

Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pengunjung Melalui Kepuasan di Rumah Makan Surabi 74, Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten

Freddy Triono*, Amrullah, Mohammad Syaltut Abduh, Alifatqul Maulana, Pramudito

Institut Pariwisata Trisakti

*freddy.triono@iptrisakti.ac.id

Informasi Artikel

Received: 30 Oktober 2025

Accepted: 3 November 2025

Published: 17 November 2025

Keywords:

service quality, customer satisfaction, visiting decisions

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality on visiting decisions through customer satisfaction as a mediating variable at Surabi 74 Larangan Restaurant, Tangerang City. This study uses a quantitative approach with a path analysis method (path analysis) processed using SmartPLS software. The research sample consisted of 100 respondents who were Surabi 74 customers who had visited in the last six months. Data collection was conducted through distributing questionnaires with a five-point Likert scale. The results showed that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and has a direct and indirect significant effect on visiting decisions. Customer satisfaction is proven to be a mediating variable in the relationship between service quality and visiting decisions, meaning that the higher the customer satisfaction, the more likely they are to return. This finding emphasizes the importance of improving service quality that includes aspects of accommodation, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence in creating customer satisfaction and loyalty. Based on these results, it is recommended that restaurant managers improve service standards through employee training, maintaining cleanliness, and providing a varied menu to maintain customer satisfaction and interest in visiting in the future.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi di Rumah Makan Surabi 74 Larangan, Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode path analysis (analisis jalur) yang diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang merupakan pelanggan Surabi 74 yang pernah berkunjung dalam enam bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima poin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta secara langsung dan tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Kepuasan pelanggan terbukti menjadi variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung, yang berarti semakin tinggi kepuasan pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali berkunjung. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan yang mencakup aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dalam menciptakan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar pengelola rumah makan meningkatkan standar pelayanan melalui pelatihan karyawan, menjaga kebersihan, dan menyediakan menu yang bervariasi untuk mempertahankan kepuasan dan minat kunjungan pelanggan di masa mendatang.

Kata Kunci:

kualitas pelayan, kepuasan pelanggan, keputusan berkunjung

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang dengan pesat, seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap berbagai jenis makanan, termasuk makanan khas daerah. Rumah makan yang menawarkan makanan khas, seperti Surabi, menjadi salah satu pilihan yang menarik bagi konsumen yang ingin merasakan cita rasa lokal. Surabi 74 di Larangan, Kota Tangerang, Provinsi Banten, merupakan salah satu contoh rumah makan yang telah menarik perhatian pengunjung karena keunikannya. Meskipun demikian, banyak rumah makan serupa yang mengalami pasang surut dalam jumlah pengunjung, yang salah satunya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini berfokus pada bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Surabi 74 dapat memengaruhi keputusan berkunjung pengunjung, melalui kepuasan yang mereka rasakan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Rumah Makan Surabi 74 di Larangan, Kota Tangerang. Penelitian ini juga akan mengkaji peran kepuasan pelanggan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung. Dalam konteks ini, penting untuk memahami berbagai dimensi kualitas pelayanan, seperti ketepatan waktu, keramahan, kebersihan, dan ketersediaan menu, yang berperan signifikan dalam membentuk pengalaman pengunjung.

Penelitian sebelumnya terkait kualitas pelayanan di industri kuliner telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Saraswati et al. (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan berkunjung di restoran cepat saji, namun tidak membahas jenis rumah makan yang menawarkan menu lokal

seperti Surabi, yang memiliki karakteristik dan ekspektasi pelanggan berbeda. Felix et al. (2024) mengkaji restoran fine dining dan menekankan kebersihan serta keramahan staf, namun tidak memasukkan peran kepuasan sebagai mediator antara kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung. Syahputri & Sugiyanto (2025) menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di restoran Padang, namun tidak menguji kepuasan sebagai mediator yang menghubungkan kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung. Pranadewi et al. (2025) lebih fokus pada aspek visual dan atmosfer restoran di kawasan wisata kota Bandung, sementara penelitian ini akan menyoroti aspek pelayanan praktis yang lebih relevan dengan pengalaman pelanggan di rumah makan lokal. Latifah et al. (2025) mengkaji kualitas pelayanan dan kepuasan di industri kuliner online, namun tidak mencakup peran kepuasan sebagai mediator dalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian ini terletak pada kurangnya penelitian yang menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di rumah makan lokal tradisional dengan kepuasan pelanggan sebagai mediator yang memediasi pengaruh tersebut.

