

**JURNAL**

**Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan dan Lingkungan Fisik terhadap Kinerja  
Perusahaan di Chicken Crush Yogyakarta**



Oleh:

Nama : Sela Fitta Merdeka

Nomor Mahasiswa : 15311172

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

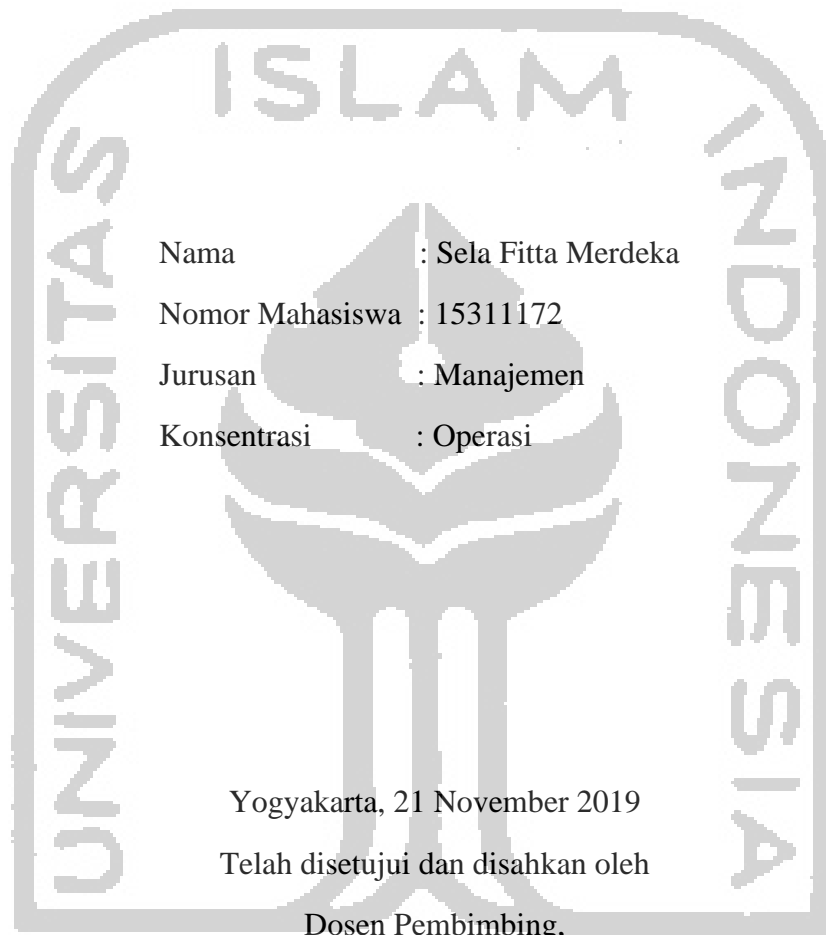
**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

## HALAMAN PENGESAHAN JURNAL

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS MAKANAN DAN LINGKUNGAN FISIK  
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DI CHICKEN CRUSH YOGYAKARTA



Dra.Siti Nurul Ngaini, M.M.

# **Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kinerja Perusahaan Di Chicken Crush Yogyakarta**

**Sela Fitta Merdeka**  
**Universitas Islam Indonesia**  
merdekasela@gmail.com

## **ABSTRAK**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik terhadap kinerja perusahaan di Chicken Crush Yogyakarta. Sampel dari penelitian ini sebanyak 96 orang dengan menggunakan *purposive sampling* terdiri dari beberapa responden yang memiliki latarbelakang pekerjaan yang beragam. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer serta menyebarkan kuesioner dan menganalisisnya dengan uji t, uji F, analisis regresi linier. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, dan lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

**Kata kunci** – *Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Lingkungan Fisik dan Kinerja perusahaan.*

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, food quality and physical environment on company performance in Chicken Crush Yogyakarta. The sample of this study were 96 people using purposive sampling consisting of several respondents who have diverse work backgrounds. This type of research is quantitative research. Data collection methods used in this study using primary data and distributing questionnaires and analyzing them by t test, F test, linear regression analysis. The results of this study found that service quality has a positive effect on company performance, food quality has a positive effect on company performance, and the physical environment has a positive effect on company performance.

