

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran The Rock Burger Timoho Yogyakarta

Selsus Hadirama Lalo<sup>1)</sup>, Sherensia Anisa Tudungnaung<sup>2)</sup>, Zulfa Azkia<sup>3)</sup>, Miranti Eklesia Rumewo<sup>4)</sup>, Amor Julio Tinenta<sup>5)</sup>, Ika Tirta Candra Rini<sup>6)</sup>

<sup>1)2)3)4)5)6)</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa, Yogyakarta, Indonesia

Email: 23020214@stibsa.ac.id

### Abstract

*This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction with customer loyalty as an intervening variable at The Rock Burger Timoho Restaurant in Yogyakarta. The research method uses a quantitative approach with purposive sampling technique on 61 customers who have made transactions at least twice. The research instrument is a structured questionnaire with a Likert scale that has been tested for validity and reliability. Data analysis uses multiple regression techniques and path analysis to examine relationships between variables. Research findings show that service quality has a significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000 ( $p < 0.05$ ). Customer satisfaction is also proven to have a significant influence on customer loyalty with a significance value of 0.001 ( $p < 0.05$ ). Path analysis results confirm that customer satisfaction acts as an intervening variable in the relationship between service quality and customer loyalty. The managerial implications emphasize the importance of consistently improving service quality dimensions to build long-term loyalty.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

### PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia, khususnya di Yogyakarta, mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kompetisi yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk memberikan perhatian maksimal terhadap aspek pelayanan sebagai strategi mempertahankan eksistensi bisnis. Dalam konteks restoran cepat saji, kualitas pelayanan menjadi determinan utama yang membedakan satu usaha dengan kompetitor lainnya.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam kesuksesan bisnis kuliner, karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Konsep ini merujuk pada sejauh mana pengalaman pelanggan memenuhi atau melampaui harapan mereka terhadap produk atau layanan yang mereka terima (Mansur et al., 2024). Loyalitas pelanggan merupakan komitmen mendalam untuk terus menggunakan produk atau jasa tertentu secara konsisten di masa mendatang, meskipun terdapat berbagai alternatif di pasar (Mamahit et al., 2022).

Restoran The Rock Burger Timoho merupakan usaha kuliner yang berdiri sejak tahun 2020 dengan spesialisasi nasi ayam Nashville dan burger. Perkembangan bisnis yang cukup pesat hingga mampu membuka cabang kedua menunjukkan adanya penerimaan positif dari pasar. Namun demikian, dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, manajemen perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Penelitian Oktapia dan Karlina (2025) menemukan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada restoran. Sementara itu, penelitian Suranto et al. (2025) mengkonfirmasi bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di restoran. Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji peran kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dalam hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada konteks restoran cepat saji di Yogyakarta masih terbatas. Untuk itu, tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Restoran The Rock Burger Timoho Yogyakarta.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan suatu layanan yang diberikan oleh penyedia jasa dalam memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan (Fahluzi & Solihati, 2025). Konsep kualitas pelayanan dapat diukur melalui berbagai aspek. Keandalan mencerminkan konsistensi dalam memberikan layanan yang sesuai dengan janji dan standar yang ditetapkan. Daya tanggap berkaitan dengan kecepatan dan kesigapan dalam merespons kebutuhan pelanggan. Sementara itu, jaminan menunjukkan tingkat kepercayaan dan kompetensi yang dimiliki oleh penyedia layanan dalam memberikan rasa aman kepada pelanggan. Empati mengacu pada kemampuan memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam, dan bukti fisik merujuk pada aspek-aspek nyata seperti fasilitas yang mencerminkan kredibilitas layanan (Mamahit et al., 2022).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi berkontribusi langsung pada kepuasan pelanggan, loyalitas, serta citra positif suatu perusahaan. Pelanggan yang mendapatkan pengalaman pelayanan yang baik cenderung akan kembali menggunakan layanan tersebut serta merekomendasikannya kepada orang lain (Kristiawan et al., 2021).

