



PENGARUH KERAGAMAN MENU DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PUJASERA RTH SOLOK SELATAN DI PADANG ARO

Yuli Handayani^{1*}, Yerizal², Irma Auliyah Bismark³

^{*1,2}Manjemen, STIE Widyaswara indonesia, Indonesia

[1*handayaniyuli822@gmail.com](mailto:handayaniyuli822@gmail.com), [2Author2@gmail.com](mailto:Author2@gmail.com), [3Author3@gmail.com](mailto:Author3@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keberagaman menu dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Puja Sera RTH Padang Aro, Solok Selatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria pelanggan yang pernah mengunjungi Puja Sera RTH Padang Aro dalam enam bulan terakhir dan berusia minimal 18 tahun. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberagaman menu memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sementara lokasi berpengaruh tidak signifikan. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah perlu dilakukan pengelolaan keberagaman menu sebagai faktor utama untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Puja Sera RTH Padang Aro.

Kata kunci - Keberagaman Menu, Lokasi, Loyalitas Pelanggan

Abstract

This study aims to analyze the effect of menu diversity and location on customer loyalty at Puja Sera RTH Padang Aro, South Solok. The type of research used is quantitative research with a descriptive approach. The research sample consisted of 100 respondents selected using purposive sampling technique, with the criteria of customers who have visited Puja Sera RTH Padang Aro in the last six months and are at least 18 years old. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of SPSS software. The results of the study indicate that menu diversity has a significant effect on customer loyalty, while location has no significant effect. The managerial implication of this study is that it is necessary to manage menu diversity as the main factor to increase customer loyalty at Puja Sera RTH Padang Aro.

Keywords - Menu Diversity, Location, Customer Loyalty)

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang pesat, seiring dengan perubahan gaya hidup dan meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap makanan dan minuman. Perubahan tersebut tak hanya terbatas pada jenis makanan yang dikonsumsi, namun juga mencakup perubahan pola konsumsi dan preferensi tempat makan. Salah satu bentuk perkembangan usaha kuliner yang sangat populer di masyarakat adalah Pujasera (Putra, 2022) Pujasera merupakan tempat makan yang menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dalam satu area yang dirancang agar pengunjung dapat menikmati kuliner dari berbagai pilihan menu di bawah satu atap (Wibowo, 2019). Dengan demikian, Pujasera menghadirkan kenyamanan bagi pengunjung yang ingin menikmati beragam hidangan dalam suasana

yang santai dan ramah. Konsep ini sangat populer di kawasan perkotaan dan semakin mendapat tempat di daerah-daerah yang sedang berkembang. Di sisi lain, dalam sektor kuliner yang sangat kompetitif, keberadaan Pujasera tidak lepas dari tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam kesuksesan suatu usaha kuliner, termasuk Pujasera. Dalam dunia bisnis kuliner, loyalitas pelanggan sering kali menjadi indikator utama keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan konsumen terhadap suatu merek atau bisnis yang tercermin dalam perilaku pembelian berulang dan rekomendasi kepada orang lain. Menurut Kotler et al. (2022) didalam (Kusuma et al., 2024) loyalitas pelanggan adalah suatu sikap yang diwujudkan melalui perilaku pembelian secara konsisten terhadap suatu produk atau jasa dari perusahaan yang sama. Pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga cenderung mengabaikan tawaran dari pesaing dan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain (Bartosik-Purgat & Filimon, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya berkaitan dengan frekuensi pembelian, tetapi juga mencakup kedalaman hubungan emosional dan kepercayaan antara pelanggan dan perusahaan.

Fenomena yang terjadi di Pujasera RTH Padang Aro merupakan salah satu contoh usaha kuliner yang menghadirkan pengalaman makan di kawasan yang berbeda dengan kebanyakan Pujasera lainnya. Pujasera ini tidak hanya menawarkan berbagai macam hidangan, tetapi juga memanfaatkan konsep ruang terbuka hijau yang menyatu dengan alam. Hal ini memberikan keunikan tersendiri, karena pengunjung tidak hanya menikmati makanan, tetapi juga merasakan atmosfer alami yang menenangkan. Padang Aro, sebagai ibu kota dari Kabupaten Solok Selatan, memiliki daya tarik wisata alam yang kuat. Kawasan ini terkenal dengan keindahan alam pegunungan dan kebun teh yang menjadi ciri khas daerah ini. Oleh karena itu, keberadaan Pujasera di Padang Aro juga memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama dalam menarik wisatawan lokal maupun luar daerah. Namun, tantangan terbesar bagi pengelola Pujasera adalah bagaimana membuat pengunjung yang datang sekali untuk kembali lagi, yaitu dengan membangun loyalitas pelanggan.

