

**PENGARUH SARANA PRASARANA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KUALITAS PRODUK DAN
AKSESIBILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI RUMAH MAKAN
PONDOK RUMBIA SULAWESI**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**

Oleh :

Meista Bambang Wahyu Saputri

22302081052



PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2026

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sarana prasarana dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dengan kualitas produk dan aksesibilitas sebagai variabel moderasi pada Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori (*explanatory research*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Rumah Makan dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode *accidental sampling*.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian dianalisis menggunakan SEM (STRUCTURAL EQUATION MODEL) dengan pendekatan Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sarana prasarana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas produk terbukti mampu memoderasi pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan pelanggan, dan aksesibilitas mampu memoderasi pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor fisik dan spasial, tetapi juga diperkuat oleh kualitas produk dan kemudahan akses yang dirasakan pelanggan. Oleh karena itu, pengelola usaha kuliner perlu memperhatikan integrasi antara kualitas fasilitas, produk, dan aksesibilitas dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Rekomendasi bagi peneliti selanjutnya adalah memperluas objek penelitian pada berbagai jenis usaha kuliner atau wilayah yang berbeda, menambahkan variabel lain seperti loyalitas pelanggan, citra merek, atau pengalaman pelanggan, serta menggunakan metode sampling probabilitas atau pendekatan longitudinal untuk memperoleh hasil yang lebih generalizable dan komprehensif.

Kata kunci: sarana prasarana, lokasi, kualitas produk, aksesibilitas, kepuasan pelanggan.

Abstract

This study aims to analyze the effect of facilities and infrastructure as well as location on customer satisfaction, with product quality and accessibility serving as moderating variables at Pondok Rumbia Restaurant, Sulawesi. This research employs a quantitative method with an explanatory research approach. The population of this study consists of all restaurant customers, with a total sample of 100 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling through the accidental sampling method.

Data were collected through the distribution of questionnaires to respondents and analyzed using the Partial Least Squares (PLS) approach. The results indicate that facilities and infrastructure have a positive and significant effect on customer satisfaction, while location does not have a significant effect on customer satisfaction. Furthermore, product quality is proven to moderate the effect of facilities and infrastructure on customer satisfaction, and accessibility moderates the effect of location on customer satisfaction.

The findings of this study demonstrate that customer satisfaction is not only influenced by physical and spatial factors but is also strengthened by product quality and perceived ease of access. Therefore, culinary business managers should pay attention to the integration of facility quality, product quality, and accessibility in order to enhance customer satisfaction.

Recommendations for future research include expanding the research object to various types of culinary businesses or different regions, incorporating additional variables such as customer loyalty, brand image, or customer experience, and applying probability sampling methods or a longitudinal approach to obtain more generalizable and comprehensive findings.

Keywords: facilities and infrastructure, location, product quality, accessibility, customer satisfaction.

BAB 1

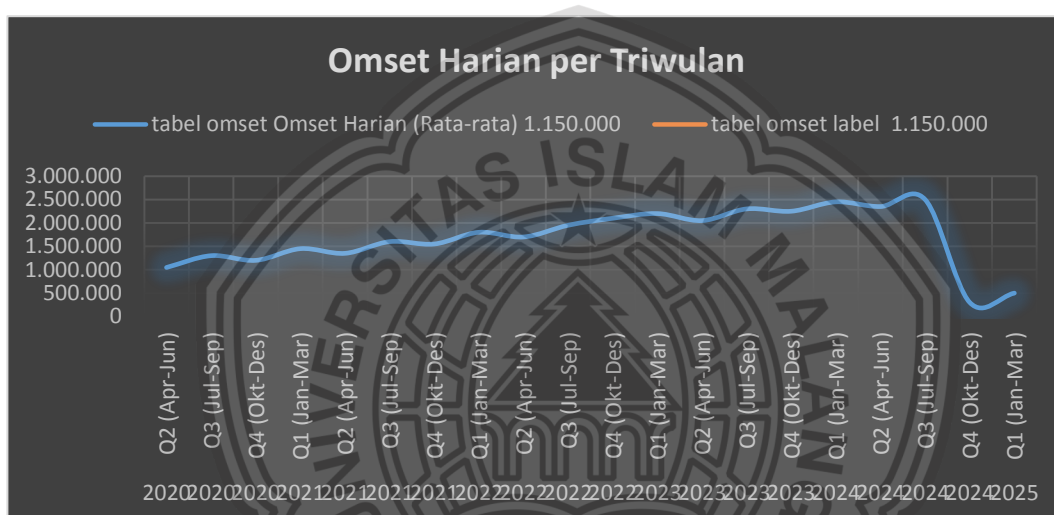
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam persaingan industri kuliner yang semakin kompleks, khususnya di tengah pergeseran perilaku konsumen dan selera generasi muda, pelaku usaha rumah makan dituntut untuk tidak hanya menyajikan cita rasa yang khas, tetapi juga menciptakan pengalaman makan yang menarik. Rumah makan dengan sajian khas daerah, seperti kuliner Bugis di Sulawesi, memiliki nilai diferensiasi yang tinggi, namun juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan. Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator utama keberhasilan suatu usaha jasa, karena berpengaruh langsung terhadap loyalitas dan keberlangsungan usaha tersebut.

