

PENGARUH *PEOPLE*, *PHYSICAL EVIDENCE* DAN *PROCESS* TERHADAP KUNJUNGAN

Heny Ratnaningtyas¹

Nurbaeti²

Fetty Asmaniati³

Amrullah⁴

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Email : heny.ratnaningtyas@stptrisakti.ac.id

²Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Email : nurbaeti@stptrisakti.ac.id

³Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Email : fettyasmaniati@stptrisakti.ac.id

⁴Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Email : amrullah@stptrisakti.ac.id

Diterima: 6 Juni 2022

Direview: 13 Juni 2022

Dipublikasikan: 16 Agustus 2022

Abstrak

Dunia kuliner sangat banyak persaingannya yang dapat dikatakan sangat tinggi dan meningkat karena konsumen lebih sangat selektif sekali memiliki rumah makan, yang menyebabkan antara rumah makan harus benar-benar berpikir bagaimana memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Strategi tersebut adalah people, physical evidence dan process. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh people, physical evidence dan process terhadap kunjungan ke Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro, Jakarta Selatan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian adalah semua konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling. Pengolahan data dilakukan dengan Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa people, physical evidence dan process berpengaruh signifikan terhadap kunjungan. Hal ini karena banyaknya konsumen memutuskan berkunjung ke Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro, Jakarta Selatan karena ada orang-orang yang berkualitas yang bekerja dengan sepenuh hati melayani para konsumen, kemudian physical evidence dengan menyediakan beberapa fasilitas yang baik dan memadai, selanjutnya dengan proses yang efisien dan efektif dalam menyajikan makanan sampai ke konsumen lebih cepat dan tepat serta rapi.

Kata Kunci: *People, Physical Evidence, Process, Kunjungan*

Abstarct

The culinary world has a lot of competition that can be very tight because consumers are very selective in owning a restaurant, which causes restaurants to think about the right strategy in facing competition. The strategy is people, physical evidence, and process. This study aims to determine the influence of people, physical evidence and process on the decision to visit Ampera 2 Tak Restaurant, Veterans Bintaro Branch, South Jakarta. The approach used in this research is a quantitative approach. The population in this study were all consumers who visited Ampera 2 Tak Restaurant, Veterans Bintaro Branch. The sample in this study amounted to 100 respondents. The sampling technique in this study used accidental sampling. Data processing is done with Smart PLS. The results showed that people, physical evidence and process had a significant effect on the decision to visit. This is because many consumers decide to visit Ampera 2 Tak Restaurant Veterans Bintaro Branch, South Jakarta because there are quality people who work wholeheartedly to serve consumers, then physical evidence by providing some good and adequate facilities, then with the process which is efficient and effective in serving food to consumers more quickly, precisely and neatly.

Keywords: *People, Physical Evidence, Process, Visiting*

PENDAHULUAN

Rumah Makan Ampera 2 Tak telah buka dari tahun 2008 kemudian membuka cabang di Veteran Bintaro lokasinya strategis yaitu dekat jalan raya, gedung perkantoran dan pusat bisnis, sehingga banyak konsumen yang berkunjung di rumah makan tersebut. Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro menyajikan aneka masakan khas sunda Cianjur yang terdiri dari jenis lauk pauk ikan, daging, telur ayam, bebek, pepes, peyek udang, tempe, tahu, babat paru, hati dan menu masakan khas Sunda lainnya. Waktu buka rumah makan Sunda ini adalah 24 jam, walaupun malam sudah semakin larut, masih banyak konsumen yang datang berkunjung ke Rumah Makan Ampera 2 Tak. Sehingga pada saat konsumen butuh makanan saat malam hari dan berada di lokasi Bintaro, konsumen dapat berkunjung ke Rumah Makan Ampera 2 Tak dengan *people* atau karyawan yang ramah siap untuk melayani, dengan *physical evidence* atau keadaan rumah makan yang memiliki desain interior yang bagus dan fasilitas yang lengkap, kemudian dengan proses penyajian makanan yang lebih cepat. *People* atau orang merupakan salah satu *marketing mix* yang mempengaruhi keputusan berkunjung (Nugroho & Japarianto, 2013). Sebuah rumah makan yang sukses dan berhasil dilihat dari kinerja orang-orang yang ada di dalamnya (Putro et al., 2014). Karyawan rumah makan yang dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya, seperti melayani konsumen restoran sesuai dengan standar operasional yaitu penampilan rapi, murah senyum, ramah dan mendengar permintaan konsumen. Kemudian juru masak dipastikan dapat menjaga dan memastikan makanan yang dibuat dapat terjamin dengan menghasilkan cita rasa dan kualitas makanan yang memuaskan konsumen serta orderan yang dibuat tidak terlalu lama menunggu (Portania & Indriyani, 2013).

Orang-orang yang diperlukan di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro harus memiliki kinerja yang baik dan tinggi. Seorang pelayan di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro berseragam rapi dan bersih juga harus dapat melakukan hubungan yang baik dengan konsumen seperti menyambut dengan baik konsumen yang memasuki ruang makan atau area pemesanan, membantu konsumen mencari tempat duduk pada saat jam sibuk, membantu konsumen yang sudah lanjut usia dan anak kecil membawa nampan dalam memilih masakan yang disajikan secara prasmanan dan seorang pelayan tidak boleh membersihkan area meja makan ketika konsumen masih menikmati makanan dan sedang mengobrol. Kemudian seorang kasir di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro harus dapat menyambut setiap konsumen dengan cara yang ramah dan sopan saat mereka ada di depan kasir dan mengingat untuk setiap pesanan dari konsumen jangan sampai tertukar. Selanjutnya untuk juru masak di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro, bahan baku yang dibeli harus segar dan berkualitas baik, kemudian kebersihan makanan perlu diperhatikan dan semua makanan yang dihidangkan harus dipersiapkan dengan baik meliputi rasa, tampilan, porsi, aroma dan warna. Dengan banyaknya orang-orang yang berkualitas bekerja di di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro akan membuat para konsumen merasa puas yang akhirnya mau berkunjung kembali.