**Keywords** - *Service Quality, Food Quality, Physical Environment and Company Performance.*

## PENDAHULUAN

Bisnis Restoran adalah bisnis yang selalu mengutamakan kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Sama seperti perusahaan-perusahaan jasa lainnya. Di dalam perusahaan jasa seperti Restoran, pelanggan dan karyawan harus berinteraksi untuk dapat menciptakan jasa. Hal inilah yang menyebabkan pelanggan menjadikan interaksi sosial dengan karyawan sebagai suatu pertimbangan dalam menilai suatu perusahaan jasa. Manajemen operasional menjadi komponen penting dalam perusahaan jasa. Manajemen operasi sebagai proses yang secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan (**Atmaja, 2017**).

Kinerja perusahaan merupakan salah tujuan dari setiap perusahaan, untuk memenuhi kebutuhan konsumen perusahaan bekerja keras menciptakan strategi yang jitu agar produknya mampu memberikan kepuasan serta mampu bersaing di pasar. Dengan memberikan nilai tambah bagi perusahaan di mana produk yang di tawarkan ternyata mampu bersaing di pasar dan perusahaan juga mendapatkan keuntungan. Keuntungan tersebut membawa usaha lebih luas dari hari ke hari, dengan menciptakan produk baru yang menarik dan unik membuat konsumen loyal (**Ransulangi, Mandey, & Tumbuan, 2015**).

Industri restoran, khususnya, adalah salah satu industri yang memadukan produk dan layanan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kinerja perusahaan yang baik. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Faktor yang dianggap mempengaruhi dalam meningkatkan kinerja restoran adalah kualitas layanan, kualitas makanan dan kualitas lingkungan fisik. Kualitas pelayanan harus di fungsikan secara baik dan sesuai prosedur untuk membentuk persepsi pelanggan terhadap rumah makan yang mereka kunjungi. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang di dapatkan oleh konsumen sehingga konsumen dapat memberikan penilaian tentang pelayanan yang mereka dapatkan di suatu rumah makan. Kualitas tidak hanya terdapat pada produk atau jasa saja, melainkan dalam produk makanan juga terdapat kualitas. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Menurut **Fiani & Edwin (2012)**, kualitas makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga.

Lingkungan fisik (*servicescape*) yang sengaja dibuat memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen pada lingkungan jasa. Berbagai faktor yang dapat berhubungan dengan lingkungan fisik (*servicescape*) antara lain seperti gedung, perabotan, interior, pencahayaan, warna, dekor, karyawan dan sebagainya. **Hightower & Shariat (2009)** menyebutkan bahwa layanan *servicescape* terdiri dari tiga dimensi utama yaitu, *ambient dimension* merupakan suasana non-visual, kondisi latar belakang dilingkungan pelayanan.

## KAJIAN PUSTAKA

**Penelitian Terdahulu.** Dalam penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu, beberapa diantaranya yaitu penelitian **Cannatelli, Pedrini, & Grumo (2017)** meneliti mengenai pengaruh proses manajemen merek dan kualitas produk pada kinerja perusahaan mikro di industri pembuatan bir Italia. Wawancara kualitatif awal dengan delapan pengusaha diwujudkan. Kemudian 92 kuesioner dikumpulkan dari seluruh populasi 3.335 pabrik mikro yang beroperasi di Italia untuk analisis kuantitatif. Temuan menunjukkan kualitas produk intrinsik menjadi penentu paling relevan dari kinerja perusahaan, sementara adopsi proses manajemen merek memberikan

dampak negatif yang signifikan. Penelitian **Suchánek, Richter, & Králová (2014)** meneliti mengenai analisis kualitas, kepuasan pelanggan dan kinerja bisnis di industri makanan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pada kepuasan pelanggan dan pada kinerja bisnis dan daya saing. Secara khusus, makalah ini menjawab pertanyaan penelitian berikut: Apakah kualitas produk menghasilkan pelanggan yang puas dan dengan demikian dalam bisnis yang berkinerja baik? Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai kepuasan pelanggan dengan suatu produk dan kinerja bisnis sebagai kemampuan untuk menghasilkan laba. Oleh karena itu, kepuasan diperiksa dengan cara survei menggunakan kuesioner, dan kinerja diukur dengan data keuangan. Kami berhasil menemukan korelasi antara faktor-faktor utama, meskipun hasil parsial disebabkan oleh lebih banyak faktor yang secara statistik tidak signifikan. Penelitian **Al-Omari & Okasheh (2017)** untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja. Sebuah perusahaan teknik diambil sebagai studi kasus dengan ukuran sampel 85 karyawan. Metodologi kuantitatif yang menyiratkan survei cross-sectional digunakan untuk memenuhi tujuan penelitian di samping tinjauan literatur. Dimensi berbeda diperiksa dalam kaitannya dengan faktor lingkungan kerja, termasuk kebisingan; suhu; udara; cahaya dan warna; ruang.