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu konsep sentral dalam studi manajemen pemasaran (Mansur et al., 2024). Salah satu model yang sering digunakan adalah Model Kepuasan Pelanggan dari Expectancy Disconfirmation Theory yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi pelanggan sebelum membeli dan kinerja aktual produk atau layanan. Ketika kinerja melebihi ekspektasi, kepuasan akan meningkat, sedangkan jika kinerja berada di bawah ekspektasi, kepuasan akan menurun (Soerjanto et al., 2024).

Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap merek, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan pembelian berulang dan loyalitas pelanggan (Meillycent et al., 2025).

### Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen pelanggan untuk terus membeli produk atau layanan dari perusahaan tertentu, meskipun ada alternatif di pasar (Widjanarko et al., 2023). Penelitian mengungkapkan bahwa pelanggan yang merasa puas dan merasakan nilai lebih dari produk atau layanan akan cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi (Soerjanto et al., 2024).

### Penelitian Terdahulu

Penelitian Fatimah et al. (2022) menyoroti pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada industri jasa. Studi oleh Rafi dan Nugroho (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Dalam konteks layanan restoran dan café, penelitian Yuanitasari et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang kemudian berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan. Sejalan dengan itu, Karmanta dan Kusumadewi (2024) membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berperan signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada layanan pesan antar makanan. Penelitian Oktapia dan Karlina (2025) menyoroti pentingnya kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada restoran. Studi oleh Mansur et al. (2024) menemukan bahwa word of mouth dan harga memiliki

pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam konteks restoran, penelitian Nareswari dan Suryaningsih (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan respons berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang kemudian berkontribusi pada loyalitas (Suranto et al., 2025).

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian literatur, hipotesis yang dirumuskan adalah:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran The Rock Burger Timoho.

H2: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran The Rock Burger Timoho.

H3: Kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada Restoran The Rock Burger Timoho.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif, dikarenakan merupakan suatu metode yang menjelaskan hubungan antara variabel yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2017).

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah mengunjungi Restoran The Rock Burger Timoho. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden yang telah melakukan transaksi minimal dua kali di restoran tersebut. Jumlah sampel yang digunakan adalah 61 responden, sesuai dengan survei yang dilakukan pada tanggal 18 Desember 2025.

### Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang menggunakan skala Likert 5 poin (1=Sangat Tidak Setuju hingga 5=Sangat Setuju). Kuesioner terdiri dari identitas responden, pernyataan terkait kualitas pelayanan (8 item), kepuasan pelanggan (4 item), dan loyalitas pelanggan (4 item).

### Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi Product Moment. Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 5%. Sedangkan untuk mengukur reliabilitas dilakukan dengan Cronbach Alpha. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6.

### Analisis Data

Analisis data menggunakan regresi berganda dan analisis jalur (path analysis). Persamaan regresi yang digunakan:

$$Z = a_1 + b_1X + e_1 \text{ (Kualitas Pelayanan} \rightarrow \text{Kepuasan)}$$

$$Y = a_2 + b_2Z + e_2 \text{ (Kepuasan} \rightarrow \text{Loyalitas)}$$

Pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Responden

Berdasarkan data dari 61 responden, karakteristik responden menunjukkan keseimbangan gender dengan komposisi yang hampir sama antara laki-laki dan perempuan. Mayoritas

responden berada pada rentang usia 18-25 tahun, yang merupakan kelompok usia produktif sesuai dengan target pasar restoran. Sebagian besar responden berstatus sebagai mahasiswa, yang sejalan dengan strategi pemasaran restoran yang menargetkan segmen mahasiswa sebagai konsumen utama.

