

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KONDISI RAMAH LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN DAPUR TEPI SAWAH KOTAMOBAGU

Sharul Prananto Amama¹, Muharto², dan Erna Manoppo³

¹²³Universitas Dumoga Kotamobagu

Sharul@gmail.com

Abstract . Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kondisi ramah lingkungan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Dapur Tepi Sawah Kotamobagu. Dengan persaingan ketat di sektor kuliner Kotamobagu, rumah makan ini perlu terus meningkatkan kualitas layanan dan menjaga kondisi lingkungan yang ramah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, melibatkan 55 responden pelanggan Dapur Tepi Sawah Kotamobagu yang dipilih secara acak. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ($p\text{-value} = 0,054 > 0,05$). Sebaliknya, kondisi ramah lingkungan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($p\text{-value} = 0,405 < 0,05$). Secara simultan, kualitas pelayanan dan kondisi ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($p\text{-value} = 0,083 < 0,05$). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,091 atau 9,1% menunjukkan bahwa kedua variabel ini menjelaskan sebagian kecil variasi keputusan pembelian, dengan 90,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, Ramah Lingkungan.

PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya globalisasi saat ini, sektor pariwisata dan kuliner memiliki potensi yang signifikan untuk mendorong perekonomian Kotamobagu. Kota ini kaya akan sumber daya alam dan budaya, yang menghadirkan beragam pilihan tempat makan yang unik dan menarik. Salah satu tempat makan yang terkenal adalah "Dapur Tepi Sawah," yang tidak hanya menyediakan pilihan hidangan lezat tetapi juga suasana yang menakjubkan dan tenang. Konsep ini menjadi daya tarik bagi mereka yang ingin menikmati hidangan sambil menikmati pemandangan yang indah. Meskipun demikian, dengan semakin banyaknya tempat makan di Kotamobagu, Dapur Tepi Sawah harus terus meningkatkan kualitas dan layanannya agar tetap menjadi tujuan favorit para tamu. "Keputusan untuk membeli adalah alasan konsumen membuat pilihan mengenai pembelian produk berdasarkan kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Menurut Fandy Tjiptono dalam (Yennin Arfah, 2020). Hal ini dapat menimbulkan rasa puas atau tidak puas terhadap suatu produk. Tingkat kepuasan pelanggan selama bertransaksi dipengaruhi oleh pengaruh eksternal, atau stimulus. Banyak pengusaha yang unggul dalam persaingan dengan memanfaatkan prospek bisnis yang tersedia dan berupaya menjalankan teknik pemasaran yang efektif untuk membangun dan mempertahankan pelanggan terhadap produk mereka. Sikap konsumen yang menolak terlihat jelas dalam loyalitas yang ditunjukkan oleh pelanggan terhadap suatu produk. Untuk mengelola bisnis secara efektif, pemilik

perlu mengidentifikasi strategi yang akan menghasilkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dicapai ketika pemasaran memberikan standar layanan tertinggi. Kualitas layanan memainkan peran penting dalam membina hubungan positif dengan kepuasan konsumen. Kualitas yang tinggi dapat memotivasi konsumen untuk membangun hubungan yang kuat dengan operator bisnis. Dengan cara ini, pelaku bisnis dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengurangi atau mungkin menghilangkan pengalaman negatif pelanggan. Tindakan pembelian suatu produk biasanya dilakukan oleh individu yang terlibat langsung dalam pilihan untuk memperoleh barang yang disediakan oleh vendor. Dalam kerangka ini, ada dua elemen utama yang diyakini memengaruhi pilihan pembelian konsumen, yaitu kualitas pelayanan dan kondisi yang ramah lingkungan. Fenomena ini juga didukung oleh tren wisata kuliner yang terus berkembang. Sebuah studi yang dilakukan oleh Global Data pada tahun 2022 menunjukkan bahwa 60% pengunjung restoran cenderung memilih tempat makan yang menyediakan pengalaman unik dan berkelanjutan. Hal ini menunjukkan adanya hubungan penting antara kualitas pelayanan yang unggul, kondisi ramah lingkungan, dan konsumen saat membeli. Meningkatnya jumlah kuliner setiap tahunnya menjadi pendorong pertumbuhan sektor ritel makanan dan minuman di Kotamobagu. Kehadiran gerai makanan cepat saji, rumah makan, pedagang kaki lima, kafe, dan toko minuman modern menunjukkan persaingan yang ketat di industri ritel makanan dan minuman di Kotamobagu (Sijabat & Martini, 2024).

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam industri perhotelan, yang meliputi layanan bersantap. Pelanggan menginginkan lebih dari sekadar makanan lezat; mereka mencari pengalaman yang menyenangkan secara keseluruhan. Elemen yang meningkatkan kualitas layanan meliputi keramahan staf, ketepatan waktu pengiriman makanan, kerapian tempat, dan fasilitas yang tersedia. Ketika Dapur Tepi Sawah unggul dalam memberikan layanan yang memuaskan dan terpuji, pelanggan merasa dihargai dan lebih cenderung untuk berkunjung kembali. Perilaku konsumen meliputi pilihan yang dibuat dalam pembelian. Perilaku ini meliputi tindakan yang terkait erat dengan perolehan dan pengambilan keputusan barang dan jasa, di samping tahap pengambilan keputusan yang terjadi sebelum dan sesudah tindakan tersebut. Pilihan pembelian konsumen juga dibentuk oleh rutinitas mereka. Pola pembelian ini meliputi waktu pembelian, jumlah barang yang dibeli, dan lokasi terjadinya transaksi.(Rusmiyanto, 2022).