### **LANDASAN TEORI**

**Kualitas.** Kualitas dapat berbeda-beda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung konteksnya. Sehingga disini akan dimasukkan definisi kualitas dari beberapa pakar dari tingkat internasional yang sangat populer, yaitu **W.Edwards Deming, Philip B. Crosby dan Joseph M.Juran (Yamit, 2013)**. Mengenai arti kualitas ini dapat berbeda-beda tergantung dari rangkaian kata atau kalimat di mana istilah kualitas ini dipakai. Dalam perusahaan manufaktur, istilah kualitas diartikan sebagai faktor-faktor yang terdapat dalam barang yang dihasilkan yang menyebabkan barang tersebut sesuai dengan tujuan apa barang itu dihasilkan. Kualitas merupakan istilah relatif yang sangat bergantung pada situasi. Berikut ini tentang berbagai definisi kualitas :

1. Kualitas adalah kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. (**Heizer & Render, 2016**).
2. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan. (**Ariani, 2004**).
3. **Ahyari (2002)** berpendapat bahwa kualitas dapat di definisikan sebagai jumlah dari atribut atau sifat-sifat sebagaimana dideskripsikan didalam produk dan jasa yang bersangkutan. Kualitas sangat erat berhubungan dengan produk dan jasa tersebut, karena akan menunjuk langsung terhadap atribut atau sifat-sifat dari produk dan jasa yang bersangkutan.
4. Kualitas adalah suatu standar khusus dimana kemampuan (*avaibility*), kinerja (*performance*), keandalan (*reability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*), dan karakteristik yang dapat diukur. (**Yamit, 2013**)
5. Kualitas merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa pemasaran, rekayasa pembinaan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan untuk memenuhi pelanggan. (**Feingenbaum, 1992**).

**Kualitas Layanan.** Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata–nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut–atribut pelayanan suatu perusahaan (**Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2013**). Era globalisasi ini pemikiran ilmuwan dan praktisi tertuju pada bagaimana memberikan pelayanan yang berkualitas baik, efektif, dan efisien

serta bagaimana mengembangkan strategi pelayanan yang baik kepada masyarakat umum. Pelayanan yang berkualitas, efisien, efektif disini dimaksudkan sebagai pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan (masyarakat), hemat waktu, tenaga dan biaya serta tepat waktu dan tepat sasaran.

**Kualitas Makanan.** Kualitas tidak hanya terdapat pada produk atau jasa saja, melainkan dalam produk makanan juga terdapat kualitas. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Kualitas makanan merupakan peranan penting dalam pemutusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Kualitas makanan menurut Knight & Kotschevar (2007) yaitu tingkat konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan standar untuk produk dan kemudian mengecek *point-point* yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Point-point tersebut meliputi resep dan pengukuran yang benar, persiapan, temperatur, peralatan, kondisi produk selama persiapan, kebersihan, porsi dan faktor lainnya. Setiap produk makanan akan mempunyai standar sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan. Kualitas makanan didefinisikan sebagai sebuah konsep kualitas yang dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mempertahankan kualitas produk dan bagaimana pelanggan melihat produk disajikan.

**Lingkungan Fisik.** Lingkungan fisik adalah salah satu unsur yang harus didaya gunakan oleh organisasi sehingga menimbulkan rasa nyaman, tenang, dan dapat meningkatkan hasil kerja yang baik untuk meningkatkan kinerja organisasi tersebut. Lingkungan fisik adalah sesuatu yang berada disekitar para pekerja yang meliputi cahaya, warna, udara, suara serta musik yang mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan (Moekijat, 1995).