Secara teoritis, kepuasan pelanggan dijelaskan melalui *Expectation Confirmation Theory* yang dikemukakan oleh Oliver (1980), yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk ketika kinerja yang dirasakan pelanggan sesuai atau melebihi harapan awal. Dalam konteks usaha rumah makan, kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh sarana prasarana dan lokasi sebagai bagian dari pengalaman layanan secara keseluruhan. Bitner (1992) melalui konsep *servicescape* menegaskan bahwa lingkungan fisik, seperti tata ruang, kenyamanan, dan kondisi fasilitas, berperan penting dalam membentuk respon kognitif dan afektif pelanggan. Sementara itu, Kotler & Keller (2016)

menyatakan bahwa lokasi usaha menentukan kemudahan akses dan visibilitas, yang secara langsung memengaruhi keputusan berkunjung dan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, secara konseptual dan empiris, sarana prasarana dan lokasi memiliki hubungan kausal yang kuat terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini.



Gambar 1. 1 Omset Harian Rumah Makan Pondok Rumbia

Pemilihan Rumah Makan Pondok Rumbia sebagai objek penelitian didasarkan pada kondisi empiris yang terukur dan relevan secara akademik. Berdasarkan rekapitulasi keuangan internal rumah makan dalam tiga bulan terakhir, diketahui bahwa terjadi penurunan omzet harian yang cukup signifikan. Sebelumnya, rata-rata omzet harian Pondok Rumbia berada pada kisaran Rp500.000 hingga Rp1.000.000 per hari, namun dalam tiga bulan terakhir mengalami penurunan menjadi sekitar Rp300.000 per hari. Penurunan omzet ini mencerminkan berkurangnya intensitas kunjungan dan potensi menurunnya tingkat kepuasan

pelanggan, mengingat omzet rumah makan sangat bergantung pada volume kunjungan dan pembelian konsumen. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan pengalaman yang dirasakan, khususnya terkait aspek sarana prasarana dan lokasi usaha. Oleh karena itu, Rumah Makan Pondok Rumbia dipandang sebagai objek penelitian yang relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara lebih mendalam, terutama dalam konteks usaha kuliner khas daerah yang menghadapi tantangan persaingan dan perubahan preferensi konsumen. Salah satu faktor utama yang diduga berkontribusi adalah kondisi sarana prasarana rumah makan yang belum memadai. Area dapur yang kurang representatif tidak hanya menghambat operasional, tetapi juga menurunkan nilai estetika dan kenyamanan, terutama bagi pelanggan dari kalangan Generasi Z yang memiliki ekspektasi lebih tinggi terhadap lingkungan yang cozy dan hangat.

Perubahan karakteristik konsumen, khususnya dari kalangan Generasi Z, turut mempengaruhi pola penilaian terhadap kepuasan dalam memilih rumah makan. Generasi Z tidak hanya mempertimbangkan kelezatan makanan, tetapi juga memperhatikan aspek visual, suasana, dan pengalaman yang dapat dibagikan melalui media sosial. Namun, Rumah Makan Pondok Rumbia yang berada di kawasan pedesaan masih mengusung konsep bangunan sederhana dan lebih berfokus pada cita rasa makanan, sehingga aspek visual dan spot foto yang bersifat

instagramable belum menjadi prioritas utama. Kondisi ini berpotensi menciptakan kesenjangan antara ekspektasi Generasi Z terhadap suasana makan yang estetik dan pengalaman aktual yang dirasakan di lokasi. Ketidaksesuaian tersebut dapat memengaruhi persepsi nilai dan tingkat kepuasan pengunjung, terutama dari segmen pelanggan muda, meskipun kualitas rasa makanan yang disajikan tetap unggul.

