.

Di tengah perkembangan tersebut, Restoran Lilin Kecil So'e yang berdiri sejak 2019 menjadi salah satu restoran yang cukup diminati karena cita rasa makanan yang khas dan lingkungan yang nyaman. Namun, jumlah pelanggan restoran ini berfluktuasi, dari 4.692 orang pada tahun 2021 naik menjadi 4.752 orang pada tahun 2022, kemudian turun menjadi 4.320 orang pada tahun 2023, meningkat kembali menjadi 4.544 orang pada tahun 2024, dan menurun signifikan menjadi 3.792 orang pada tahun 2025. Kondisi ini menunjukkan bahwa jumlah pelanggan cenderung menurun dalam lima

tahun terakhir. Penurunan jumlah pelanggan mengindikasikan bahwa Restoran Lilin Kecil menghadapi persaingan yang semakin ketat. Selain itu, pelanggan saat ini semakin selektif terhadap kualitas makanan, suasana restoran, dan pelayanan yang diberikan. Menurut Ryu, Lee, dan Kim (2011), pengalaman bersantap yang memuaskan tercipta melalui kombinasi makanan berkualitas, lingkungan fisik yang nyaman, dan pelayanan yang baik. Dalam industri restoran, ketiga faktor tersebut merupakan komponen utama yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas layanan (Chow et al., 2007; Ryu & Han, 2010). Persepsi positif terhadap kualitas makanan, lingkungan fisik, dan pelayanan karyawan dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan, yang menjadi kunci keberhasilan dan keberlanjutan usaha restoran di tengah persaingan yang semakin intensif.

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) merupakan seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran serta menarik, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan melalui proses penciptaan, penyampaian, dan pengomunikasian nilai yang unggul kepada pelanggan. Dengan demikian, pemasaran menjadi salah satu bidang penting dalam perusahaan yang berfungsi untuk menggerakkan dan menunjang keberlangsungan kegiatan usaha. Menurut Kotler (2009), pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial di mana individu maupun kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui proses penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk atau jasa yang bernilai dengan pihak lain. Terdapat enam konsep atau filosofi yang mendasari perusahaan memandang pasar, yaitu : konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, konsep pemasaran berwawasan social, dan konsep pemasaran holistik (Kotler dan Keller, 2009; Moenardy, 2016).

Bauran Pemasaran

Konsep bauran pemasaran pertama kali diperkenalkan oleh Jerome McCarthy (dalam Tjiptono, 2019) yang merumuskan empat unsur utama, yaitu 4P (*product, price, promotion, dan place*). Dalam perkembangannya, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran 4P tradisional memiliki keterbatasan ketika diterapkan pada bisnis jasa. Menurut Tjiptono (2008, p. 145) selain 4P (*product, price, place, promotion*) perusahaan memerlukan tambahan 3P (*people, physical evidence, process*) untuk melakukan diferensiasi kompetitif dalam penyampaian layanan

Kualitas Lingkungan Fisik

Lingkungan dan *setting* tempat penyediaan jasa merupakan aspek yang tidak boleh diabaikan. Atmosfer yang elegan dapat menimbulkan persepsi status sosial tertentu, sementara suasana yang hangat mampu menciptakan rasa nyaman. Lingkungan fisik (termasuk bukti fisik bangunan) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas melalui mediasi kepuasan pelanggan. Dalam industri kuliner yang kompetitif, lingkungan fisik seringkali menjadi pembeda utama (*point of differentiation*) ketika kualitas rasa makanan antar pesaing dianggap setara.

Kualitas Makanan

Kualitas makanan merupakan karakteristik mutu makanan yang dapat diterima oleh konsumen, termasuk faktor-faktor eksternal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa (Potter dan Hotchkiss, 1995). Menurut West, Wood, dan Harger (1965), standar kualitas makanan meskipun sulit didefinisikan dan tidak dapat diukur secara mekanis, tetap dapat dievaluasi melalui nilai gizi, jenis bahan yang digunakan, cita rasa, serta penampilan produk.

Gaman dan Sherrington (1996) serta Jones (2000) dalam Margareta dan Edwin (2012) menyebutkan bahwa secara umum faktor-faktor yang memengaruhi kualitas makanan,

meliputi Warna, Penampilan, Ukuran/Porsi (*size*), Bentuk, Temperatur, Tekstur, Aroma, Tingkat Kematangan, dan Rasa.