Penelitian ini secara khusus mengkaji rumah makan yang menyajikan makanan tradisional khas daerah dan penelitian ini memperkenalkan variabel kepuasan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung, yang belum banyak dilakukan dalam penelitian-penelitian sebelumnya di industri kuliner lokal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru bagi pengembangan teori dan praktik manajemen pelayanan di rumah makan lokal, serta memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi pengelola Rumah Makan Surabi 74 untuk meningkatkan

kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Sulistyawati dan Seminari (2015) dalam penelitiannya mengenai restoran Indus Ubud Gianyar menemukan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup dimensi kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi-dimensi ini sangat penting untuk memastikan pengalaman pelanggan yang positif, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi loyalitas dan keputusan berkunjung kembali. Utami & Jatra (2015) juga menemukan hal serupa dalam penelitiannya di Restoran Baruna Sanur, di mana semua dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang mempertegas pentingnya peran kualitas pelayanan dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan.

Jelanu & Ayu (2023) dalam studi mereka mengenai pengalaman pelanggan di restoran cepat saji mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk citra merek dan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berfokus pada interaksi langsung antara staf dan pelanggan, tetapi juga mencakup elemen-elemen seperti suasana dan kenyamanan yang mendukung pengalaman makan.

Kepuasan Pelanggan

Mandasari & Tama (2011) dalam penelitian mereka di Restoran XYZ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berkontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan adalah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan, yang merupakan langkah awal dalam membangun loyalitas pelanggan.

Andar et al. (2024) juga menemukan bahwa faktor-faktor seperti kualitas makanan, harga, lokasi, dan lingkungan yang mendukung kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan, yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di restoran lokal.

Pratamaputra et al. (2024) dalam penelitian mereka di restoran cepat saji Jakarta menyoroti bahwa citra merek dan pengalaman pelanggan sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas. Mereka menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator yang memengaruhi keputusan untuk kembali, kepuasan pelanggan bukan hanya bergantung pada kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor emosional dan psikologis, seperti pengalaman makan yang menyenangkan dan interaksi sosial yang positif.

Keputusan Berkunjung

Hardianti et al. (2025) dalam penelitiannya di Café Fatma Lakey Dompu menunjukkan bahwa variasi, suasana kafe dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk berkunjung kembali. Penelitian ini menekankan bahwa selain pelayanan, atmosfer atau suasana yang nyaman juga mempengaruhi keputusan berkunjung, yang mengarah pada pentingnya kombinasi kualitas pelayanan dan lingkungan dalam menciptakan pengalaman makan yang memuaskan. Penelitian serupa dilakukan oleh Masriya & Chaerudin (2022), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan suasana kafe berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kualitas pelayanan sebagai faktor utama yang menentukan keputusan berkunjung.

Selanjutnya, Pardede & Sagala (2024) dalam penelitian mereka mengenai KanBest Café & Resto di Pematang Siantar juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan lingkungan

restoran berpengaruh besar terhadap keputusan berkunjung kembali. Mereka menekankan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali, terutama jika ditunjang dengan suasana yang mendukung kenyamanan. Temuan ini memperlihatkan bahwa keputusan berkunjung sangat dipengaruhi oleh interaksi langsung dengan staf dan fasilitas yang disediakan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pengembangan Hipotesis

Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Worotikan et al. (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik di Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian oleh Zaman & Mayvera (2022) juga menguatkan temuan ini dengan bukti bahwa kualitas pelayanan yang tinggi di Rumah Makan Rambutan Pekanbaru secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan.