Keberagaman menu yang ditawarkan di Pujasera RTH Padang Aro menjadi salah satu keunggulan yang bisa dijadikan alat untuk menarik pelanggan dari berbagai latar belakang dan selera. Selain itu, lokasi yang strategis di kawasan Padang Aro juga memudahkan akses bagi pengunjung yang ingin menikmati kuliner sambil bersantai di ruang terbuka. Meskipun berbagai keunggulan ini telah diterapkan, banyak pelanggan yang hanya datang sekali, tanpa kembali lagi. Hal ini menjadi pertanyaan penting yang mendorong penelitian ini untuk melihat lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berdasarkan teori perilaku konsumen menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan dalam membeli produk atau layanan. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebutuhan, keinginan, preferensi, dan pengalaman sebelumnya. Pada penelitian ini peneliti lebih fokus kepada keberagaman menu dan lokasi.

Secara konseptual, keberagaman menu dapat dipahami dalam beberapa aspek. Salah satunya adalah teori kepuasan pelanggan yang berpendapat bahwa kepuasan pelanggan terjadi ketika produk atau layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan (Safnur & Bismark, 2025) Dalam dunia kuliner, keberagaman menu yang luas dapat memenuhi berbagai preferensi dan kebutuhan pelanggan. Seperti yang dijelaskan oleh Hoyer et al. (2024) dalam teori perilaku konsumen, konsumen cenderung memilih produk atau layanan yang memberikan banyak pilihan, karena ini meningkatkan kemungkinan untuk mendapatkan pengalaman yang memuaskan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberagaman menu memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (Chrestina et al., 2017) menemukan bahwa variasi menu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. (Capriati, 2023) menambahkan bahwa keberagaman menu memperkuat hubungan emosional dengan pelanggan, yang berujung pada loyalitas. (Sinambela & Mardikaningsih, 2022) juga mengemukakan bahwa variasi produk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendorong kunjungan ulang. Secara keseluruhan, keberagaman menu tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan jangka panjang bagi merek atau tempat usaha.

Lokasi merupakan faktor selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan karena berkaitan dengan aksesibilitas, kenyamanan, dan persepsi pelanggan terhadap kemudahan dalam mencapai suatu tempat usaha. Rahmani, (2022) mengungkapkan bahwa lokasi yang mendukung suasana yang nyaman dan aman dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, sehingga menciptakan tingkat loyalitas yang tinggi. Dengan demikian, lokasi menjadi faktor yang tak terpisahkan dalam membangun loyalitas pelanggan. Menurut (Pratama et al., 2021) lokasi yang strategis meningkatkan kenyamanan pelanggan, yang berdampak pada kepuasan dan loyalitas. (Hartono & Purba, 2022) menambahkan bahwa lokasi yang mudah diakses cenderung meningkatkan frekuensi kunjungan dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. (Hakunta & Sujianto, 2022) juga menyatakan bahwa lokasi berperan penting dalam keputusan pembelian karena pelanggan sering mencari tempat yang dekat dengan aktivitas mereka. Kotler et al., (2022) dalam (Kusuma et al., 2024) menegaskan bahwa lokasi yang tepat membantu memperkuat posisi pasar dan brand image, yang mendorong loyalitas. Selain itu,