Salah satu *marketing mix* lainnya yang sangat penting bagi keputusan berkunjung konsumen adalah *physical evidence* (Sabrilia et al, 2016). *Physical evidence* pada sebuah rumah makan dapat meliputi kebersihan di ruangan, juga kebersihan di meja makan serta kebersihan di dapur dan kebersihan di toilet (Pina et al, 2016). Kemudian *physical evidence* dapat meliputi fasilitas eksterior yang bagus dan menarik, perawatan fasilitas interior, fasilitas penunjang seperti kenyamanan area parkir, keamanan, serta kebersihan area sekitar (Mardhiyyah et al, 2019). *Physical evidence* yang baik sangat penting dalam membentuk persepsi konsumen karena akan membuat konsumen merasa nyaman dan akhirnya berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Sara et al, 2017). *Physical evidence* atau bukti fisik Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro yaitu desain *wallpaper* yang indah dan hiasan jendela depan yang dibuat unik dan semenarik mungkin, menyediakan beberapa fasilitas seperti area parkir yang luas, kesejukan ruangan karena pemberian AC yang tepat di ruangan makan, penataan kursi dan meja dengan bersih dan rapi, serta selalu menjaga kebersihan area rumah makan, toilet yang bersih. Dengan *physical evidence* yang baik dan memadai akan membuat konsumen merasakan kepuasan dengan nyaman dan aman berkunjung untuk menikmati masakan Sunda di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro. Tetapi ada sebagian keluhan yang datang dari sebagian konsumen, walaupun toilet yang ada di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro bersih dan sudah ada tetapi belum mencukupi kebutuhan konsumen, apalagi pada saat jam kunjung sangat ramai dan padat, terkadang banyak sekali konsumen menunggu antrian ke toilet. Dari keluhan

konsumen tersebut, pengelola Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro saat ini mencoba untuk menambah toilet agar antrian ke toilet berkurang.

Proses merupakan faktor mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini dikarenakan dengan semakin cepat serta tepat sebuah proses maka akan membuat konsumen untuk membeli jasa atau produk perusahaan (Sudarto & Rumita, 2015). Proses dalam jasa atau produk merupakan faktor utama *marketing mix* seperti sistem penyerahan jasa sampai ke konsumen dirasakan sangat baik dan cepat akan meningkatkan kepuasan dan minat beli (Effendy, 2012). Untuk proses penyajian makanan di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro tidak memerlukan waktu yang lama, karena para pengunjung dapat makan secara prasmanan dengan memilih sendiri aneka makanan yang sudah tersaji. Selain itu untuk sajian menu sayur asemnya pengunjung di beri kebebasan untuk mengambil sendiri di tempat yang telah disediakan. Kemudian dengan menu nasi para pengunjung diberi kebebasan untuk mengambil sendiri dengan porsi yang secukupnya yang di sesuaikan dengan porsi yang ditentukan sendiri. Dengan proses yang efisien dan efektif dalam menyajikan makanan sampai ke konsumen lebih cepat dan tepat membuat para konsumen menjadi lebih puas sehingga kunjungan ke Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro dapat berkali-kali. Dalam penelitian ini dengan orang-orang yang bekerja di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro akan menghasilkan kualitas layanan yang baik untuk konsumen, kemudian dengan *physical evidence* yang baik dan memadai akan membuat konsumen merasa nyaman, selanjutnya proses penyajian makanan di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro tidak memerlukan waktu yang lama akan membuat konsumen puas dan berminat untuk berkunjung ke rumah makan tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

People

Dalam strategi bauran pemasaran ada komponen yang paling penting yaitu sumber daya manusia karena sebagai penentu berkembang dan majunya sebuah perusahaan (Utomo & Maskan, 2018). *People* atau orang ataupun sumber daya manusia adalah faktor yang penting yang membuat perusahaan itu mengalami kemajuan ataupun membuat perusahaan mengalami kemunduran (Nurzaman et al, 2020). Perusahaan berusaha dengan keras mencari calon karyawan yang terbaik, bahkan perusahaan berani membayar upah atau gaji yang lebih besar kepada calon karyawan yang sangat ahli dalam bidangnya yang memiliki kinerja dan loyalitas yang baik dan tinggi pada perusahaan (Garaika & Marghana, 2019). Dengan kinerja yang baik dan ditinggi, konsumen dapat dilayani dengan baik oleh karyawan yang akan meningkatkan kesuksesan perusahaan (Putro et al, 2014). Sikap dan motivasi adalah faktor yang penting yang dimiliki oleh karyawan meliputi tutur kata, penampilan karyawan, ekspresi wajah, bahasa tubuh dan suara dalam bicara. Kemudian motivasi yang ada pada karyawan yaitu intensitas dan ketekunan karyawan bekerja dengan baik untuk kemajuan perusahaan, motivasi ada karena karyawan sangat suka akan pekerjaan yang dilakukannya (Supartha & Sintaasih, 2017). Kinerja karyawan berpengaruh dalam pencapaian tujuan perusahaan, akan selalu berjuang untuk menggarap presentasi pegawainya sehingga bisa tercapainya misi dan visi organisasi tersebut (Kurnia & Sitorus, 2022).