Lingkungan fisik merupakan segenap faktor fisik yang bersama-sama merupakan suatu suasana fisik yang meliputi suatu tempat kerja. Bitner (1992) *Servicescape* memiliki dimensi kunci yang terdiri atas kondisi lingkungan (*ambient conditions*), ruang dan fungsi (*space and functionality*), dan penggunaan tanda-tanda, symbol dan artefak (*the use of signs, symbols, and artefaks*). Kondisi lingkungan dapat mempengaruhi perasaan konsumen dan memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan perilaku konsumen yang sesuai dengan harapan produsen.

**Kinerja Perusahaan.** Menurut Bohlander & Snell (2010), penilaian kinerja dapat didefinisikan sebagai suatu proses penilaian yang dirancang untuk membantu karyawan mengerti peran, tujuan, ekspektasi, dan kesuksesan kinerja yang diadakan secara berkala

Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar seperti biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya. Kinerja biasanya dinilai menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Kekurangan dari semua pengukuran berbasis data akuntansi adalah fokusnya pada kinerja yang sudah lalu. Data dari tahun-tahun sebelumnya sangat sedikit dapat menunjukkan potensi masa depan dari sebuah perusahaan. Adapun pengertian kinerja adalah sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun, sebenarnya kinerja mempunyai makna luas, tidak hanya hasil kerja, tetapi bagaimana proses suatu pekerjaan berlangsung. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Penelitian Cannatelli, Pedrini, & Grumo (2017) meneliti mengenai pengaruh proses manajemen merek dan kualitas produk pada kinerja perusahaan mikro di industri pembuatan bir Italia. Temuan menunjukkan kualitas produk intrinsik menjadi penentu paling relevan dari kinerja perusahaan,

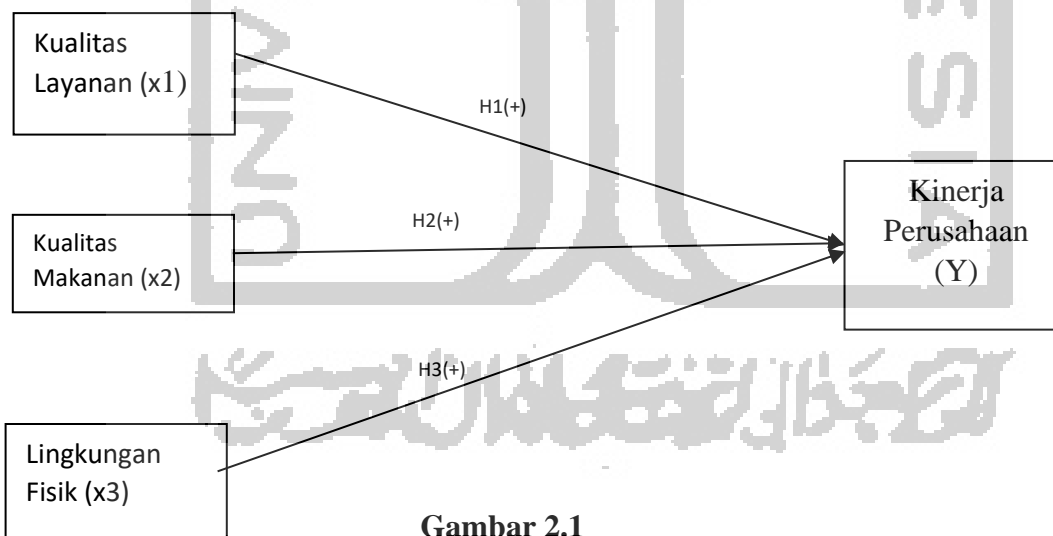
sementara adopsi proses manajemen merek memberikan dampak negatif yang signifikan. Penelitian Suchánek, Richter, & Králová (2014) meneliti mengenai analisis kualitas, kepuasan pelanggan dan kinerja bisnis di industri makanan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pada kinerja bisnis dan daya saing. Oleh karena itu, kepuasan diperiksa dengan cara survei menggunakan kuesioner, dan kinerja diukur dengan data keuangan. Kami berhasil menemukan korelasi antara faktor-faktor utama, meskipun hasil parsial disebabkan oleh lebih banyak faktor yang secara statistik tidak signifikan. Penelitian Al-Omari & Okasheh (2017) untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja. Temuan mengungkapkan bahwa kendala situasional terdiri dari faktor-faktor seperti kebisingan, perabot kantor, ventilasi dan cahaya, adalah kondisi lingkungan kerja utama yang memiliki dampak negatif pada kinerja pekerjaan dan harus mendapatkan perhatian lebih. Penelitian Tanjaya et al. (2015) meneliti pengaruh Kualitas makanan, layanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan secara bersamaan maupun secara pasial. Hasil yang ditemukan adalah bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan lingkungan fisik memiliki efek signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Ryu et al. (2012) mengusulkan model terintegrasi yang mengkaji dampak dari tiga elemen dimensi kualitas pelayanan makanan (lingkungan fisik, makanan, dan layanan) pada citra restoran, nilai yang dirasakan pelanggan dan niat perilaku. Pemodelan persamaan struktural menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik, makanan, dan layanan merupakan penentu signifikan dari citra restoran. Juga, kualitas lingkungan fisik dan makanan merupakan prediktor signifikan dari nilai yang dirasakan pelanggan.