Banyak penelitian sebelumnya yang telah membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di sektor kuliner, baik dari sisi kualitas produk, pelayanan, hingga pengalaman pelanggan. Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih banyak dilakukan di kota besar dan tidak banyak yang mengkaji secara spesifik pengaruh keragaman menu dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di daerah-daerah seperti Padang Aro. Hal ini menjadi celah (gap) yang perlu dijawab dalam penelitian ini. Pujasera RTH Padang Aro dengan konsep yang berbeda, yaitu ruang terbuka hijau dan keragaman kuliner lokal, memberikan konteks yang unik dan relevan untuk diteliti lebih dalam. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki novelty yang signifikan, yaitu mengkaji secara spesifik pengaruh keragaman menu dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Pujasera yang terletak di kawasan dengan potensi wisata alam yang besar. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh keragaman menu dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Pujasera RTH Padang Aro, Solok Selatan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk mengukur hubungan dan pengaruh variabel-variabel yang diteliti terhadap loyalitas pelanggan pada Puja Sera RTH Padang Aro, Solok Selatan (Bairagi & Munot, 2019) dalam (Safnur & Bismark, 2025). Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengunjungi Puja Sera RTH Padang Aro, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Sampel ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan topik penelitian (Bairagi & Munot, 2019) dalam (Safnur & Bismark, 2025). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah berkunjung minimal satu kali ke Puja Sera RTH Padang Aro dalam enam bulan terakhir dan berusia minimal 18 tahun. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup terkait dengan variabel yang diteliti, yaitu keberagaman menu, lokasi, dan loyalitas.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen, yaitu keberagaman menu dan lokasi, serta satu variabel dependen, yaitu loyalitas pelanggan. Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner yang disusun dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Sebelum digunakan, instrumen ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas instrumen diuji menggunakan teknik korelasi product-moment Pearson, yang menunjukkan bahwa seluruh item dalam kuesioner memiliki korelasi yang signifikan dengan variabel yang diukur. Sementara itu, reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha, yang menghasilkan nilai di atas 0.7 untuk setiap variabel, yang menandakan bahwa instrumen penelitian ini reliabel dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel-variabel tersebut.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara distribusi kuesioner secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria sampel. Data dikumpulkan selama periode satu minggu menggunakan google form yang disebar secara online. Untuk memastikan bahwa sampel yang diambil mencakup berbagai demografis dan karakteristik pelanggan yang relevan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara yang hati-hati, dengan memberikan penjelasan yang jelas kepada responden

mengenai tujuan penelitian dan cara pengisian kuesioner, sehingga responden dapat memberikan jawaban yang objektif dan akurat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh keberagaman menu dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan. Analisis regresi berganda memungkinkan peneliti untuk menguji secara bersamaan pengaruh dari kedua variabel independen terhadap variabel dependen, serta mengetahui kontribusi masing-masing variabel terhadap loyalitas pelanggan. Sebelum dilakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi syarat untuk analisis regresi, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Janie, 2012). Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat lunak statistik SPSS 25. SPSS digunakan untuk menghitung nilai regresi, uji t, uji F, serta uji asumsi klasik. Selain itu, SPSS juga digunakan untuk memproses data kuesioner dan menghasilkan output yang digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai hubungan antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini disajikan Tabel 1 yang menggambarkan karakteristik responden dalam penelitian ini. Tabel ini mencakup berbagai informasi demografis yang penting, seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, jarak dari lokasi Pujasera RTH Padang Aro, frekuensi belanja, serta penghasilan responden. Karakteristik ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang profil responden yang terlibat dalam penelitian, yang dapat mempengaruhi hasil dan interpretasi analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Tabel ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna terkait dengan persepsi dan perilaku pelanggan Pujasera RTH Padang Aro.

Tabel 1.
Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	55	45.3
Perempuan	66	54.7
Usia		
18 - 25 tahun	45	37.2
26 - 35 tahun	30	24.8
36 - 45 tahun	25	20.7
46 tahun ke atas	21	17.3
Pekerjaan		
Pegawai Negeri/Pekerjaan Tetap	40	33.1
Wiraswasta	35	29
Pelajar/Mahasiswa	30	24.8
Lainnya	16	13.1
Jarak dari Lokasi Puja Sera		
< 5 km	25	20.7
5 - 10 km	65	53.7
> 10 km	31	25.6
Frekuensi Belanja		
1 - 2 kali per minggu	38	31.4
3 - 4 kali per minggu	45	37.2
Lebih dari 4 kali per minggu	38	31.4
Penghasilan		
< Rp 3.000.000	27	22.3
Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000	53	43.4
Rp 6.000.000 - Rp 9.000.000	34	28.1
> Rp 9.000.000	7	5.8