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian oleh Hendradewi et al. (2024) di Rumah Makan Ampera 2 Tak menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, yang diukur melalui dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, berpengaruh positif terhadap minat kunjung pelanggan. Temuan serupa juga dibuktikan oleh Pardede & Sagala (2024) di KanBest Café & Resto, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

memengaruhi keputusan berkunjung kembali pelanggan.

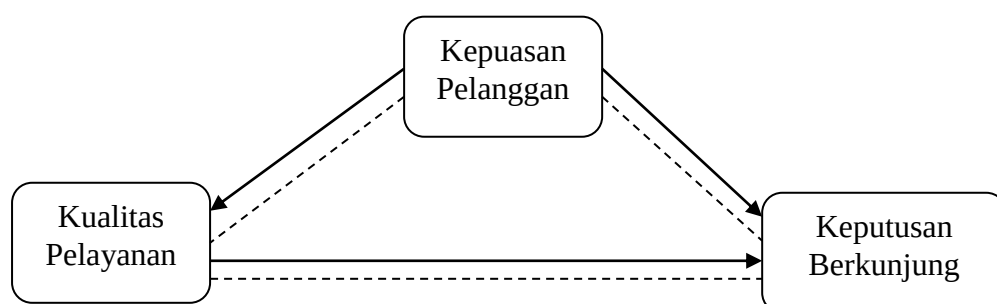
H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung

Mukuan et al. (2023) menemukan bahwa tingkat kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan di Rumah Makan Maji Ayam Geprek Cabang Jalan Bethesda Sario. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan dan kualitas makanan cenderung berkeinginan untuk kembali. Penelitian serupa oleh Lestari & Safitri (2025) juga mengungkapkan bahwa variasi menu dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di ER Coffee Pekanbaru, yang pada akhirnya mendorong keputusan untuk berkunjung kembali.

H3: Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

Penelitian oleh Salsabila (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali, dengan kepuasan pelanggan sebagai mediator. Sementara itu, Pratama & Wikaningtyas (2023) menegaskan bahwa kualitas layanan, bersama kualitas makanan, meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memediasi hubungan kualitas layanan dengan niat berkunjung kembali di rumah makan.

H4: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan pelanggan



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini mengandalkan data numerik untuk mengukur variabel-variabel yang terlibat dan menganalisis hubungan antar variabel tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur atau path analysis. Analisis jalur digunakan untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antara variabel-variabel yang ada, yakni kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan keputusan berkunjung. Model analisis jalur memungkinkan pengujian hubungan kausal antara variabel-variabel yang telah dirumuskan dalam kerangka teoritis penelitian ini.

Teknik Pengambilan Sampel Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Pemilihan sampel ini dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu, yaitu pengunjung yang pernah atau sering berkunjung ke Rumah Makan Surabi 74 di Larangan, Kota Tangerang. Sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu mereka yang telah memiliki pengalaman makan di rumah makan tersebut.

Jumlah Populasi dan Sampel Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Rumah Makan Surabi 74 yang telah mengunjungi rumah makan tersebut dalam periode enam bulan terakhir. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, yang

dihitung menggunakan rumus sample size untuk analisis jalur dengan margin error yang diinginkan. Jumlah sampel ini sudah cukup untuk memastikan hasil yang representatif dan valid dalam penelitian kuantitatif dengan menggunakan Smart PLS (Sugiyono, 2017).

Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui survey dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan indikator-indikator yang relevan dengan variabel-variabel yang diuji, yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan keputusan berkunjung. Setiap responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap berbagai aspek pelayanan yang mereka alami selama berkunjung, serta tingkat kepuasan dan keputusan mereka untuk berkunjung kembali. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala Likert 5 poin, yang mencakup rentang dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju."