Physical Evidence

Penataan bangunan dari tempat usaha adalah salah satu tampilan fisik tempat usaha dapat menggunakan sistem penerangan yang baik, desain interior ruangan yang unik dan menarik perhatian serta fasilitas yang lengkap dan memadai (Puspita, 2015). Penataan bangunan pada tempat usaha akan mempengaruhi suasana hati pengunjung menjadi lebih baik. Sistem penerangan yang baik adalah pencahayaan lampu mampu memberikan efek nyaman dengan kesan hangat dapat memberi ciri khas tersendiri bagi konsumen karena gaya dan tema interior memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang datang (Mirzah et al, 2018). Berantakannya desain interior yang dibuat akan memberikan kesan kepada konsumen suasana yang tidak nyaman, oleh karena itu tempat usaha harus memiliki desain interior yang dapat membuat suasana ruangan yang damai dan menyenangkan, sehingga pengunjung mendapatkan pengalaman yang berarti dan menambah nilai tambah bagi tempat usaha (Wahjoedin & Setiawan, 2014). Fasilitas yang lengkap dan memadai akan mempengaruhi konsumen berkunjung ke tempat usaha, fasilitas tersebut meliputi parkir yang luas, AC dingin dan sejuk, mushola, toilet bersih dan terawat (Rachmawan & Rosiana, 2021).

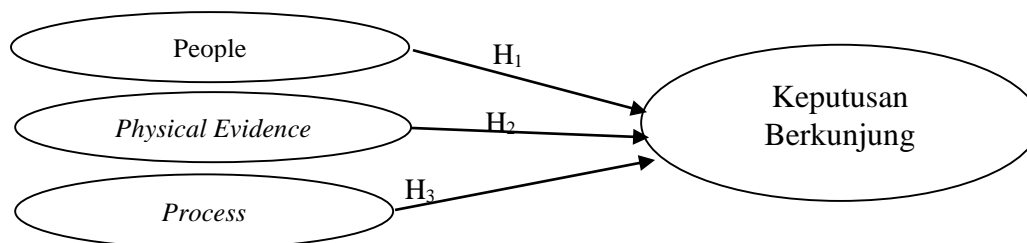
Process

Proses adalah cara bagaimana konsumen dapat dilayani oleh karyawan yang merupakan bagian dari perusahaan dimulai dari memesan sampai konsumen mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan (Nugroho & Japarianto, 2013). Setiap perusahaan memiliki cara yang khusus dan unik dalam melayani konsumen yang akan menjadi calon pelanggannya (Pina et al, 2016). Seperti di restoran memberikan fasilitas dapur terbuka yaitu proses pembuatan makanan yang dipesan dapat dilihat langsung oleh mata konsumen. Pelayanan seperti ini merupakan strategi bauran pemasaran yang dipakai pada usaha restoran (Derwentyana, 2015).

Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung ke rumah tempat makan atau restoran karena berkaitan dengan kuliner. Keputusan berkunjung adalah keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk mengunjungi tempat makan karena ada hal-hal faktor yang mempengaruhinya seperti fasilitas yang lengkap dan memadai, kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang baik (Malau et al, 2019). Tindakan rasional yang dilakukan konsumen pada umumnya selalu mempertimbangkan segala informasi yang tersedia baik dari elektronik maupun konvensional dengan segala resiko yang ada sebelum melakukan keputusan pembelian atau keputusan berkunjung (Kristiutami, 2017). Keputusan berkunjung merupakan perasaan yang dimiliki konsumen berkeinginan untuk berkunjung ke suatu tempat, dimana tempat itu menarik dan layak untuk dikunjungi (Dumadi et al, 2021).

KERANGKA PIKIR PENELITIAN



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Siswanto (2013), Meilani & Kartini (2020) dan Hindayati & Mahmudah (2020) menunjukkan bahwa *people* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian yang dilakukan Wijaya & Siswanto (2013) menunjukkan *people* yang ada di Comedy Kopi Surabaya Town Square yang berhubungan langsung dengan konsumen dapat bekerja dengan baik dan maksimal dalam melayani konsumen akan menghasilkan kepuasan yang akan mempengaruhi keputusan berkunjung konsumen ke kafe tersebut (Wijaya & Siswanto, 2013). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Meilani & Kartini (2020), menunjukkan kemampuan dan pengetahuan *people* atau karyawan yang melakukan pekerjaan dengan baik sesuai dengan standar operasional dalam melayani konsumen di perusahaan ekspedisi barang akan dapat memuaskan konsumen untuk berminat memakai jasa perusahaan ekspedisi barang pada CV. Hitam Oren Express karena kebutuhan akan jasa ekspedisi agar barang sampai ke tempat tujuan yang diinginkan, dengan pelayanan yang baik dan cepat akan memberikan pemenuhan akan jasa ekspedisi terpenuhi, sehingga konsumen akan berminat kembali memakai jasa CV. Hitam Oren Express (Meilani & Kartini, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hindayati & Mahmudah (2020) menunjukkan orang-orang atau karyawan yang bekerja di Mitra Jaya Optik Lamongan melayani konsumen dengan baik, sopan dan ramah, kemudian karyawan yang baik dapat menerima dan memperbaiki keluhan konsumen, maka akan membuat konsumen merasa nyaman dan memutuskan untuk datang berkunjung ke Mitra Jaya Optik Lamongan (Hindayati & Mahmudah, 2020). Sehingga kesimpulan dari hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