Tabel 1. di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, jarak dari lokasi Puja Sera, frekuensi belanja, dan penghasilan. Mayoritas responden adalah perempuan (54,7%), berusia antara 18 hingga 25 tahun (37,2%), dan bekerja sebagai pegawai negeri atau memiliki pekerjaan tetap (33,1%). Sebagian besar responden tinggal dalam jarak 5 hingga 10 km dari lokasi Puja Sera (53,7%) dan melakukan belanja sebanyak 3 hingga 4 kali per minggu (37,2%). Dalam hal penghasilan, mayoritas responden memiliki penghasilan antara Rp 3.000.000 hingga Rp 6.000.000 (43,4%). Data ini menunjukkan pola demografis yang dapat digunakan untuk memahami perilaku konsumen dan preferensi pasar.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan P-P Plot, dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Hal ini terlihat dari titik-titik data yang berada dekat dengan garis diagonal dalam grafik P-P Plot. P-P Plot adalah salah satu metode untuk memeriksa normalitas data, di mana distribusi data yang ideal menunjukkan pola yang sejajar dengan garis diagonal. Dalam penelitian ini, hasil P-P Plot menunjukkan bahwa sebaran data mengikuti distribusi normal, yang mengindikasikan bahwa analisis selanjutnya menggunakan uji parametrik dapat diterima. Oleh karena itu, asumsi normalitas data dapat dikatakan terpenuhi.

Hasil uji asumsi klasik pada model regresi menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas. Hal ini terlihat dari nilai Tolerance sebesar 0.468 untuk variabel Keragaman Menu dan Lokasi, yang lebih besar dari 0.1, serta nilai VIF sebesar 2.138 untuk kedua variabel, yang berada di bawah batas maksimum 10. Dengan demikian, model regresi dinyatakan memenuhi asumsi klasik multikolinearitas.

Tabel 2 berikut ini disajikan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dalam model regresi linier berganda. Uji ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Tabel 2.
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.818 ^a	.668	.662

Hasil uji determinasi yang ditunjukkan dalam tabel Model Summary menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0.668, yang berarti sekitar 66.8% variasi dalam variabel dependen (Loyalitas) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Lokasi dan Keragaman Menu. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0.662 menunjukkan bahwa model ini dapat menjelaskan variasi data dengan lebih baik setelah memperhitungkan jumlah variabel independen. Sisanya, sekitar 33.2%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model ini.

Selanjutnya pada Tabel 3 yang menunjukkan hasil uji t parsial (uji t) dalam analisis regresi linier berganda. Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai p-value kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti variabel independen tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel dan nilai p-value lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel ini memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Tabel 3.
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.236	1.585		1.411	.162
	Keragaman Menu	.672	.071	.813	9.514	.000
	Lokasi	.005	.068	.006	.069	.945

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi, persamaan regresi linier untuk model ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Loyalitas} = 2.236 + 0.672(\text{Keragaman Menu}) + 0.005(\text{Lokasi})$$

Berdasarkan hasil uji t, keragaman menu memiliki nilai t = 9.514 dan Sig. = 0.000. Karena nilai Sig. lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Lokasi memiliki nilai t = 0.069 dan Sig. = 0.945. Karena nilai Sig. lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas.

Lebih lanjut Tabel 4 yang menunjukkan hasil uji F simultan dalam analisis regresi linier berganda. Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh simultan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dan nilai p-value kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel dan nilai p-value lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	758.868	2	379.434	97.771	.000 ^b
	Residual	376.442	97	3.881		
	Total	1135.310	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Keragaman Menu

Hasil uji F menunjukkan nilai F = 97.771 dengan Sig. = 0.000. Karena nilai Sig. lebih kecil dari 0.05, maka model regresi yang melibatkan Keragaman Menu dan Lokasi sebagai prediktor secara keseluruhan signifikan dalam mempengaruhi Loyalitas.

Pembahasan

Pengaruh Keragaman menu terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin besar peluang untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang berbeda-beda, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas.