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Smart PLS untuk menguji hubungan antar variabel. Uji validitas meliputi *convergent validity* (dengan nilai AVE > 0.5) dan *discriminant validity* (nilai *square root of AVE* harus lebih besar dari korelasi antar variabel). Uji reliabilitas dilakukan dengan *Composite Reliability* (CR > 0.7). Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa baik variabel independen menjelaskan variabel dependen, dengan nilai R^2 tinggi menunjukkan model yang baik. Pengujian *direct effect* mengukur pengaruh langsung antar variabel, sedangkan *indirect effect* menguji peran kepuasan pelanggan sebagai mediator dalam hubungan kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
---------------	----------	--------	------------

		Responden	(%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	45	45%
	Perempuan	55	55%
Usia	18-25 tahun	30	30%
	26-35 tahun	40	40%
	36-45 tahun	20	20%
	>45 tahun	10	10%
Frekuensi Kunjungan	1-2 kali	35	35%
	3-5 kali	50	50%
	>5 kali	15	15%
Pekerjaan	Mahasiswa	40	40%
	Profesional	35	35%
	Lainnya	25	25%

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel karakteristik responden menggambarkan distribusi demografis dari 100 responden yang terlibat dalam penelitian. Responden terdiri dari 45% laki-laki dan 55% perempuan, dengan kelompok usia terbesar berada pada rentang 26-35 tahun (40%). Frekuensi

kunjungan terbanyak adalah 3-5 kali (50%), yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pengunjung rutin Rumah Makan Surabi 74. Dari segi pekerjaan, sebagian besar responden adalah mahasiswa (40%), diikuti oleh professional.

Tabel 1. Uji Validitas

Dimensi	Item Pertanyaan	Loading Factor	Average Variance Extracted
Kualitas Pelayanan	Layanan yang diberikan di Rumah Makan Surabi 74 selalu sesuai dengan yang dijanjikan.	0.823	0.726
	Staf di Rumah Makan Surabi 74 cepat dalam melayani permintaan saya.	0.836	
	Staf di Rumah Makan Surabi 74 memiliki pengetahuan yang baik tentang menu yang disajikan.	0.852	
	Staf Rumah Makan Surabi 74 memperhatikan kebutuhan pribadi saya.	0.845	
	Fasilitas dan interior di Rumah Makan Surabi 74 bersih dan terawat.	0.827	
Kepuasan Pelanggan	Saya merasa puas dengan kualitas makanan yang disajikan di Rumah Makan Surabi 74.	0.913	0.708
	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh staf di Rumah Makan Surabi 74.	0.926	
	Saya merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas layanan dan makanan di Rumah Makan Surabi 74.	0.891	
	Pengalaman makan saya di Rumah Makan Surabi 74 memenuhi harapan saya.	0.919	
	Saya akan merekomendasikan Rumah Makan	0.887	

Dimensi	Item Pertanyaan	Loading Factor	Average Variance Extracted
Keputusan Berkunjung	Surabi 74 kepada teman dan keluarga.		
	Saya berencana untuk kembali mengunjungi Rumah Makan Surabi 74 dalam waktu dekat.	0.955	0.798
	Rumah Makan Surabi 74 adalah pilihan utama saya saat ingin makan di luar.	0.933	
	Saya akan memilih Rumah Makan Surabi 74 lagi karena pelayanan yang memuaskan.	0.942	
	Saya merasa tertarik untuk mencoba menu lain di Rumah Makan Surabi 74 setelah pengalaman positif sebelumnya.	0.907	
	Keputusan saya untuk mengunjungi Rumah Makan Surabi 74 didasarkan pada pengalaman makan yang sangat baik.	0.916	

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 1 uji validitas menunjukkan hasil pengujian convergent validity dengan menggunakan nilai loading faktor dan *average variance extracted* (AVE). Nilai loading faktor untuk semua indikator lebih besar dari 0.7, yang menandakan bahwa indikator-indikator

tersebut valid untuk mengukur konstruk yang dimaksud. Selain itu, nilai AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari 0.5, yang juga menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut memiliki validitas konvergen yang baik.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability (CR)
Kualitas Pelayanan (X1)	0.914
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0.926
Keputusan Berkunjung (Y2)	0.933

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 2 uji reliabilitas menunjukkan hasil pengujian *composite reliability* (CR) untuk masing-masing konstruk. Semua nilai CR lebih besar dari 0.7, yang menunjukkan bahwa instrumen

pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik, sehingga dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut tanpa adanya masalah konsistensi.