H₁ : *People* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung

Penelitian yang dilakukan oleh Sara, et al (2017), Andespa, et al (2019) dan Mayasari, et al (2021) menunjukkan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sara, et al (2017) menemukan bahwa fasilitas interior yang ada di dalam ruangan café seperti cahaya lampu yang baik, kursi dan bangku dengan layout yang rapi serta *wallpaper* dengan warna dan gambar yang indah sangat mempengaruhi pengunjung untuk datang, kemudian fasilitas eksterior yang ada diluar café seperti jendela dan pintu yang memiliki desain unik yang menarik juga membuat keinginan konsumen untuk berkunjung ke Café. Selanjutnya fasilitas lainnya seperti area parkir, toilet, mushola dan tempat istirahat akan meningkatkan keputusan berkunjung konsumen (Sara et al, 2017). Hasil penelitian yang dilakukan Andespa, et al (2019) menunjukkan bahwa *physical evidence* pada desain interior yang ada di dalam ruangan sebuah Bank dibuat semenarik mungkin dan memiliki keunikan yang dilakukan pengelola Bank dengan temperature AC yang baik akan membuat nasabah bank nyaman dan betah duduk berlama-lama di dalam Bank, sehingga untuk kemudian hari nasabah bank tersebut memiliki keinginan lagi untuk berkunjung ke Bank tersebut dalam pelayanan transaksi keuangannya (Andespa et al, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mayasari, et al (2021), menunjukkan bahwa kelengkapan *physical evidence* pada sebuah usaha jajanan milenial antara lain peralatan, bangunan fisik, perlengkapan, desain interior ruangan, dan lainnya sangat mempengaruhi minat kunjung karena dapat dirasakan langsung oleh konsumen dalam menggunakan produk atau jasa (Mayasari et al, 2021). Sehingga kesimpulan dari hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

H₂ : *Physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung

Penelitian yang dilakukan oleh Jeanette (2017), Purnama & Murwatiningsih (2014) dan Angelina, et al (2022) menunjukkan bahwa *process* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Jeanette (2017) membuktikan bahwa restoran Libreria Eatery melakukan proses pembuatan makanan yang cepat tidak menunggu lama dan pesanan makana yang tepat sesuai dengan selera dan standar yang diinginkan konsumen, maka konsumen akan puas terhadap makanan yang akan dikonsumsi sehingga konsumen berminat untuk berkunjung ke Libreria Eatery (Jeanette, 2017). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnama & Murwatiningsih, (2014) menunjukkan bahwa proses jasa yang cepat dan akurat di Ke Museum Ranggawarsita Semarang dengan penggunaan teknologi seperti untuk mendapatkan tiket dan atraksi melalui online sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen akan membuat konsumen puas dan akan berkunjung ke Museum Ranggawarsita Semarang (Purnama & Murwatiningsih, 2014). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Angelina et al (2022) tentang proses produk *Body Shop* sampai ke konsumen dengan proses online sekarang dan pengiriman yang cepat untuk esok harinya membuat kepuasan konsumen sehingga memiliki banyak harapan untuk berminat membeli kembali (Angelina et al, 2022). Sehingga kesimpulan dari hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

H₃ : *Process* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung

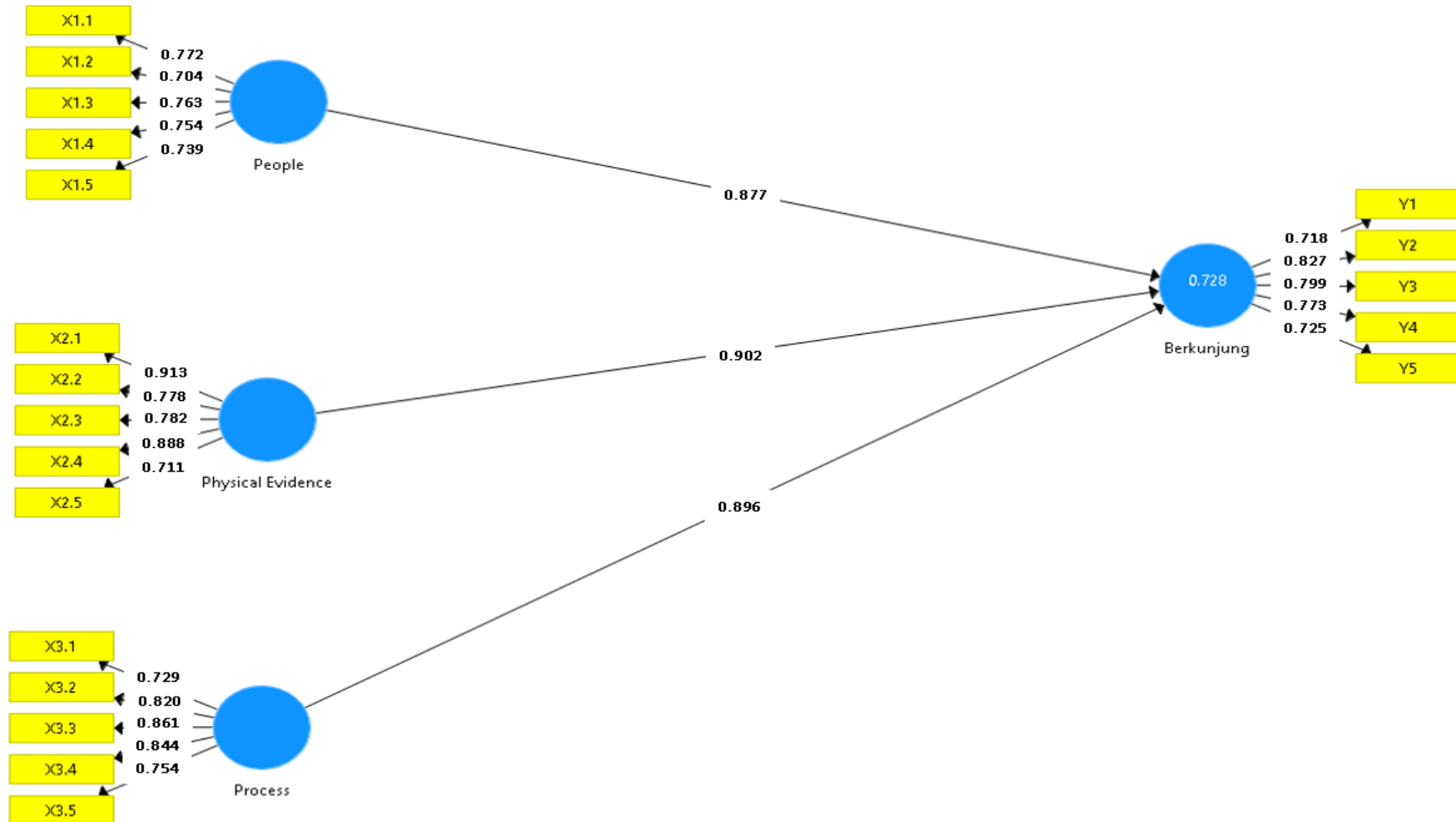
METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena data-data meliputi angka-angka yang diolah dengan Smart PLS. Data diambil dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada responden dengan skala likert untuk memberikan jawaban atas pernyataan. Populasi dalam penelitian adalah semua konsumen yang berkunjung ke Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, hal ini berdasarkan pendapat Sugiyono (2017) bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, sehingga penentuan penentuan jumlah 100 responden ini sudah masuk dalam kriteria sehingga layak untuk diteliti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