Keragaman menu merupakan salah satu faktor penting dalam industri kuliner yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka. Berdasarkan hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa keragaman menu berperan dalam membangun loyalitas pelanggan di Pujasera. Keragaman menu

memberikan pelanggan berbagai pilihan, yang memungkinkan mereka untuk menemukan makanan yang sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka. Ketika pelanggan merasa puas dengan pilihan yang tersedia, mereka lebih cenderung untuk kembali dan menjadi pelanggan setia. Keragaman menu yang ditawarkan oleh restoran atau tempat makan dapat menciptakan pengalaman yang menarik bagi pelanggan. Dengan menyediakan berbagai jenis menu yang dapat disesuaikan dengan preferensi masing-masing pelanggan, Puja Sera berhasil menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan rasa puas dan mendorong loyalitas.

Berpengaruhnya keberagaman menu terhadap loyalitas pelanggan dapat juga dilihat dari karakteristik responden yang mengungkapkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 18-25 tahun, kelompok usia yang dikenal lebih menyukai variasi dan eksperimen dalam hal makanan. Generasi muda cenderung lebih terbuka terhadap penawaran baru dan inovatif, serta lebih memilih tempat makan yang menyediakan berbagai pilihan menu. Keberagaman menu dapat memenuhi kebutuhan konsumen muda yang ingin mencoba berbagai jenis masakan tanpa merasa bosan dengan pilihan yang terbatas. Oleh karena itu, keragaman menu bukan hanya menjadi faktor yang meningkatkan kepuasan, tetapi juga menjadi faktor penting yang mendorong pelanggan untuk kembali. Selain itu, faktor keberagaman menu ini juga berperan dalam memperluas segmen pasar. Dengan menawarkan pilihan yang lebih banyak, Puja Sera dapat menarik lebih banyak konsumen dari berbagai latar belakang, baik itu dari segi selera, preferensi makanan, atau bahkan faktor kesehatan, seperti pilihan menu vegetarian atau bebas gluten.

Berdasarkan Teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Hoyer et al. (2024); Kotler et al. (2022); Schiffman & Wisenblit (2019); Solomon & Russell (2024) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan diperoleh ketika produk yang ditawarkan dapat memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan. Salah satu cara untuk melebihi ekspektasi ini adalah dengan menawarkan keragaman produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini, keragaman menu berperan sebagai faktor penting dalam menciptakan kepuasan, yang akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Capriati (2023); Chrestina et al. (2017); Hikmat et al. (2023); Natalia Mumu et al. (2021) menunjukkan bahwa keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam industri restoran. Mereka menemukan bahwa pelanggan yang diberikan lebih banyak pilihan menu cenderung merasa lebih puas dan akhirnya menjadi lebih loyal.

Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun lokasi sering dianggap sebagai salah satu faktor dalam menarik pelanggan baru, dalam kasus ini, lokasi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan karakteristik responden, sebagian besar pelanggan Pujasera tinggal dalam jarak 5-10 km dari lokasi. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi tidak terlalu menjadi kendala bagi pelanggan untuk mengunjungi Pujasera. Bahkan, jarak tersebut dapat dianggap relatif dekat, mengingat kemajuan transportasi dan mobilitas masyarakat saat ini. Dalam konteks ini, faktor lain seperti kualitas produk dan pengalaman pelanggan menjadi lebih penting daripada faktor geografis dalam membangun loyalitas.

Menurut teori perilaku konsumen, faktor lokasi memang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pertama kali, tetapi loyalitas jangka panjang lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, harga, dan pelayanan Kotler et al. (2022) Pelanggan yang merasa puas dengan produk dan layanan akan lebih cenderung untuk kembali, meskipun lokasi fisik mereka tidak dekat dengan tempat tersebut. Penelitian oleh Nurma Halika & Kiran Kharisma, (2024) juga menunjukkan bahwa dalam industri restoran, faktor kualitas menu dan pengalaman pelanggan lebih berpengaruh daripada faktor lokasi.