Selain itu, desain ruang makan yang terbuka menyebabkan suasana terasa panas dan kurang nyaman, terutama saat siang hari. Penelitian terbaru Han dkk (2018) menegaskan bahwa *servicescape* (lingkungan fisik tempat layanan) termasuk faktor *ambient* seperti suhu, sirkulasi udara, pencahayaan, serta tata letak ruang sangat memengaruhi persepsi kognitif dan afektif pelanggan serta perilaku berkunjung, keterlibatan, dan niat merekomendasikan fasilitas. Oleh karena itu, kelemahan pada aspek sarana-prasarana ini menunjukkan betapa pentingnya peran sarana prasarana dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Terdapat faktor lain yang juga menjadi perhatian adalah lokasi Rumah Makan Pondok Rumbia yang dinilai kurang strategis karena berada cukup jauh dari pusat kota dan pusat keramaian. Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), Kotler & Keller (2016) menegaskan bahwa lokasi (*place*) merupakan elemen penting karena kemudahan akses dan visibilitas sangat menentukan potensi kunjungan pelanggan. Lokasi yang tidak strategis dan jauh dari jangkauan membuat calon pelanggan harus

mengeluarkan lebih banyak usaha untuk datang, sehingga menurunkan tingkat kunjungan berulang.

Namun demikian, kualitas produk yang disajikan tetap menjadi salah satu kekuatan utama rumah makan ini. Cita rasa bumbu rempah yang khas serta konsistensi kualitas menu menjadi nilai tambah yang dapat memperkuat hubungan antara sarana prasarana dan kepuasan pelanggan. Menurut Setiawan & Damayanti (2023), kualitas produk yang unggul mampu meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap layanan, bahkan ketika fasilitas yang tersedia belum optimal. Dengan demikian, kualitas produk berpotensi menjadi variabel moderasi yang memperkuat pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan pelanggan.

Di sisi lain, aksesibilitas juga menjadi aspek penting dalam memediasi keterbatasan lokasi Rumah Makan Pondok Rumbia. Aksesibilitas meliputi kemudahan transportasi, ketersediaan rute, waktu tempuh, serta informasi petunjuk arah menuju lokasi; penelitian-penelitian terbaru menunjukkan bahwa persepsi aksesibilitas konsumen secara langsung meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Audistiana, et.al., 2017). Oleh karena itu, meskipun lokasi tidak berada di pusat keramaian, peningkatan aksesibilitas seperti perbaikan rute, penandaan arah, informasi digital, dan ketersediaan parkir dapat mereduksi “biaya” (waktu/energi) yang harus dikeluarkan pelanggan dan memperkuat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan, sehingga aksesibilitas berperan sebagai variabel moderasi yang memperlemah efek negatif lokasi yang kurang strategis.

Secara akademik, penelitian mengenai kepuasan pelanggan di sektor rumah makan memang telah banyak dilakukan. Namun, kajian yang secara simultan meneliti pengaruh sarana prasarana dan lokasi dengan mempertimbangkan kualitas produk dan aksesibilitas sebagai variabel moderasi, khususnya dalam konteks rumah makan khas daerah seperti di Sulawesi, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menjawab permasalahan praktis yang dihadapi oleh Rumah Makan Pondok Rumbia, tetapi juga memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan literatur di bidang pemasaran jasa dan perilaku konsumen.

Selain itu, upaya pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Pondok Rumbia juga terlihat dari adanya inovasi pada variasi menu yang ditawarkan, salah satunya dengan menghadirkan menu baru seperti dimsum yang dapat menjangkau preferensi konsumen yang lebih beragam. Inovasi menu tersebut menjadi nilai tambah tersendiri bagi rumah makan, terlebih dengan mempertimbangkan bahwa tingkat persaingan usaha kuliner di sekitar lokasi usaha relatif masih terbatas. Kondisi ini memberikan peluang bagi Rumah Makan Pondok Rumbia untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan pelanggan melalui kombinasi antara penyediaan fasilitas yang memadai, lokasi yang mudah dijangkau, serta kualitas produk yang terus dikembangkan.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus untuk mengkaji pengaruh sarana prasarana dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, serta