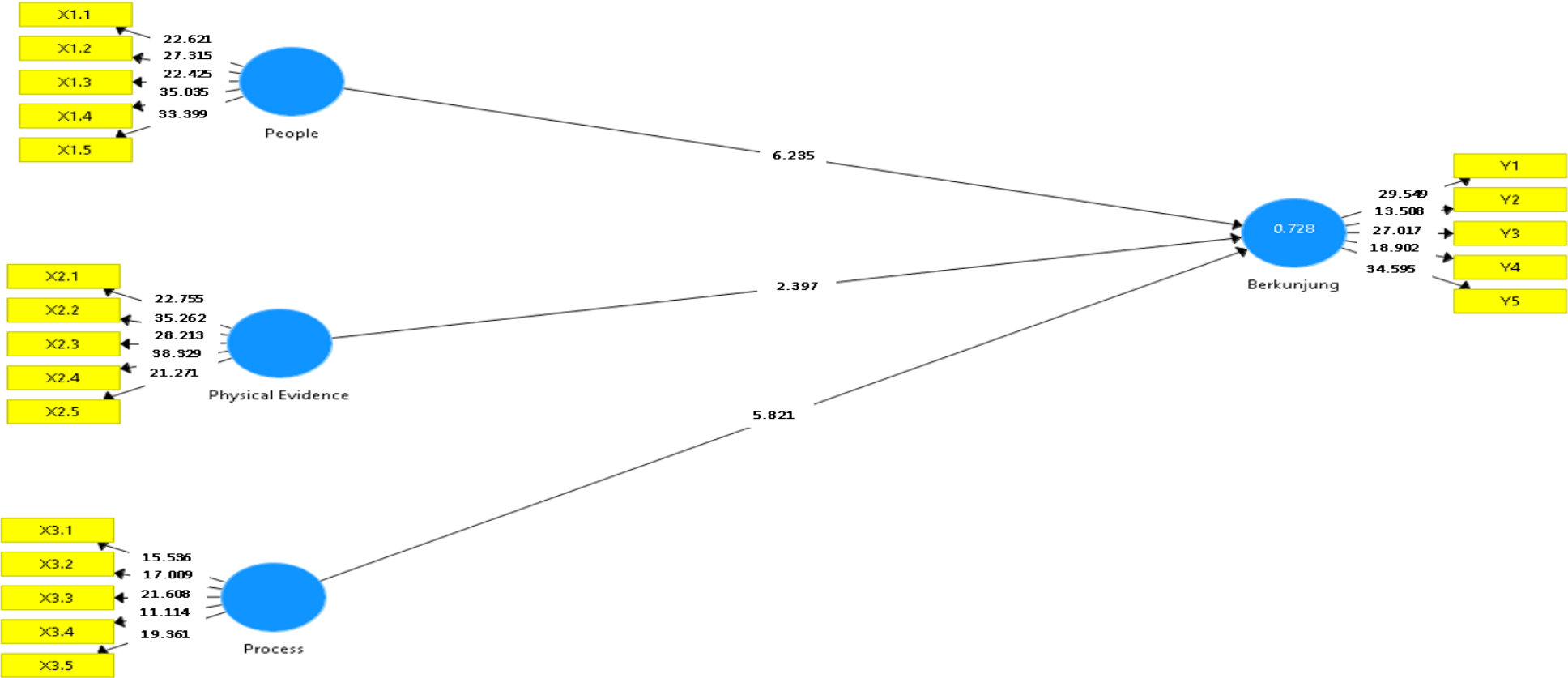
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambar 1. Hasil Smart PLS Uji Validitas



Gambar 2. Hasil Smart PLS *Direct Effect*



Tabel 1. Karakter Responden

		Frequency	Percent
Usia	0 - 12 tahun	7	7%
	13- 23 tahun	19	19%
	24 - 34 tahun	41	41%
	35 - 45 tahun	29	29%
	> 46	4	4%
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	42%
	Perempuan	58	58%
Pekerjaan	Pegawai	47	47%
	Wirusaha	32	32%
	Ibu Rumah Tangga	11	11%
	Pelajar Mahasiswa	10	10%

Sumber: Data diolah dengan Smart PLS (2022)

Berdasarkan usia, konsumen yang mengunjungi restoran paling banyak berusia 24-34 tahun sebanyak 41 orang (41%) dan yang berusia 35-45 tahun sebanyak 29 orang (29%). Berdasarkan jenis kelamin, konsumen yang mengunjungi restoran terbanyak adalah perempuan sebanyak 58 orang (58%). Berdasarkan pekerjaan, pelanggan yang paling sering berkunjung ke restoran adalah pegawai sebanyak 47 orang (47%).