H1 : diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kinerja perusahaan.

H2 : diduga terdapat pengaruh positif antara kualitas makanan terhadap kinerja perusahaan.

H3 : diduga terdapat pengaruh positif antara lingkungan fisik terhadap kinerja perusahaan.

### Kerangka penelitian



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

### METODE PENELITIAN

**Pendekatan penelitian.** Pada penelitian ini terdapat 2 jenis data, diantaranya data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran (2006) Data bisa diperoleh dari dua sumber yaitu primer dan sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari pihak pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan spesifik studi. Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada.

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik ini merupakan suatu bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara daring.

**Populasi dan Sampel.** Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti. Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Adapun cara pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yaitu kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut (Sekaran dan Bougie, 2013). Jumlah sampelnya adalah 96 orang.

**Teknik Pengumpulan Data.** Metode pengumpulan data yang dipakai penulis dalam penelitian ada yaitu pengumpulan data primer. Data primer adalah data yang dipergunakan berupa data ekstern primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara riset atau penelitian lapangan.

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik ini merupakan suatu bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara daring. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang berupa serangkaian daftar pertanyaan untuk dijawab responden.

#### **METODE ANALISIS DATA.**

##### **Uji Asumsi Klasik**

**Uji Multikolinearitas.** Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas (independen) atau tidak. Kriteria penentuan bebas atau tidaknya model regresi linier berganda tersebut dari multikolinearitas dengan melihat nilai Variance Inflation Faktor (VIF) dan toleransi (Ghozali, 2015).

**Uji Heteroskedastisitas.** Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2015). Uji heterokedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Deteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu Y adalah residual yang telah distudentized (Ghozali, 2015).

**Uji Normalitas.** Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan SPSS.

**Analisis Deskriptif.** Penelitian akan dilakukan terhadap 100 responden, baru kemudian dilakukan analisis data. Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Analisis ini bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas.

**Analisis statistik.** Analisis dengan menggunakan teknik statistika untuk membuktikan hipotesis tertentu yang diajukan sebelumnya. Analisis statistika dapat dihitung dengan bantuan software statistik, yaitu SPSS.



**Uji Regresi Linier.** Metode regresi linier dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel independen yang digunakan untuk menguji hubungannya dengan variabel dependen. Dalam hal ini, analisis regresi linier berganda merupakan teknik yang tepat untuk digunakan.

**Uji Hipotesis**

**Uji F (simultan).** Hipotesis merupakan dugaan secara logis hubungan antara dua variabel atau lebih yang ditunjukkan dalam pernyataan yang dapat diuji kebenarannya. Pengujian secara simultan, Uji F ini digunakan untuk menunjukkan semua variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) (Ghozali, 2015), maka digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi secara keseluruhan.

**Uji t (Parsial).** Pembuktian hipotesis dapat pula menggunakan uji t untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individu (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2015).

**Pembahasan**

**Deskripsi Konsumen**

Data primer yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti kemudian dianalisis. Analisis karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur dan pendidikan.

**Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dapat diketahui bahwa responden yang mengisi kuisioner mayoritas adalah responden perempuan yaitu berjumlah 60 responden atau sebesar 62,5% dan responden laki-laki berjumlah 36 responden atau sebesar 37,5%.

**Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	60	62,5%
Laki-Laki	36	37,5%
Total	96	100%

Sumber : Data Primer, 2019

**Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Umur**

Dengan melihat struktur usia responden dapat diketahui bahwa mayoritas berusia antara 21-30 tahun yaitu sebanyak 58 orang atau 60,4%. Sedangkan secara berturut-turut adalah mereka dengan umur < 20 tahun sebesar 22 orang atau 22,9%, dan mereka dengan umur > 30 tahun sebesar 16 orang atau 16,7%.

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Umur	Jumlah	Persentase
<20 tahun	22	22,9%
21-30 tahun	58	60,4%
>30 tahun	16	16,7%
<b>Total</b>	96	100%

Sumber : Data Primer, 2019

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Dengan melihat pendidikan responden dapat diketahui bahwa mayoritas mempunyai pekerjaan Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 26 orang atau 27,1%. Sedangkan secara berturut-

turut adalah mereka dengan pekerjaan pegawai swasta sebesar 23 orang atau 24%, wiraswasta sebesar 18 orang atau 18,8%, buruh sebesar 12 orang atau 12,5%, dan lain lain sebesar 10,4% dan PNS/TNI/POLRI sebesar 7 responden atau 7,3%.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/TNI/POLRI	7	7,3%
Wiraswasta	18	18,8%
Pelajar/Mahasiswa	26	27,1%
Pegawai swasta	23	24,0%
Buruh	12	12,5%
Lain-lain	10	10,4%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Dengan melihat pendapatan responden dapat diketahui bahwa mayoritas mempunyai pendapatan 1 juta sampai 2 juta yaitu sebanyak 48 orang atau 50%. Sedangkan secara berturut-turut adalah mereka dengan pendapatan  $\leq 1$  juta sebesar 35 orang atau 36,6%, 2 sampai 3 juta sebesar 6 orang atau 6,3%, dan diatas 3 juta sebesar 7 responden atau 7,3%.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< 1 juta	35	36,6%
1,1 juta sampai 2 juta	48	50%
2,1 juta sampai 3 juta	6	6,3%
< 3 juta	7	7,3%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer, 2019

#### Analisis Linear Berganda

Persamaan regresi linier yang digunakan sebagai berikut:  $Y = 0,631 + 0,256X_1 + 0,278X_2 + 0,328X_3 + e$

Variabel Independent	Koefisien Regresi	t-hitung	Signifikan	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X1)	0,256	2,327	0,022	Signifikan
Kualitas Makanan (X2)	0,278	4,107	0,000	Signifikan
Lingkungan Fisik (X3)	0,328	2,991	0,004	Signifikan
Konstanta	0,631	2,229	0,029	Signifikan
F hitung	59,259		0,000	Signifikan
R	0,812			
Adjusted R <sup>2</sup>	0,648			

### **Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kinerja Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kualitas layanan maka kinerja perusahaan akan semakin besar. Menurut **Zeithaml (1988)** kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen dan kualitas layanan dibentuk oleh perbandingan ideal dan persepsi dari kinerja kualitas. Kualitas layanan adalah salah satu bagian yang berhubungan dengan penciptaan superior value bagi pelanggan yang merupakan batu loncatan bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing.

### **Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kinerja Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kualitas makanan maka kinerja perusahaan akan semakin besar. Kualitas makanan identic dengan kualitas produk. Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan kepada pasar atau konsumen untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

### **Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kinerja Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar lingkungan fisik maka kinerja perusahaan akan semakin besar.

Menurut **Robbins & Judge (2014)**, kinerja adalah akumulasi hasil akhir semua proses dan kegiatan kerja organisasi. Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tapi berhubungan dengan kepuasan kerja dan tingkat imbalan, dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan sifat-sifat individu.

## **PENUTUP**

**Kesimpulan.** Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kualitas layanan maka kinerja perusahaan akan semakin baik. Kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kualitas makanan maka kinerja perusahaan akan semakin besar. Lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar lingkungan fisik maka kinerja perusahaan akan semakin besar.

**Saran.** Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan yang melakukan restrukturisasi. Dengan adanya pengaruh kualitas produk, kualitas makanan dan lingkungan fisik yang signifikan terhadap kepuasan konsumen maka pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk, kualitas makanan dan lingkungan fisik. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan merupakan variable dengan penilaian terendah. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan harus meningkatkan kualitas makanan dengan cara meningkatkan kelezatan makanan, kesehatan makanan, dan tingkat kehalalan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ahyari, A. (2002). *Manajemen Produksi : Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta: BPFE.