mengeksplorasi peran kualitas produk dan aksesibilitas sebagai variabel moderasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan rekomendasi strategis bagi pengelola rumah makan dalam mengembangkan usaha kuliner khas daerah secara lebih adaptif dan berdaya saing sesuai dengan perkembangan zaman.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, kepuasan pelanggan rumah makan Pondok Rumbia dipengaruhi oleh sarana prasarana dan lokasi yang strategis dengan didukung varian produk baru sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah sarana prasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Pondok Rumbia?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Pondok Rumbia?
3. Apakah kualitas produk memoderasi hubungan antara sarana prasarana terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Pondok Rumbia?
4. Apakah aksesibilitas memoderasi hubungan antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Pondok Rumbia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan. Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi.
2. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi.
3. Menganalisis kualitas produk memoderasi pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan konsumen.
4. Menganalisis aksesibilitas memoderasi pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis
 - a. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori pemasaran, khususnya dalam kajian bauran pemasaran (4P) dan perilaku konsumen.
 - b. Memperkaya literatur tentang peran variabel moderasi (varian produk) dalam hubungan antara faktor fisik usaha (sarana prasarana dan lokasi) terhadap kepuasan pelanggan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan informasi bagi pengelola Rumah Makan Pondok Rumbia dalam merumuskan strategi peningkatan layanan dan daya tarik usaha, khususnya melalui pengembangan fasilitas, pemilihan lokasi, dan diversifikasi menu.

- b. Menjadi dasar pengambilan keputusan dalam memperbaiki kualitas pelayanan, meningkatkan kepuasan konsumen, dan mendorong loyalitas konsumen secara berkelanjutan.

3. Manfaat Akademis

Menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, atau akademisi yang ingin mengangkat topik serupa, terutama dalam bidang manajemen pemasaran atau usaha kuliner lokal.



BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis langsung dan tidak langsung yang sebelumnya telah disajikan dalam tabel 4.15 akan dijelaskan lebih lanjut dalam sub-sub bab berikut

5.1.1 Pengaruh Sarana Prasarana terhadap Kepuasan Konsumen (H1)

Berdasarkan hasil pengujian statistik pada tabel hasil uji hipotesis, diketahui bahwa sarana prasarana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,240, nilai *t-statistic* sebesar 3,042, serta *p-value* sebesar 0,001 ($< 0,05$). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik sarana prasarana yang disediakan oleh Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dinyatakan diterima.

Secara empiris, temuan ini diperkuat oleh hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel sarana prasarana yang menunjukkan dominasi penilaian positif. Mayoritas responden menyatakan setuju bahwa fasilitas yang disediakan, seperti kenyamanan tempat duduk, kebersihan area makan, kerapian tata ruang, serta kelengkapan fasilitas pendukung, telah memberikan kenyamanan selama berada di rumah makan. Selain itu, karakteristik responden yang sebagian besar berada pada usia produktif dan memiliki frekuensi kunjungan lebih dari satu kali menunjukkan bahwa

sarana prasarana menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan mereka. Kondisi ini mencerminkan bahwa konsumen tidak hanya berorientasi pada kualitas makanan, tetapi juga pada lingkungan fisik sebagai bagian dari pengalaman konsumsi secara keseluruhan.

Secara teoretis, hasil penelitian ini sejalan dengan konsep kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Tjiptono (2019), yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan respons emosional konsumen yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Dalam konteks jasa, sarana prasarana merupakan bagian dari *physical evidence* yang berperan penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Fasilitas fisik yang nyaman, bersih, dan tertata dengan baik akan meningkatkan persepsi nilai dan kenyamanan konsumen, sehingga mendorong terciptanya kepuasan.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh pendapat Lupiyoadi (2018) yang menyatakan bahwa sarana prasarana merupakan elemen penting dalam pemasaran jasa karena dapat menciptakan rasa aman, nyaman, dan kepercayaan bagi konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri dan Handayani (2020) yang menemukan bahwa sarana prasarana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kuliner. Penelitian lain oleh Ramadhan dkk. (2021) juga menunjukkan bahwa kualitas fasilitas fisik berkontribusi besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya pada sektor jasa makanan dan minuman.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sarana prasarana memiliki peran strategis dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi. Penyediaan fasilitas yang memadai, nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen terbukti mampu meningkatkan pengalaman makan secara menyeluruh. Oleh karena itu, pengelola rumah makan perlu mempertahankan serta terus meningkatkan kualitas sarana prasarana sebagai upaya untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

5.1.2 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (H2)

Berdasarkan hasil pengujian statistik, diketahui bahwa lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,064, nilai *t-statistic* sebesar 0,638, serta *p-value* sebesar 0,262 ($> 0,05$). Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini dinyatakan ditolak.