Table 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Loading Factor
<i>People</i>	X1.1	0,772
	X1.2	0,704
	X1.3	0,763
	X1.4	0,754
	X1.5	0,739
<i>Physical Evidence</i>	X2.1	0,913
	X2.2	0,778
	X2.3	0,782
	X2.4	0,888
	X2.5	0,711
<i>Process</i>	X3.1	0,729
	X3.2	0,820
	X3.3	0,861
	X3.4	0,844
	X3.5	0,754
Berkunjung	Y1	0,718
	Y2	0,827
	Y3	0,799
	Y4	0,773
	Y5	0,725

Sumber: Data diolah dengan Smart PLS (2022)

Validitas pada *Smart PLS* dengan melihat nilai *loading factor* > 0,70. Tabel 2 menunjukkan semua item pernyataan dinyatakan valid karena nilai *loading factor* > 0,70.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
People	0,884	0,855
Physical Evidence	0,912	0,829
Process	0,876	0,974
Berkunjung	0,744	0,833

Sumber: Data diolah dengan Smart PLS (2022)

Uji reliabilitas pada *Smart PLS* menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, dimana nilai *cronbach's alpha* > 0,7 dan *composite reliability* > 0,7. Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel reliabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,7 dan *composite reliability* > 0,7.

Tabel 4. R-Square

Variabel	R-Square
Berkunjung	0,585

Sumber: Data diolah dengan Smart PLS (2022)

Berdasarkan tabel 4, nilai *Adjusted R-Square* untuk keputusan berkunjung adalah sebesar 0,585. Hasil ini menunjukkan bahwa 58,5% variabel keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel *people*, *physical evidence* dan *process*. Sedangkan sisanya 41,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Tabel 5. Direct Effect

Variabel	Original Sample (O)	Standar Deviation (STDEV)	t-Statistic (O/STDEV)	P Values
People → Berkunjung	0.211	0.034	6.235	0.000
Physical Evidence → Berkunjung	0.199	0.083	2.397	0.029
Process → Berkunjung	0.227	0.039	5.821	0.005

Sumber: Data diolah dengan Smart PLS (2022)

Berdasarkan tabel 5, maka hasil P-Values pengaruh *people* terhadap keputusan berkunjung adalah 0,000 yang berarti nilai P-Values (0,000) < nilai probabilitas (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *people* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan tabel 5, maka hasil P-Values pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan berkunjung adalah 0,029 yang berarti nilai P-Values (0,029) < nilai probabilitas (0,05), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan tabel 5, maka hasil P-Values pengaruh *process* terhadap keputusan berkunjung adalah 0,005 yang berarti nilai P-Values (0,005) < nilai probabilitas (0,05), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *process* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

PEMBAHASAN

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [Wijaya & Siswanto \(2013\)](#), [Meilani & Kartini \(2020\)](#) dan [Hidayati & Mahmudah \(2020\)](#) menunjukkan bahwa *people* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa banyaknya orang-orang yang berkualitas bekerja dengan sepenuh hati melayani para konsumen di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro akan membuat para konsumen merasa puas yang akhirnya mau berkunjung kembali seperti: (1) Semua pelayan berseragam rapi, menyambut dengan baik konsumen yang memasuki ruang makan, membantu konsumen mencari tempat duduk dan membantu konsumen yang sudah lanjut usia dan anak kecil membawa nampan dalam memilih masakan yang disajikan secara prasmanan dan seorang pelayan tidak boleh membersihkan area meja makan ketika konsumen masih menikmati makanan dan sedang mengobrol; (2) Kasir harus dapat menyambut setiap konsumen dengan