Pengaruh Keberagaman Menu dan Lokasi Terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keberagaman menu dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini berarti secara simultan, keberagaman menu dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh simultan antara keberagaman menu dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa kedua faktor ini saling melengkapi dalam membentuk loyalitas. Keberagaman menu memastikan bahwa pelanggan memiliki berbagai pilihan yang sesuai dengan preferensi mereka, sementara lokasi yang strategis memastikan aksesibilitas dan kenyamanan. Ketika kedua faktor ini dioptimalkan, pelanggan cenderung merasa lebih puas dan termotivasi untuk melakukan kunjungan berulang, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara variasi menu yang ditawarkan dan lokasi yang strategis dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas mereka.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiono (2021) yang menemukan bahwa keragaman menu berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian oleh Natalia Mumu et al. (2021) juga menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Keduanya menekankan pentingnya faktor-faktor tersebut dalam membangun loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keragaman menu memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sementara lokasi tidak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan. Variasi menu yang ditawarkan oleh Pujasera berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan, meningkatkan kepuasan mereka, dan pada akhirnya memperkuat loyalitas. Sebaliknya, meskipun lokasi dapat mempengaruhi keputusan awal untuk mengunjungi, faktor-faktor lain seperti kualitas produk dan pengalaman pelanggan lebih dominan dalam menentukan loyalitas jangka panjang.

Berdasarkan temuan penelitian ini, pemilik makanan di Pujasera perlu lebih fokus pada strategi peningkatan keragaman menu sebagai upaya utama untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Diversifikasi menu yang mencakup berbagai pilihan yang dapat memenuhi selera dan preferensi pelanggan akan menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk kembali. Dalam hal lokasi, meskipun faktor geografis tidak terlalu berpengaruh pada loyalitas, maka pemilik makanan harus menjaga kualitas produk dan pelayanan di setiap outlet untuk memastikan pelanggan merasa dihargai, terlepas dari lokasi fisik restoran.

DAFTAR PUSTAKA

- Bartosik-Purgat, M., & Filimon, N. (2022). *European consumers in the digital era: Implications of technology, media and culture on consumer behavior*. Taylor & Francis.
- Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022.* (2022).
- Capriati, Z. F. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Di Koperasi Visiana Bakti Tvri Jakarta. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 170–177.
- Chrestina, Y. A., Rahadhini, M. D., & Sriwidodo, U. (2017). Pengaruh Keragaman Menu, Kepercayaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(2).
- Hakunta, T., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Warung Kopi Tequila Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 787–802.
- Hartono, R., & Purba, T. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sugar Café Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1139–1147.
- Hasanan, U., & Harti. (2012). Pengaruh Keragaman Menu , Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Waroeng “ SS ” (Spesial Sambel) Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 1(1), 1–11.

- Ismawati, I., Haifa, H., & Maspufah, H. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Alam Pemandangan Arak-Arak Wringin Kabupaten Bondowoso. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 4(2), 154–167. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v4i2.990>
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS*. Semarang University Press.
- Kusuma, C. S. D., Huda, M., Sugiat, M., Widati, E., Lie, D., Anisah, H. U., Trimurti, C. P., Purba, P. Y., Silalahi, M., & Wahid, M. N. A. (2024). *Strategi Manajemen Bisnis: Dari Konsep ke Implementasi Efektif*.
- Pratama, I. G. A., Susanti, P. H., & Purwaningrat, P. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1388–1397.
- Putra, A. D. A. (2022). Analisis Perekonomian Masyarakat Pinggir Kali Ngrowo, setelah Pembangunan Pujasera di Desa Kutoanyar Kabupaten Tulungagung. *Journal of Social Research*, 1(10), 1140–1147.
- Safnur, F. A., & Bismark, I. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Kabupaten Solok Selatan. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(2), 119–124.
- Sinambela, E. A., & Mardikaningsih, R. (2022). Harga dan keberagaman produk serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan restoran. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 5(1), 37–47.
- Wibowo, S. H. (2019). AWARENESS INFLUENCE TAXPAYER, TAX AUTHORITIES AND KNOWLEDGE QUALITY SERVICE TAXPAYERS TAX INCOME TAX AVOIDANCE MEASURES AGAINST SMES (A Case Study Market Environment Pujasera Subang). *Journal of Taxation Analysis and Review*, 1(1), 28–49.
- Wirawan, Andi Andika, Sjahrudin, Herman, Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26.
- Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 431–441. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49014>