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi

Variabel Dependen	R ²	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0.78	Baik
Keputusan Berkunjung (Y2)	0.82	Sangat Baik

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 3 uji koefisien determinasi (R²) menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R² untuk kepuasan pelanggan adalah 0.78,

yang berarti bahwa 78% variabilitas kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Sementara itu, nilai R² untuk keputusan berkunjung adalah 0.82, yang menunjukkan bahwa model ini

sangat baik dalam menjelaskan variabilitas keputusan berkunjung.

Tabel 4. Direct Effect

Hubungan Variabel	Koefisien Path	T-Statistic	P-Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0.724	6.251	0.000	Signifikan
Kualitas Pelayanan → Keputusan Berkunjung	0.555	4.037	0.000	Signifikan
Kepuasan Pelanggan → Keputusan Berkunjung	0.653	5.800	0.000	Signifikan

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 5 direct effect menunjukkan koefisien jalur untuk hubungan langsung antara variabel. Semua hubungan menunjukkan koefisien positif dan signifikan dengan T-statistic yang lebih besar dari 1.96, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki

pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dan kualitas pelayanan juga mempengaruhi keputusan berkunjung secara langsung.

Tabel 5. Indirect Effect

Hubungan Variabel	Koefisien Path	T-Statistic	P-Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan → Keputusan Berkunjung	0.477	4.298	0.000	Signifikan

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 5 indirect effect menunjukkan pengaruh tidak langsung dari kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator. Koefisien path sebesar 0.47 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung, dengan T-statistic yang lebih besar dari 1.96, menandakan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Surabi 74 Larangan karena

pelayanan yang baik menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Aspek seperti kecepatan pelayanan, keramahan, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi positif terhadap restoran tersebut. Ketika pelanggan merasa dilayani dengan baik dan memenuhi ekspektasi mereka, mereka cenderung merasa puas dan lebih mungkin untuk kembali atau merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi rumah makan.

Penelitian terdahulu yang sejalan dengan penelitian ini adalah Muhamad Worotikan et al. (2021) yang

menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, serta perhitungan Uji F yang menunjukkan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel, membuktikan pengaruh kuat antara keduanya. Penelitian lainnya oleh Zaman & Mayvera (2022) juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Rambutan Pekanbaru, dengan hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,089 yang lebih besar dari nilai t tabel.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung

Pada penelitian ini, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Rumah Makan Surabi 74 Larangan karena pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang mendorong mereka untuk kembali atau merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Kecepatan, keramahan, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan menjadi faktor utama yang membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas tempat makan ini. Ketika pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik, mereka cenderung memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih Rumah Makan Surabi 74 sebagai destinasi kuliner favorit.

Penelitian terdahulu yang sejalan dengan topik ini adalah penelitian oleh Hendradewi et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung pada Rumah Makan Ampera 2

Tak Cabang Veteran Bintaro Jakarta Selatan. Penelitian ini mengukur kualitas pelayanan melalui dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang semuanya berkontribusi pada keputusan pelanggan untuk berkunjung kembali. Hasilnya menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan minat kunjung pelanggan. Kemudian Penelitian lainnya oleh Pardede & Sagala (2024) juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali di KanBest Café & Resto Pematang Siantar. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur melalui dimensi yang serupa dan ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Berkunjung

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Rumah Makan Surabi 74 Larangan karena pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman mereka cenderung memiliki niat untuk kembali atau merekomendasikan restoran tersebut kepada orang lain. Kepuasan yang diperoleh dari kualitas makanan, pelayanan, dan suasana restoran menciptakan loyalitas pelanggan, yang memengaruhi keputusan mereka untuk memilih rumah makan ini sebagai tujuan kuliner. Semakin tinggi tingkat kepuasan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk berkunjung kembali, sehingga kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kunjungan ulang di Rumah Makan Surabi 74 Larangan.