Secara empiris, hasil ini menunjukkan bahwa lokasi Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi bukan merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen. Meskipun hasil distribusi frekuensi menunjukkan bahwa responden menilai aspek lokasi dalam kategori baik terutama pada indikator keamanan lingkungan dan kemudahan akses namun faktor tersebut belum cukup kuat untuk secara langsung meningkatkan kepuasan konsumen. Kondisi ini mengindikasikan bahwa konsumen tetap merasa puas meskipun lokasi bukan berada pada

posisi yang sangat strategis, selama faktor-faktor lain yang lebih dominan telah terpenuhi.

Ditinjau dari karakteristik responden, mayoritas konsumen berada pada usia produktif dan memiliki tingkat mobilitas yang cukup tinggi. Selain itu, perkembangan teknologi transportasi dan kemudahan akses informasi digital, seperti penggunaan aplikasi peta daring dan layanan ojek online, memungkinkan konsumen untuk menjangkau lokasi rumah makan dengan relatif mudah. Hal ini menyebabkan faktor lokasi menjadi kurang krusial dalam membentuk kepuasan, karena hambatan jarak dan akses fisik dapat diminimalkan melalui dukungan teknologi.

Secara teoretis, hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan dengan pandangan Sulistiono (2010) yang menyatakan bahwa lokasi memiliki kekuatan untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu strategi bisnis. Namun demikian, perbedaan temuan ini tidak menunjukkan kelemahan penelitian, melainkan mencerminkan adanya kontekstualitas dalam perilaku konsumen. Dalam konteks usaha kuliner lokal seperti Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi, kepuasan konsumen tampaknya lebih dipengaruhi oleh faktor pengalaman langsung, seperti kenyamanan fasilitas, kualitas produk, dan kemudahan akses, dibandingkan dengan faktor lokasi semata.

Hasil penelitian ini juga tidak sepenuhnya sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andini et al. (2022) serta Sutarjo et al. (2024) yang menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan objek penelitian, karakteristik responden, serta kondisi lingkungan bisnis yang diteliti. Lokasi pada penelitian terdahulu berada pada kawasan dengan tingkat persaingan tinggi dan ketergantungan besar terhadap arus lalu lintas konsumen, sedangkan Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi lebih mengandalkan pelanggan tetap dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

Dengan demikian, temuan ini dapat dipandang sebagai penemuan empiris baru yang menunjukkan bahwa lokasi tidak selalu menjadi determinan utama kepuasan konsumen, khususnya pada usaha kuliner yang telah memiliki kualitas produk dan sarana prasarana yang baik. Oleh karena itu, pengelola Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi disarankan untuk tidak hanya berfokus pada aspek lokasi, tetapi lebih memprioritaskan peningkatan kualitas internal yang secara langsung dirasakan oleh konsumen dalam menciptakan kepuasan.

5.1.3 Peran Kualitas Produk dalam Memoderasi Pengaruh Sarana Prasarana terhadap Kepuasan Pelanggan (H3)

Berdasarkan hasil pengujian statistik, diperoleh bahwa kualitas produk mampu memoderasi pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,118, nilai *t-statistic* sebesar 2,269, serta *p-value* sebesar 0,012 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan pelanggan menjadi lebih kuat ketika didukung oleh kualitas produk yang baik. Artinya, keberadaan fasilitas yang memadai seperti kebersihan, kelengkapan sarana, serta kenyamanan lingkungan rumah makan akan memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap kepuasan pelanggan apabila kualitas produk khususnya rasa dan penyajian makanan dirasakan tinggi oleh konsumen.

Secara empiris, temuan ini diperkuat oleh hasil distribusi frekuensi pada variabel kualitas produk, di mana indikator rasa masakan memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Dominasi penilaian positif pada aspek rasa menunjukkan bahwa konsumen Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi menempatkan kualitas produk sebagai pertimbangan utama dalam mengevaluasi pengalaman makan mereka. Dalam kondisi tersebut, sarana prasarana berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat pengalaman konsumsi, bukan sebagai faktor utama yang berdiri sendiri.