cara yang ramah dan sopan saat mereka ada di depan kasir dan mengingat untuk setiap pesanan dari konsumen jangan sampai tertukar; (3) Juru masak dapat memperhatikan bahan baku yang dibeli harus segar dan berkualitas baik, kemudian kebersihan makanan perlu diperhatikan dan semua makanan yang dihidangkan harus dipersiapkan dengan baik meliputi rasa, tampilan, porsi, aroma dan warna sehingga konsumen dapat puas menikmati masakan Sunda dengan kualitas produk yang tinggi dan baik dan berkeinginan untuk berkunjung ke Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro. Jadi kesimpulan dari hasil penelitian membuktikan bahwa orang-orang atau karyawan (pelayan/waitress, kasir dan juru masak) yang bekerja di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran dengan baik dan berkualitas tinggi akan memberikan kepuasan bagi konsumen untuk berkunjung menikmati masakan yang memiliki ciri khas Sunda. Penelitian ini membuktikan penelitian yang dilakukan oleh [Wijaya & Siswanto \(2013\)](#), [Meilani & Kartini \(2020\)](#) dan [Hindayati & Mahmudah \(2020\)](#) bahwa dengan *people* atau orang-orang yang bekerja dengan baik karena sudah memiliki pengalaman dan integritas yang baik maka akan melayani konsumen dengan baik, sopan dan ramah serta produk atau jasa yang dibuat kemudian diberikan oleh konsumen memiliki kualitas baik dan tinggi akan meningkatkan kunjungan konsumen ke tempat usaha atau rumah makan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Penelitian yang dilakukan oleh [Sara, et al \(2017\)](#), [Andespa, et al \(2019\)](#) dan [Mayasari, et al \(2021\)](#) menunjukkan bahwa *physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *physical evidence* di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro menyediakan beberapa fasilitas seperti desain *wallpaper* yang indah dan hiasan jendela depan yang dibuat unik dan semenarik mungkin, area parkir yang luas, kesejukan ruangan karena pemberian AC yang tepat di ruangan makan, penataan kursi dan meja dengan bersih dan rapi, serta selalu menjaga kebersihan area rumah makan, toilet yang bersih walupun toilet hanya berjumlah 2 toilet. Dengan *physical evidence* yang baik dan memadai akan membuat konsumen merasakan kepuasan dengan nyaman dan aman berkunjung untuk menikmati masakan Sunda di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro. Jadi kesimpulan dari hasil penelitian membuktikan bahwa *physical evidence* atau bukti fisik di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai akan memberikan kepuasan bagi konsumen untuk berkunjung menikmati masakan yang memiliki ciri khas Sunda. Penelitian ini membuktikan penelitian yang dilakukan oleh [Sara, et al \(2017\)](#), [Andespa, et al \(2019\)](#) dan [Mayasari, et al \(2021\)](#) bahwa dengan keadaan bukti fisik meliputi desain interior dan desain eksterior yang dibuat indah dan semenarik mungkin dan fasilitas pendukung yang lengkap dan memadai akan membuat konsumen puas dan membuat berkunjung kembali.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Penelitian yang dilakukan oleh [Sara, et al \(2017\)](#), [Andespa, et al \(2019\)](#) dan [Mayasari, et al \(2021\)](#) menunjukkan bahwa *process* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa dengan proses yang efisien dan efektif dalam menyajikan makanan sampai ke konsumen lebih cepat dan tepat serta rapi membuat para konsumen menjadi lebih puas sehingga kunjungan ke Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro dapat berkali-kali. Proses penyajian makanan di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro sangat baik meliputi: (1) Tidak memerlukan waktu yang lama, karena para pengunjung dapat makan secara prasmanan dengan memilih sendiri aneka makanan yang sudah tersaji; (2) Untuk sajian menu sayur asemnya pengunjung di beri kebebasan untuk mengambil sendiri di tempat yang telah disediakan; (3) Dengan menu nasi para pengunjung diberi kebebasan untuk mengambil sendiri dengan porsi yang secukupnya yang di sesuaikan dengan porsi yang ditentukan sendiri. Jadi kesimpulan dari hasil penelitian membuktikan bahwa proses makanan sampai ke konsumen di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran memiliki waktu yang cepat, memiliki kebebasan untuk memilih menu sendiri sesuai dengan porsi yang diinginkan akan memberikan kepuasan bagi konsumen untuk berkunjung menikmati masakan yang memiliki ciri khas Sunda. Penelitian ini membuktikan penelitian yang dilakukan oleh [Sara, et al \(2017\)](#), [Andespa, et al \(2019\)](#) dan [Mayasari, et al \(2021\)](#) bahwa proses yang cepat dan tepat produk atau jasa sampai ke konsumen akan membuat kepuasan konsumen dan memutuskan akan membeli produk atau jasa tersebut.

KESIMPULAN

People berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena banyaknya orang-orang yang berkualitas bekerja dengan sepenuh hati melayani para konsumen di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro akan membuat para konsumen merasa puas yang akhirnya mau berkunjung kembali. Kemudian *Physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro menyediakan beberapa fasilitas yang baik dan memadai akan membuat konsumen merasakan kepuasan dengan nyaman dan aman berkunjung untuk menikmati masakan Sunda di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro. Selanjutnya *process* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung karena dengan proses yang efisien dan efektif dalam menyajikan makanan sampai ke konsumen lebih cepat dan tepat serta rapi membuat para konsumen menjadi lebih puas sehingga kunjungan ke Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro dapat berkali-kali.

SARAN

Saran Praktis

1. Untuk *people* diharapkan manajemen Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro juga perlu meningkatkan perekrutan yang lebih baik dalam menyeleksi karyawannya dengan melihat rekam jejak pengalaman kerjanya. Setelah itu melakukan pengembangan dan pelatihan kepada karyawan yang sudah ada baik dalam berkomunikasi dan melayani konsumen
2. *Physical evidence* terhadap keputusan berkunjung di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro sudah baik tetapi juga perlu ditingkatkan lagi seperti lingkungan area parkir diperluas lagi dan menambah kursi pelanggan di area ruang makan, agar banyaknya konsumen pada jam sibuk dapat terpenuhi tempat duduknya.
3. Untuk *process*, diharapkan kepada juru masak di Rumah Makan Ampera 2 Tak Cabang Veteran Bintaro tetap menjaga kualitas makanan (rasa, tampilan, porsi, aroma dan warna) agar dapat bermutu baik dan bagus.

Saran Teoritis

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mengambil responden lebih dari 100 orang agar bisa terwakili kekuatan pengaruhnya lemah atau kuat.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan variabel penelitian dapat ditambahkan lagi seperti teknologi, citra merek, media sosial, dan lain-lain.