Mukuan et al. (2023) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan di Rumah Makan Maji Ayam Geprek Cabang Jalan Bethesda Sario

yang mengindikasikan bahwa pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan dan kualitas makanan cenderung memiliki niat untuk kembali. Penelitian lainnya oleh Lestari & Safitri (2025) juga membuktikan bahwa variasi menu dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di ER Coffee Pekanbaru yang pada gilirannya meningkatkan keputusan berkunjung kembali.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan mendorong keputusan berkunjung di Rumah Makan Surabi 74 Larangan terutama karena efeknya yang kuat terhadap kepuasan pelanggan: ketika reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terpenuhi ($\text{ekspektasi} \geq \text{realita}$), terjadi konfirmasi positif (*expectancy-disconfirmation*) yang menaikkan persepsi nilai dan emosi positif; kepuasan ini lalu memicu niat perilaku berupa memilih, kembali berkunjung, dan merekomendasikan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan bertindak sebagai “pemicu” (*stimulus*), kepuasan sebagai “mesin pengubah” (*organism*), dan keputusan berkunjung sebagai “keluaran” (*response*). Semakin konsisten pelayanan cepat, ramah, akurat, dan nyaman, semakin tinggi kepuasan; semakin tinggi kepuasan, semakin kuat keputusan untuk berkunjung (dan ulang-kunjung).

Penelitian yang sejalan dengan penelitian ini adalah Salsabila (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali, serta pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan terbukti signifikan, artinya kepuasan memediasi hubungan kualitas layanan dengan keputusan perilaku berkunjung (*revisit*) di konteks rumah makan. Sementara Pratama &

Wikaningtyas (2023) menegaskan bahwa kualitas layanan (bersama kualitas makanan) meningkatkan kepuasan pelanggan, dan kepuasan tersebut secara signifikan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap niat berkunjung kembali; dengan demikian, keputusan berkunjung terbentuk melalui jalur kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung melalui kepuasan pelanggan di restoran tradisional/rumah makan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan berkunjung di Rumah Makan Surabi 74 Larangan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui peran mediasi kepuasan. Seluruh indikator konstruk memenuhi kriteria validitas konvergen ($\text{loading} > 0,70$; $\text{AVE} > 0,50$) dan reliabilitas ($\text{CR} > 0,70$), sedangkan model struktural memiliki daya jelaskan yang kuat ($R^2 \text{ kepuasan} = 0,78$; $R^2 \text{ keputusan berkunjung} = 0,82$). Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten akan meningkatkan kepuasan, yang pada gilirannya memperkuat keputusan berkunjung pelanggan.

Secara praktis, pengelola perlu menstandarkan dimensi layanan utama seperti kecepatan, keramahan dan empati staf, kebersihan lingkungan, serta ketersediaan menu melalui penyusunan SOP yang terukur di setiap titik layanan, pelatihan berkala bagi karyawan (komunikasi, pengetahuan produk, dan penanganan keluhan), serta audit kebersihan harian. Disarankan pula penerapan mekanisme umpan balik pelanggan yang sistematis, pengembangan program loyalitas, dan penguatan komunikasi digital untuk mendorong kunjungan ulang serta rekomendasi. Untuk pengembangan ilmiah, penelitian selanjutnya dapat