Kualitas Pelayanan Karyawan

Kualitas pelayanan pada dasarnya merupakan bentuk layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dengan mengedepankan sikap profesional dalam upaya memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), komponen jasa atau layanan memainkan peran strategis dalam setiap bisnis. Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh faktor layanan pelanggan dan bagaimana perusahaan memberi kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan sebagai individu dalam suatu system memfokuskan kegiatan pada pelanggan sebagai pelanggan jasa (eksternal), agar dapat lebih efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan dalam memberikan/menyediakan layanan/ jasa dan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan. Dilain pihak, perusahaan sebagai suatu sistem juga harus membahagiakan pelanggan internal, dalam hal ini karyawan (produsen jasa). Tujuannya agar dapat menghasilkan layanan yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan eksternal.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono (2000), loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek atau pemasok yang tercermin dalam sikap positif dan perilaku pembelian jangka panjang. Kesetiaan terhadap merek terbentuk dari kombinasi antara kepuasan dan minimnya keluhan pelanggan. Kepuasan pelanggan muncul sebagai hasil dari kinerja perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Semakin kecil tingkat keluhan, semakin besar peluang terciptanya pembelian berulang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kausal yang bertujuan menganalisis pengaruh kualitas lingkungan fisik, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan karyawan terhadap loyalitas pelanggan Restoran Lilin Kecil. Variabel independen penelitian terdiri atas kualitas lingkungan fisik (X_1), kualitas makanan (X_2), dan kualitas pelayanan karyawan (X_3), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y). Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Restoran Lilin Kecil yang berusia minimal 17 tahun dan telah berkunjung sedikitnya dua kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui kuesioner serta data sekunder yang berasal dari dokumen perusahaan. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert lima tingkat dengan indikator yang disusun berdasarkan teori yang relevan. Analisis data dilakukan melalui analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan persepsi terhadap variabel penelitian, serta analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap loyalitas pelanggan. Sebelum analisis dilakukan, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas yang menunjukkan seluruh item kuesioner valid dan reliabel. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial dan uji F untuk menguji pengaruh variabel secara simultan. Selain itu, digunakan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi kualitas lingkungan fisik, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan karyawan dalam menjelaskan variasi loyalitas pelanggan pada Restoran Lilin Kecil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada Variabel Kualitas Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Karyawan, dan Loyalitas Pelanggan diketahui bahwa semua item (indicator) pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi item dengan skor total (r_{iT}) > nilai korelasi tabel (0.36, $n=30$). Dengan demikian semua item (indicator) dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel pada variabel Kualitas Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Karyawan, dan Loyalitas Pelanggan.

Uji Keandalan (Reliabilitas)

Berdasarkan ringkasan hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian diketahui bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6. Dengan demikian item (indicator) pertanyaan pada kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel variabel Kualitas Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Karyawan, dan Loyalitas Pelanggan sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

Hasil Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas lingkungan fisik, kualitas makanan, kualitas pelayanan karyawan, dan loyalitas pelanggan pada Restoran Lilin Kecil berada pada kategori tinggi. Variabel kualitas makanan memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,14, yang menunjukkan bahwa cita rasa, kesegaran, variasi menu, dan penyajian makanan telah mampu memenuhi harapan pelanggan. Variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,00, yang mencerminkan tingginya komitmen pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Selanjutnya, kualitas pelayanan

karyawan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,88, yang menunjukkan bahwa ketepatan pesanan, kesediaan membantu, dan perhatian kepada pelanggan telah dinilai baik, meskipun kecepatan pelayanan masih perlu ditingkatkan. Sementara itu, kualitas lingkungan fisik memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,75, yang menunjukkan bahwa desain interior dan suasana restoran telah memberikan kenyamanan bagi pelanggan, walaupun fasilitas parkir masih perlu mendapat perhatian. Tingginya nilai rata-rata pada seluruh variabel tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan memiliki persepsi yang positif terhadap kualitas layanan dan pengalaman yang diberikan oleh Restoran Lilin Kecil.

Uji Hipotesis

Uji t atau Uji Parsial Hipotesis 1 sampai 3

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Lingkungan Fisik (X_1) memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini diketahui dari nilai t_{hitung} sebesar 3,10, sedangkan t_{tabel} diketahui sebesar 1,99, maka hasilnya $t_{hitung} (3,10) > t_{tabel} (1,99)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji t tersebut, maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa "Kualitas Lingkungan Fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan" dapat diterima. Hasil analisis membuktikan bahwa semakin baik kualitas lingkungan fisik, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan secara nyata.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa

variabel Kualitas Makanan (X_2) memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini diketahui dari nilai t_{hitung} sebesar 3,90, sedangkan t_{tabel} diketahui sebesar 1,99, maka hasilnya $t_{hitung} (3,90) > t_{tabel} (1,99)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan Karyawan (X_3) memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini diketahui dari nilai t_{hitung} sebesar 2,73, sedangkan t_{tabel} diketahui sebesar 1,99, maka hasilnya $t_{hitung} (2,73) > t_{tabel} (1,99)$ dengan tingkat signifikansi $0,010 < 0,05$.