REFERENSI

- Andespa, R., Wisanggara, R., Rasyad, F. H. S., & Adif, R. M. (2019). Pengaruh People, Process, dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Maqdis Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1):57-67.
- Angelina, G., Massie, J. D. D., Gunawan, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Era Pandemi (Studi Pada Konsumen The Body Shop Kota Manado). *Jurnal Emba*, 10(1): 208-219.
- Derwentyana, R. (2015). Studi Perbandingan Persepsi Konsumen Mengenai Penerapan Desain "Open Kitchen" dan "Close Kitchen" Pada Restoran Tradisional Indonesia. *Waca Cipta Ruang*, 1(2): 1-13. DOI:10.34010/wcr.v1i2.1666
- Dumadi., Wulandari, H. K., & Syaifulloh, M. (2021). Pengaruh Brand Image dan Harga Tiket Terhadap Minat Pengunjung Wisata Pulau Cemara Brebes. *Jurnal Value*, 16(2): 409-418. DOI: <https://doi.org/10.32534/jv.v16i2.2139>
- Effendy, M. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Pembelian Kartu Perdana di Kota Lubuklinggau. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang*, 2(1): 1-18.
- Garaika., & Marghana, H. (2019). Peran Seleksi (Selection) Tenaga Kerja Yang Tepat Terhadap Tercapainya Tujuan Organisasi. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(2), 133-141.
- Handayati, R., & Mahmudah, H. (2020). Analisis Pengaruh People, Physical Evidence, dan Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mitra Jaya Optik Lamongan. *Media Mahardika*, 18(3): 447-459.
- Jeanette, O. P. (2017). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Libreria Eatery. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 5(2): 444-458.

- Kristiutami, Y. P. (2017). Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Geologi Bandung. *Pariwisata*, 4(1): 53-62. DOI: <https://doi.org/10.31294/par.v4i1.1761>.
- Kurnia, N. A., & Sitorus, D. H. (2022). Pengaruh Beban Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Value*, 17(1): 48-57. DOI: <https://doi.org/10.32534/jv.v17i1.2536>
- Malau, R. M., Windia, W., & Agung, D. G. (2019). Faktor-faktor yang Menentukan Keputusan Konsumen dalam Pembelian dan Konsumsi Smoothie Bowl di Restoran Nalu Bowls Seminyak. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 8(3): 341-350.
- Mardhiyyah, N., Sulistyawati, A. S., & Rahyuda, I. (2019). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk di Hungry Bird Coffee Canggung. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 3(2): 54-68.
- Mayasari, I., Sugeng, N. M., & Ratnaningtyas, H. (2021). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional. *AT-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2): 135-147.
- Meilani, R., & Kartini, I. A. N. (2020). Pengaruh Product, People, dan Process Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Ekspedisi Cv. Hitam Oren Express (Hoe) di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1): 33-46.
- Mirzah, A. L., Gunawan, A. N. S., & Salayanti, S. (2018). Penerapan Pencahayaan Buatan Pada Interior Restoran Atmosphere Bandung di Malam Hari. *Idealog Ide dan Dialog Desain Indonesia*, 2(2):193-214.
- Nugroho, R., & Japarianto, E. (2013). Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Price dan Place Terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Coffee Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2): 1-9.
- Nurzaman., Hidayat, D., & Subarto. (2020). *Perencanaan SDM*. Pamulang: UNPAM PRESS.
- Pina., Zahara, Z., & Nirwan. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Pada Rumah Makan Khas Kaili Jalan Tembang di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 2(3): 199-206.
- Portania, C. N., & Indriyani, R. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Fungsi Sumber Daya Manusia Pada Restoran Kapin di Surabaya. *Agora*, 1(1): 1-11.
- Purnama, M. S. A. C., & Murwatingsih. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Proses Keputusan Berkunjung Ke Museum Ranggawarsita Semarang. *Management Analysis Journal*, 1(3): 1-10.
- Puspita, O. D. (2015). Physical Evidence of Small Theme Restaurant in Indonesia: A Case Study of Ramen House. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169: 289-295. DOI:10.1016/j.sbspro.2015.01.312
- Putro, S. W., Samuel, H., & Brahmana, R. K. M. R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1): 1-9.
- Rachmawan, R., & Rosiana, N. (2021). Strategi Pemasaran Restoran Sakabe Buffet Jakarta Pusat. *Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economic Journal) Fakultas Pertanian Universitas Garut*, 4(2): 384-404. DOI: <http://dx.doi.org/10.52434/mja.v4i2.1372>
- Sabrilia, T., Andari, R., & Abdullah, T. (2016). Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Happy Cow Palasari Bandung (Survey Pada Konsumen Di Happy Cow Palasari Bandung). *The Journal Gastronomy Tourism*, 3(1): 6-18
- Sara, F. M., Ningsih, C., & Andari, R. (2017). Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 4(1): 9-17.
- Sudarto, A., & Rumita R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia KPC Surabaya Selatan). *Industrial Engineering Online Journal*, 4(1): 1-11.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supartha, W. G., & Sintaasih, D. K. (2017). *Pengantar Perilaku Organisasi*. Denpasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Utomo, L. P., & Maskan, M. (2018). Pengaruh People dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian di Distro Virtual Merch Store Malang. *JAB: Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1): 322-327.
- Wahjoedin, D. F., & Setiawan, A. P. (2014). Perancangan Interior Restoran All You Can Eat Jepang di Surabaya. *Jurnal Intra*, 2(2): 342-347.

Wijaya, A, V., & Siswanto, C. (2013). Analisis Pengaruh People, Physical Evidence, dan Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Comedy Kopi Surabaya Town Square (Sutos). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(1): 1-13.