memasukkan variabel kualitas makanan, harga, nilai yang dirasakan, dan atmosfer agar gambaran pengalaman pelanggan menjadi lebih komprehensif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada desain potong lintang, ukuran sampel yang moderat dengan teknik non-probability purposive sampling, serta fokus pada satu unit analisis (Surabi 74 Larangan), sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan dengan kehati-hatian. Pengukuran berbasis persepsi responden juga berpotensi menimbulkan bias metode umum. Penelitian mendatang disarankan menggunakan desain longitudinal atau eksperimental, teknik sampling probabilitas lintas lokasi, dan mengevaluasi daya prediksi model secara out-of-sample, sehingga validitas eksternal dan kekuatan inferensi kausal dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andar, A. H., Dirgantara, I. M. B., & Nurdianasari, R. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Harga, Lokasi Dan Lingkungan, Serta Kualitas Layanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji Lokal Rocket Chicken. *Diponegoro Journal of Management*, 13(3), 1-12.
- Felix, A., Salim, S. J., Karsten, J. M., Handoko, H., Anlovsky, A., & Daniel. (2024). Pemanfaatan Teknologi Layanan Fine Dining untuk Meningkatkan Customer Experience dan Influence Satisfaction: Utilization of Fine Dining Service Technology to Improve Customer Experience and Influence Satisfaction. (2023). *Technomedia Journal*, 8(3 Februari), 420-433. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i3.2170>
- Hardianti, R., Hayat, N., & Ramadhan, R. A. (2025). Pengaruh Variasi Menu, Suasana Cafe Dan Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Fatma Lakey Dompu. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 8(2), 625-636. DOI: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v8i2.9927>
- Hendradewi, S., Sukma, B. E., & Achmadi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung ke Rumah Makan Payakumbuh Veteran Bintaro. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(2), 814-824. DOI: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v7i2.7697>
- Jelanu, Y. E., & Ayu, S. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Velvet Hotel Gunawangsa Merr. *Jurnal AKTUAL*, 21(1). DOI:10.47232/aktual.v21i1.289
- Latifah, R. N., Rahmawati, E. D. ., & Muftiyanto, T. N. . (2025). Hubungan Kualitas Makanan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan XX. *Journal of Economics and Economic Education*, 2(1), 52–60. <https://doi.org/10.59066/jee.v2i1.1442>
- Lestari, R. K., & Safitri, S. (2025). Pengaruh Variasi Menu Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Er Coffee Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 11(2):569-577. DOI:10.35446/dayasaing.v11i2.2185
- Mandasari, V., & Tama, B. A. (2011). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining:

-
- Studi Kasus XYZ. *Jurnal Generic*, 6(1), 25-28.
- Masriya, S. S., & Chaerudin. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Cafe Terhadap Keputusan Pembelian Rai Raka Cafe di Kabupaten Karawang. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 233-245.
<https://doi.org/10.33369/insight.17.2.233-245>
- Mukuan, K. D., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. A. (2023). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Rumah Makan Maji Ayam Geprek Cabang Jalan Bethesda Sario. *Jurnal EMBA*, 11(4), 642-652.
- Pardede, T. S. P., & Sagala, E. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lingkungan Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Pada Kanbest Café & Resto Pematang Siantar). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(4), 2353-2369.
<https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23595>
- Pranadewi, P. M. A., Dewi, I. G. A. M., Amir, F. L., & Pradana, G. Y. K. (2025). Kenyamanan Fasilitas Memediasi Kualitas Makanan dan Suasana Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sektor Pariwisata Bandung: Studi Kasus di Kawasan Wisata Punclut. *Inovasi: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(2), 127-146.
DOI: <https://doi.org/10.55606/inovasi.v4i2.4017>
- Pratama, F., & Wikaningtyas, S. U. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Lingkungan Fisik Sebagai Variabel Mediasi Study Kasus Bale Ayu Resto Giwangan Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)*, 8(1), 1-6. DOI: <https://doi.org/10.37600/ek&bi.v8i1.1891>
- Pratamaputra, D., & Keni, K. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesetiaan Pelanggan Restoran Cepat Saji Di Jakarta: Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 114-128.
DOI:10.24912/jmie.v8i1.29103
- Salsabila, N. K. (2023). The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Repurchase Intention of Alami Restaurant & Catering Service with Customer Satisfaction as an Intervening Variable. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 3(1), 30-51.
DOI:10.37715/rmbe.v3i1.3930
- Saraswati, M. M., Wirawan, P. E., Lestari, S. A., Laurence, C., Pramesti, P. M. and Jebarut, F. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Denpasar. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 13(2), 111–118. DOI: [10.22334/jihm.v13i2.248](https://doi.org/10.22334/jihm.v13i2.248)
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318-2332.
- Syahputri, W., & Sugiyanto. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Makanan, Harga, dan Lingkungan terhadap Loyalitas melalui
-

- Kepuasan di Restoran Padang Cahaya Delima. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 7(2), 418. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v7i2.5075>
- Utami, I. A. S., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 1984-2022.
- Worotikan, A. L., Massie, J. D. D., & Tawas, H. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Eonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1277-1285. DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35512>
- Zaman, D., & Mayvera, K. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Rambutan. *Sains Akuntansi dan Keuangan*, 1(4), 198-207.