Ditinjau dari distribusi frekuensi variabel sarana prasarana, aspek kebersihan memperoleh penilaian paling tinggi dibandingkan indikator lainnya. Namun demikian, beberapa fasilitas pendukung seperti kelengkapan sarana masih dinilai belum sepenuhnya optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun sarana prasarana belum sepenuhnya sempurna, kepuasan pelanggan tetap dapat tercapai karena didukung oleh kualitas produk yang baik. Hal ini menegaskan peran kualitas produk

sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara sarana prasarana dan kepuasan pelanggan.

Secara teoretis, hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi fungsi dan harapan konsumen secara menyeluruh. Ketika kualitas produk mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan, maka kekurangan kecil pada aspek pendukung seperti sarana prasarana cenderung dapat ditoleransi oleh konsumen. Dengan kata lain, kualitas produk berperan sebagai faktor penyeimbang yang memperkuat pengaruh faktor lingkungan fisik terhadap kepuasan.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan empiris dari Fauzi et al. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, serta penelitian Greenwell, Fink, dan Pastore (2015) yang menunjukkan bahwa fasilitas fisik memberikan dampak lebih besar terhadap kepuasan pelanggan ketika didukung oleh kualitas produk inti yang baik. Dengan demikian, penelitian ini memperluas temuan terdahulu dengan menunjukkan bahwa kualitas produk tidak hanya berperan sebagai variabel independen, tetapi juga sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh sarana prasarana terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan faktor kunci yang menentukan efektivitas sarana

prasarana dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Sarana prasarana yang baik akan memberikan nilai tambah yang signifikan apabila didukung oleh kualitas produk yang unggul. Oleh karena itu, pengelola Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi disarankan untuk menjaga konsistensi kualitas rasa dan penyajian makanan, sekaligus melakukan peningkatan bertahap pada sarana prasarana guna menciptakan pengalaman konsumsi yang optimal bagi pelanggan.

5.1.4 Peran Aksesibilitas dalam Memoderasi Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (H4)

Berdasarkan hasil pengujian statistik, diperoleh bahwa aksesibilitas mampu memoderasi pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai *original sample* (O) sebesar 0,135, nilai *t-statistic* sebesar 2,327, serta *p-value* sebesar 0,010 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun lokasi secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun pengaruh lokasi akan menjadi signifikan ketika didukung oleh tingkat aksesibilitas yang baik. Artinya, kemudahan menjangkau lokasi rumah makan menjadi faktor penting yang memperkuat peran lokasi dalam membentuk kepuasan pelanggan. Lokasi yang strategis tidak akan memberikan dampak maksimal apabila tidak diimbangi dengan akses yang mudah, waktu tempuh yang singkat, serta ketersediaan informasi lokasi yang jelas.

Secara empiris, hasil distribusi frekuensi variabel aksesibilitas menunjukkan bahwa indikator jarak menuju Rumah Makan Pondok Rumbia memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Mayoritas responden merasa bahwa lokasi rumah makan relatif dekat dan mudah dijangkau dari tempat tinggal mereka. Selain itu, indikator waktu tempuh dan ketersediaan informasi lokasi seperti Google Maps juga memperoleh penilaian yang baik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa aksesibilitas yang memadai telah membantu pelanggan merasakan kemudahan dalam berkunjung, sehingga memperkuat persepsi positif terhadap lokasi rumah makan.

Sementara itu, hasil distribusi frekuensi variabel lokasi menunjukkan bahwa aspek keamanan lingkungan memperoleh penilaian paling tinggi, sedangkan kelancaran lalu lintas dan ketersediaan transportasi umum memperoleh nilai yang relatif lebih rendah. Temuan ini menjelaskan mengapa lokasi secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena meskipun lokasi dinilai aman, namun faktor pendukung seperti kelancaran akses masih menjadi pertimbangan pelanggan. Dalam kondisi ini, aksesibilitas berperan sebagai variabel yang memperkuat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Secara teoretis, hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Litman (2003) yang menyatakan bahwa aksesibilitas merupakan kemudahan individu dalam menjangkau suatu lokasi, layanan, atau aktivitas yang diinginkan. Aksesibilitas tidak hanya berkaitan dengan jarak fisik, tetapi