Al-Omari, K., & Okasheh, H. (2017). The influence of work environment on job performance: A case study of engineering company in Jordan. *International Journal of Applied Engineering*

*Research*, 12(24), 15544–15550.

- Ariani, D. A. (2004). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Asghar Afshar Jahanshahi, Rezaei, M., Nawaser, K., Ranjbar, V., & Pitamber, K. B. (2012). Analyzing the effects of electronic commerce on organizational performance: Evidence from small and medium enterprises. *African Journal of Business Management*, 6(22), 6486–6496. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.1768>
- Atmaja, E. H. (2017). Manajemen Operasional Paket Wisata City Tour Surakarta di PT . Kirana Surya Gemilang Yogyakarta (Studi Kasus Rombongan Ikatan Wanita Bank Yogyakarta). *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(2), 140–155.
- Bitner, M.J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(April 1992), 57–71.
- Bitner, Mary Jo. (1992). Servicespaes : The Impact of Physical Surroundings on Customer and Employees. *Journal of Marketing*, 56, 57–71.
- Bohlander, G., & Snell, S. (2010). *Principles of Human Resource Management* (15th ed.). South-Western: Mason.
- Cannatelli, B., Pedrini, M., & Grumo, M. (2017). The Effect of Brand Management and Product Quality on Firm Performance: The Italian Craft Brewing Sector. *Journal of Food Products Marketing*, 23(3), 303–325. <https://doi.org/10.1080/10454446.2014.949989>
- Carton, R. (2004). *Measuring Organizational Performance: An Exploratory Study*.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Business research methods* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Djarwanto, P., & Subagyo, P. (2006). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Evirasanti, M., Rahyuda, K., & Yasa, N. N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Dan Behavioral Intentions (Studi Di Métis Restaurant). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(12), 4331–4358.
- Feingenbaum, A. (1992). *Kendali Mutu Terpadu* (3rd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Fiani, M., & Edwin, J. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep ' S Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–6.
- Gaspersz, V. (2007). *Total Quality Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Structural Equation Modeling Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 24*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Heizer, J., & Render, B. (2016). *Operations Management* (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Hightower, R., & Shariat, M. (2009). Servicescape ' S Hierarchical Factor Structure Model. *Global Review of Business and Economic Research*, 5(2), 375–398.
- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 67(8), 1609–1621. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.09.007>
- Kegel, P. (2018). the Impact of the Physical Work Environment on Organizational Outcomes: a Structured Review of the Literature. *Journal of Facility Management Education and Research*, 1(1), 19–29. <https://doi.org/10.22361/jfmer/76637>
- Knight, J. ., & Kotschevar, L. . (2007). *Quantity food Production and Planning*. New York: John Wiley and Sons.
- Marsum, A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya* (5th ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Moekijat. (1995). *Manajemen Kepegawaian*. Bandung: Alami.
- Oh, C., Cho, Y., & Kim, W. (2015). The effect of a firm's strategic innovation decisions on its market performance. *Technology Analysis and Strategic Management*, 27(1), 39–53. <https://doi.org/10.1080/09537325.2014.945413>
- Parasuraman, A., Zaithmal, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Ransulangi, M. S., Mandey, S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 839–848.
- Robbins, S. P., & Judge, T. (2014). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200–223. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.

Suchánek, P., Richter, J., & Králová, M. (2014). Customer satisfaction, product quality and performance of companies. *Review of Economic Perspectives*, 14(4), 329–344. <https://doi.org/10.1515/revecp-2015-0003>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Tanjaya, S. C., Lopian, S. L. H. V. J., & Tumiwa, J. (2015). Analyzing The Effectf Quality Of Food, Service, And Physical Environment On Customer Satisfaction Case Study Of Cabal Dining. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 99–108.

Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: PT Andi.

Yamit, Z. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Yee, R. W. Y., Yeung, A. C. L., & Edwin Cheng, T. C. (2010). An empirical study of employee loyalty, service quality and firm performance in the service industry. *International Journal of Production Economics*, 124(1), 109–120. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2009.10.015>

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means- end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(July 1988), 2–22.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6th ed.). Boston: McGraw-Hill.