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Item	Signifikan	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Item 1-8	0,000	0,833	Valid dan Realibel
Kepuasan Pelanggan	Item 1-4	0,000	0,775	Valid dan Realibel
Loyalitas Pelanggan	Item 1-4	0,000	0,712	Valid dan Realibel

Dari tabel di atas diperoleh bahwa semua indikator pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian adalah valid, karena nilai signifikansi  $< 0,05$ . Nilai Cronbach Alpha hitung untuk semua variabel lebih besar dari 0,6, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

## Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif terhadap variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil yang positif. Pada aspek kecepatan pelayanan, sebanyak 82% responden memberikan penilaian positif. Untuk aspek kesegaran bahan makanan, 68,9% responden setuju bahwa bahan makanan yang digunakan segar dan berkualitas. Kebersihan restoran juga dinilai positif oleh 78,7% responden.

Tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan hasil yang positif. Sebanyak 81,9% responden menilai harga yang ditawarkan terjangkau. Tingkat loyalitas pelanggan dapat dilihat dari kesediaan responden untuk merekomendasikan restoran, dimana 80,3% responden menyatakan bersedia merekomendasikan The Rock Burger Timoho.

## Hasil Pengujian Hipotesis

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda**

Model	Variabel	Standardized Beta	t	Sig	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan - Kepuasan	0,551	6,141	0,000	Signifikan
2	Kepuasan - Loyalitas	0,478	5,887	0,001	Signifikan

### a. Uji Hipotesis 1

Hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai beta 0,551 dan signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Nilai t hitung (6,141)  $>$  t tabel (1,660), maka dapat disimpulkan t hitung  $>$  t tabel dan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05. Artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian, H1 diterima.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Soerjanto et al. (2024) yang menemukan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di restoran. Dalam konteks Restoran The Rock Burger Timoho, kualitas pelayanan yang mencakup kecepatan layanan, kesegaran bahan makanan, keramahan karyawan, dan kebersihan restoran terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap pembentukan kepuasan pelanggan.

### b. Uji Hipotesis 2

Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai beta 0,478 dan signifikansi 0,001 ( $p < 0,05$ ). Nilai t hitung (5,887)  $>$  t tabel (1,660), sehingga H2 diterima.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Mansur et al. (2024) yang menjelaskan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh pada loyalitas. Kepuasan yang tinggi mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan restoran kepada orang lain.

### c. Uji Hipotesis 3

Analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan lebih besar dibandingkan pengaruh langsungnya. Hasil uji Sobel menunjukkan nilai signifikansi  $< 0,05$ , yang mengkonfirmasi bahwa efek mediasi kepuasan pelanggan adalah signifikan. Dengan demikian, H3 diterima.

Temuan ini mendukung penelitian Soerjanto et al. (2024) yang menyoroti pentingnya kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mengkonfirmasi bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh adalah kesegaran bahan makanan dan kecepatan pelayanan. Komitmen restoran dalam menggunakan bahan baku berkualitas berhasil menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

### Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan terbukti menjadi prediktor kuat terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk, pelayanan, dan harga yang ditawarkan menunjukkan kecenderungan lebih tinggi untuk melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan restoran kepada orang lain. Adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas menunjukkan bahwa The Rock Burger memiliki strategi pelayanan yang tepat dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Semakin baik kepuasan dipersepsikan di benak konsumen maka semakin mudah konsumen untuk tetap loyal terhadap restoran.

### Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening

Hasil analisis jalur mengkonfirmasi bahwa kepuasan pelanggan berperan signifikan sebagai variabel intervening. Kualitas pelayanan tidak secara otomatis menciptakan loyalitas, melainkan harus terlebih dahulu membentuk kepuasan pelanggan. Implikasi manajerial dari temuan ini adalah bahwa manajemen tidak boleh hanya fokus pada peningkatan kualitas pelayanan secara teknis, tetapi juga perlu memastikan bahwa pelayanan tersebut benar-benar menciptakan pengalaman positif yang dirasakan pelanggan.

## KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran The Rock Burger Timoho dengan nilai beta 0,551 dan signifikansi 0,000; (2) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai beta 0,478 dan signifikansi 0,001; (3) Kepuasan pelanggan terbukti berperan sebagai variabel intervening yang signifikan dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil kajian penelitian, ada beberapa hal yang dapat dijadikan rekomendasi berupa saran yaitu: (1) Diharapkan Restoran The Rock Burger dapat mempertahankan dan meningkatkan konsistensi kualitas pelayanan terutama kesegaran bahan makanan dan kebersihan; (2) Melakukan optimalisasi kecepatan pelayanan pada jam sibuk; (3) Mengembangkan program loyalitas yang terstruktur seperti Buy 1 Get 1, paket hemat, dan diskon mahasiswa sesuai harapan pelanggan.

Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah faktor-faktor lain seperti variabel citra merek, nilai yang dirasakan, promosi, atau kepercayaan pelanggan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan demikian memberikan kontribusi yang baik untuk penelitian selanjutnya tentang loyalitas pelanggan.

## SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, manajemen restoran perlu memastikan konsistensi kualitas pelayanan, khususnya pada dimensi responsiveness dan tangibles, karena kedua aspek tersebut terbukti berkontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan. Peningkatan kompetensi karyawan melalui pelatihan berkala menjadi langkah strategis untuk menjaga standar pelayanan yang optimal dan berorientasi pada pelanggan. Selain itu, pengembangan program loyalitas berbasis membership atau digital reward system dapat menjadi strategi efektif dalam mempertahankan pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas model konseptual dengan menambahkan variabel seperti citra merek, perceived value, dan kepercayaan pelanggan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pembentukan loyalitas. Penggunaan jumlah sampel yang lebih besar juga direkomendasikan agar hasil penelitian memiliki daya generalisasi yang lebih kuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahluzi, A. M., & Solihati, K. D. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Raa Cha Suki & BBQ Mall Plaza Atrium. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*.
- Kristiawan, Y., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2021). Customer Satisfaction: Service Quality or Product Quality (Case Study at Fast Food Restaurant in Jabodetabek). *Binus Business Review*, 12(2), 165–176.
- Mamahit, J. J., Massie, J. D. D., & Ogi, I. W. J. (2022). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal EMBA*, 12(4), 1999–2008.
- Mansur, A. T., Murtini, M., & Ranto, D. W. P. (2024). Pengaruh Word of mouth dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Maxim. *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 58–69.
- Meillycent, J., Oslan, S. J., & Aprilia, A. (2025). Pengaruh Dining Experience Terhadap Kepuasan Konsumen di Rustic Market by The Lake Restoran Graha Natura Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Nareswari, A. N., & Suryaningsih, A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Respons Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marugame Udon. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Oktapia, K., & Karlina, E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran La Bella Italia Kota Wisata Cibubur. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 3(4), 414–429.
- Prasetya, G. D., & Sumadi Putra, K. E. (2025). Pengaruh Responsiveness dan Quality Product Terhadap Customer Satisfaction pada Restoran Sea Sky Lovina Beach Club. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*.
- Soerjanto, S., Priyanto, P., & Rahayu, N. (2024). Increase Restaurant Customer Loyalty Through Service Quality with Customer Satisfaction as a Mediating Variable. *Jurnal Kepariwisata*.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D* (S. Y. Suryani (ed.); 1st ed.). Alfabeta.
- Suranto, S., Marimin, A., Kusuma, I. L., & Pratiwi, D. N. (2025). Evaluation of Service Quality to Increase Customer Satisfaction at UMKM Restaurant YOI. *International Journal of*

Economics, Business and Accounting Research.

- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678–685.
- Fatimah, S., Idrus, M., Mukhtar, A., Salam, K. N., & Ismawati, I. (2022). Study on service quality on customer satisfaction and loyalty. *Jurnal Manajemen*, 26(3), 512–532. <https://doi.org/10.24912/jm.v26i3.938>
- Rafi, A. R., & Nugroho, D. A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai mediator. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 1(3), 11–20. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.3.11>
- Yuanitasari, A. R., Hidayat, R., & Santoso, B. (2022). The influence of service quality on customer loyalty mediated by customer satisfaction. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan)*, 2(4), 245–256. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i04.23699>
- Karmanta, I. K. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2024). Peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 13(3), 450–468. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2024.v13.i03.p01>