juga mencakup waktu tempuh, kemudahan rute, dan ketersediaan informasi. Ketika aksesibilitas tinggi, maka lokasi akan lebih mudah dimanfaatkan oleh konsumen, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Hong Wu et al. (2025) yang menyatakan bahwa aksesibilitas memperkuat pengaruh kualitas internal terhadap kepuasan, serta penelitian Suvittawat (2024) yang menemukan bahwa aksesibilitas fasilitas dan kemudahan transportasi memperkuat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu dan mempertegas bahwa aksesibilitas merupakan faktor kunci dalam memaksimalkan peran lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas berperan penting sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi yang strategis akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kepuasan apabila didukung oleh kemudahan akses, waktu tempuh yang efisien, serta informasi lokasi yang jelas. Oleh karena itu, pengelola Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi disarankan untuk terus meningkatkan aspek aksesibilitas, seperti optimalisasi petunjuk lokasi digital dan pengelolaan akses jalan, agar lokasi yang dimiliki dapat memberikan nilai tambah maksimal bagi kepuasan pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang berlaku, namun demikian masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan pada objek dan lokasi penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek penelitian, yaitu Rumah Makan Pondok Rumbia Sulawesi. Kondisi ini menyebabkan hasil penelitian memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi, karena karakteristik konsumen, lingkungan usaha, serta kondisi operasional rumah makan dapat berbeda dengan rumah makan atau usaha kuliner lainnya di wilayah yang berbeda.

2. Keterbatasan pada variabel penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada sarana prasarana dan lokasi sebagai variabel independen, kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen, serta kualitas produk dan aksesibilitas sebagai variabel moderasi. Sementara itu, masih terdapat variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, kualitas pelayanan, citra merek, suasana (atmosphere), dan pengalaman pelanggan yang belum dimasukkan dalam model penelitian.

3. Keterbatasan metode pengumpulan data

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner dengan skala persepsi responden. Metode ini sangat bergantung pada kejujuran, pemahaman, dan subjektivitas responden dalam menjawab pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu, kemungkinan adanya bias persepsi atau ketidakkonsistenan jawaban tidak dapat dihindari sepenuhnya.

4. Keterbatasan pada karakteristik responden

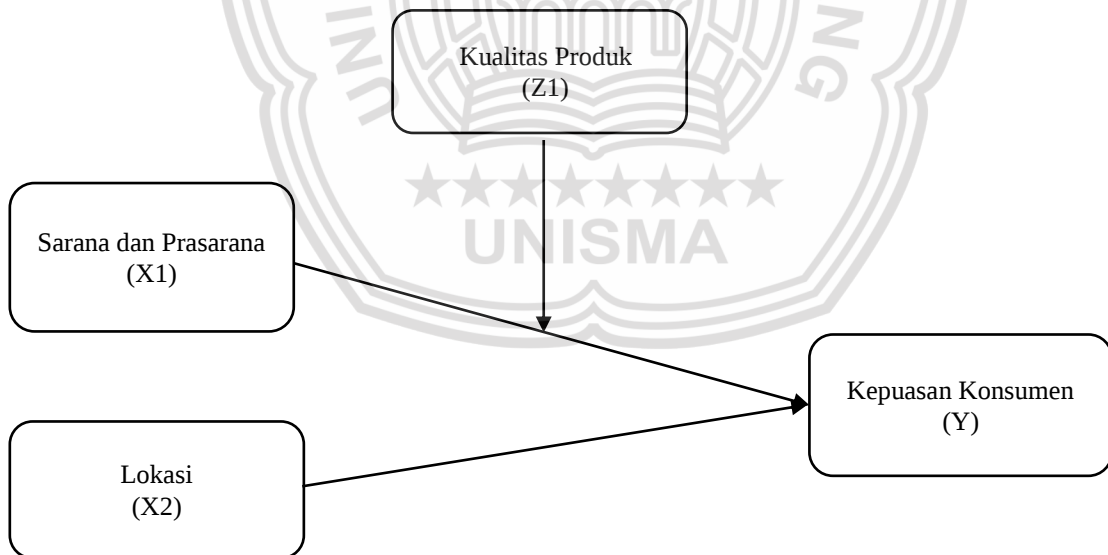
Mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia di atas 20 tahun serta responden dengan tingkat pendidikan SMA hingga perguruan tinggi. Kondisi ini dapat memengaruhi persepsi terhadap sarana prasarana, lokasi, dan kepuasan pelanggan, sehingga hasil penelitian mungkin belum sepenuhnya merepresentasikan persepsi seluruh segmen pelanggan dengan karakteristik yang lebih beragam.