Uji F (Uji Simultan) - Hipotesis 4

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dari X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y . Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Lingkungan Fisik (X_1), Kualitas Makanan (X_2), dan Kualitas Pelayanan Karyawan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini diketahui dari hasil uji F yang menunjukkan nilai $F_{hitung} (58,73) > F_{tabel} (2,70)$ dengan signifikansi 0,000.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variabel dependen. Hasil penunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh adalah 0,650. Hal ini berarti 65,00% variasi yang terjadi terhadap Loyalitas Pelanggan disebabkan oleh variabel Kualitas Lingkungan Fisik (X_1), Kualitas Makanan (X_2), dan Kualitas Pelayanan Karyawan (X_3), sedangkan sisanya sebesar 35,00% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

1. Persepsi pelanggan terhadap kualitas lingkungan fisik, kualitas makanan, kualitas pelayanan karyawan, dan loyalitas pelanggan pada Restoran Lilin Kecil berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa pelanggan memberikan penilaian positif terhadap kualitas restoran secara keseluruhan.
2. Kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin baik kondisi lingkungan fisik restoran, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.
3. Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas makanan menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang dan tetap setia pada restoran.
4. Kualitas pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, dan penuh perhatian mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.
5. Kualitas lingkungan fisik, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan karyawan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 65% variasi loyalitas pelanggan, sedangkan 35% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Tit, A. A. 2020. The effect of service quality and food quality on customer satisfaction and loyalty in the restaurant industry. *International Journal of Quality & Reliability Management*. Vol. 37 (6/7) : 877–893.
- Arief, M. 2005. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bayumedia Publishing, Malang.

- Arifin, S. 2011. Pengaruh Atmosfer Restoran terhadap Emosi dan Niat Perilaku Konsumen. *Tesis*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Baker, M. J. 1975. *Marketing: An Introductory Text*. Macmillan, London.
- Boohene, Rosemond, Agyapong, Gloria K.Q., and Gonu, Eric. 2013. Factors influencing the retention of customers of ghana commercial bank within the Agona Swedru Municipality. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 5 (4) : 82–95.
- Buttle, Francis. 2004. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) : Concepts and Tools*. Terjemah Arief Subiyanto. Edisi Pertama. Elsevier Butterworth Heinemann – Bayumedia, Jakarta.
- Chow, I. H. S., Lau, V. P., Lo, T. W. C., Sha, Z., & Yun, H. 2007. Service quality in Hong Kong restaurants: The importance of service attributes and contextual factors. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 26 (2) : 253–268.
- Chua, B. L., Jim, N., Lee, S., & Han, H. 2020. Customer-to-customer interactions, satisfaction, and loyalty in family restaurants. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 91 : 102688.
- Dlagic, J., Arslanagic-Kalajdzic, M., & Zabkar, V. 2024. Exploring emotional attachment in the service industry: A perspective on restaurant loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 76 : 103542.
- Ello, J. 2017. Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan, dan Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Nan Bagonjong di Kota Kupang. *Skripsi*. Universitas Nusa Cendana, Kupang.

- Farida, Naili. 2010. Pengaruh Ikatan Hubungan, Corporate Image, Nilai Pelanggan, Kualitas Hubungan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Pemerintah di Jawa Tengah. *Disertasi*. Program Doktor Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Administrasi UB, Malang.
- Fatmawati, Ratih dan Handayani, Jati. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Nilai Nasabah Terhadap Customer Retention Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Brisyariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 5 (1).
- Gerpott, Torsten J., Wolfgang Rams, and Andreas Schindler. 2001. Customer retention, loyalty, and satisfaction in the german mobile cellular telecommunications market. *Telecommunications Policy*. Vol. 25 : 249 – 269.
- Ghozali, I. dan Latan, Hengky. 2012. *Partial Least Squares : Konsep, Metode dan Aplikasi (Menggunakan Program WarpPLS2.0) untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hafidz, Januar, Sagita Rachmanira, dan Tika Octia. 2013. Tingkat persaingan dan efisiensi bank umum dan bpr di pasar kredit mikro di indonesia. *Kajian Stabilitas Keuangan*. Bank Indonesia, Jakarta.
- Han, H., & Hyun, S. S. 2017. Driving customer switches to affordable luxury hotels: Impact of switching costs, prestige, and relative quality. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 63 : 31–40.
- Jaafar, S. N. 2002. Consumers' Perceptions, Attitudes and Purchase Intentions towards Fast-food Restaurants. *Master's Thesis*. Universiti Sains Malaysia, Malaysia.