5. Keterbatasan pada pendekatan waktu penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional*, yaitu pengambilan data pada satu periode waktu tertentu. Pendekatan ini belum mampu menangkap perubahan persepsi pelanggan secara dinamis dari waktu ke waktu, terutama jika terjadi perubahan pada kualitas layanan, kondisi sarana prasarana, atau lingkungan sekitar lokasi usaha.

Berdasarkan hasil pengujian model struktural menggunakan SmartPLS, diperoleh temuan bahwa tidak seluruh hubungan antar variabel menunjukkan pengaruh yang signifikan. Oleh karena itu, peneliti menyajikan model struktural terbaru setelah analisis, yang menggambarkan hubungan antar variabel berdasarkan hasil uji statistik. Pada model tersebut terlihat bahwa satu jalur hubungan, yaitu pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan, tidak signifikan, sedangkan jalur lainnya menunjukkan hasil yang signifikan. Penyajian model ini bertujuan untuk memperjelas struktur hubungan antar variabel sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan.

Gambar 5. 1 Kerangka Hasil Penelitian



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J., (2015). *Partial Least Squares (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Andini, R. M., Siregar, M., & Siregar, N. A., (2022). *The Effect of Location, Atmosphere, and Service Quality on Customer Satisfaction at Warkop Gelas Batu (GB) 5 Ahmad Yani Rantauprapat*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 10(2), 112–120.
- Aprizani, R., (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–53.
- Ariella, D., (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Industri Makanan dan Minuman*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 110–118.
- Arikunto, S., (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Audistiana, A., Widiana, M. E., & Negoro, B. K., (2017). *Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Delta Fishing Sidoarjo*. *Jurnal Manajemen Branchmark*, 3(3), 26–38.
- Bitner, M. J., (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71. <https://doi.org/10.1177/002224299205600205>
- Cochran, W. G., (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Fauzi, A., Rahman, M., & Sari, D., (2024). *The Influence of Service Quality, Product Quality, Price Perception and Location on Visitor Satisfaction*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 55–66.
- Ghozali, I., & Latan, H., (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenwell, T. C., Fink, J. S., & Pastore, D. L., (2015). *Assessing the Influence of the Physical Sports Facility on Customer Satisfaction*

within the Context of the Service Experience. *Sport Management Review*, 5(2), 129–148.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M., (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Han, H., Moon, H., & Hyun, S. S., (2018). The Moderating Role of Physical Environment Quality in the Formation of Customer Loyalty in the Luxury Hotel Industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(8), 1014–1027. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1476304>

Handayani, R., (2020). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Surabaya: Global Aksara Press.

Henseler, J., & Fassott, G., (2010). Testing Moderating Effects in PLS Path Models: An Illustration of Available Procedures. In V. Esposito Vinzi, W. W. Chin, J. Henseler, & H. Wang (Eds.), *Handbook of Partial Least Squares* (pp. 713–735). Springer.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M., (2014). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

Hong, W., Zhang, L., & Li, Y., (2025). Moderating Effects of Park Accessibility and External Environment on Park Satisfaction in a Mountainous City. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 45(2), 101–115.

Jurnal IBIK, (2024). *The Impact of Service Quality, Facilities, and Location on Customer Satisfaction*. *Jurnal Ilmu Bisnis dan Komunikasi (IBIK)*, 8(1), 33–42.

Kotler, P., & Keller, K. L., (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Mutia, G., (2023). *The Effect of Service Quality, Facilities and Location on Customer Satisfaction*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 7(2), 87–96.

Setiawan, A., & Damayanti, D., (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 407–420.

Sutarjo, B., Prasetya, D., & Handayani, R., (2024). *The Impact of Service Quality, Facilities, and Location on Customer Satisfaction*. *Jurnal Ilmu Manajemen Modern*, 9(1), 41–53.

Suvittawat, A., (2024). *Exploring Customer Experience Drivers in Night Markets*. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 31(4), 233–247.

Tjiptono, F., (2012). *Pemasaran Strategik (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., (2019). *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: Andi.