Kondisi ramah lingkungan semakin menjadi perhatian masyarakat, terutama saat memilih tempat makan. Ide untuk kembali menyatu dengan alam yang diusung Dapur Tepi Sawah, menarik bagi mereka yang mengutamakan keramahan lingkungan. Mewujudkan suasana yang peduli lingkungan dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk pengelolaan sampah yang efektif, pemanfaatan material yang berkelanjutan, serta menjaga estetika dan kebersihan lingkungan sekitar. Jika Dapur Tepi Sawah berhasil menegakkan standar ramah lingkungan ini, pengunjung akan merasakan kenyamanan dan ketenangan saat makan dan akan memiliki persepsi yang baik terhadap tempat makan tersebut.

Keputusan pembelian dilakukan melalui serangkaian langkah yang dipengaruhi oleh berbagai elemen. Selain kualitas layanan dan kondisi ramah lingkungan yang dapat memengaruhi perilaku pembelian, aspek-aspek seperti harga, menu yang tersedia, dan penawaran khusus juga berperan. Sebagaimana dinyatakan oleh Musfar (2020:22), keputusan pembelian melibatkan evaluasi berbagai pilihan yang tersedia dan pemilihan satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan kriteria tertentu. Keputusan pembelian mencerminkan kecenderungan individu untuk memperoleh atau memanfaatkan suatu produk, baik barang maupun jasa, yang mereka yakini akan memenuhi kebutuhan mereka, bersama dengan penerimaan potensi risiko yang terlibat. Pilihan yang dibuat oleh konsumen pada dasarnya merupakan kompilasi dari beberapa keputusan terstruktur. Rumah Makan Dapur Tepi Sawah Kotamobagu dapat ditemukan di Jln. Matali, di Kotamobagu Timur, Sulawesi Utara. Posisinya cukup menguntungkan, menjadikannya tempat singgah populer bagi warga Kotamobagu dan penduduk dari daerah Minahasa dan Bolmong-Raya. Dengan meningkatnya permintaan akan pengalaman kuliner yang beragam, Dapur Tepi Sawah meluncurkan gerai baru pada pertengahan tahun 2023. Lanskap kuliner di Kotamobagu berkisar dari rumah makan kecil hingga tempat makan yang lebih besar. Penelitian ini bertujuan sebagai berikut: Menganalisis pengaruh kualitas

pelayanan dan kondisi ramah lingkungan terhadap keputusan pembelian di rumah makan Dapur Tepi Sawah Kotamobagu.

KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sendiri merupakan pengukur kualitas level pelayanan yang telah diberikan perusahaan terhadap pelanggannya yang diwujudkan perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan hal terpenting dalam bisnis Food & Beverage, dan menjadi faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menguntungkan para pemilik usaha dalam mencari pelanggan yang loyal dan membuat bisnis tersebut lebih dikenal karena menyajikan pelayanan yang sangat memuaskan. Dalam membangun suatu usaha Food & Beverage, pemilik usaha harus menentukan standar kualitas pelayanan yang harus dimiliki oleh para pegawainya sehingga standar tersebut akan membawa hasil yang maksimal. Kualitas pelayanan merupakan karakteristik sebuah pelayanan yang menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang nyata maupun yang tersembunyi. Kualitas pelayanan sebagai kapasitas perusahaan untuk memenuhi janjinya, dengan menyediakan barang dan jasa yang memenuhi harapan pelanggan. Persepsi pelanggan tentang kualitas layanan didasarkan pada sebuah perbedaan antara apa yang sebenarnya diterima dan yang diantisipasi oleh mereka (Nasution & Blanco, 2023).

Kondisi Ramah Lingkungan

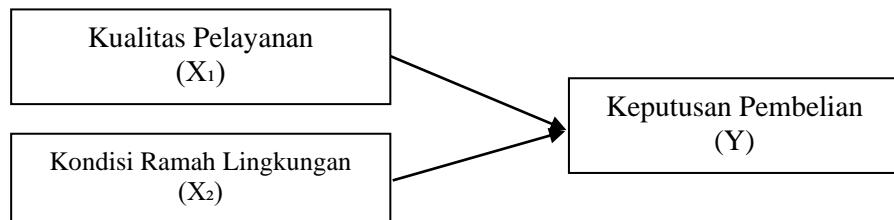
Kondisi ramah lingkungan mencakup keberlanjutan dan pemasaran yang terkait dengan produk dan layanan, beserta peraturan, standar, dan strategi yang ditujukan untuk mengurangi dan membatasi dampak negatif terhadap lingkungan atau ekosistem. Ini termasuk tidak menyebabkan kerusakan pada ekosistem atau lingkungan. Metode mudah untuk mengadopsi gaya hidup ramah lingkungan adalah dengan meminimalkan konsumsi plastik. Untuk membantu mengurangi sampah plastik, banyak lokasi ritel kini wajibkan pembeli membawa tas belanja mereka sendiri. Sering kali, pembelian dimasukkan ke dalam kotak kardus.

Keputusan Pembelian

Sebagaimana dikemukakan oleh Marlius (2017), keputusan akhir mengenai suatu produk merupakan hasil dari suatu proses berpikir yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen sebagai partisipan aktif dalam mengevaluasi dan mempertimbangkan selama perolehan suatu produk atau jasa tertentu (Sipayung & Rustam, 2022). Melakukan pembelian melibatkan pemilihan dari beberapa pilihan yang tersedia, yang menunjukkan bahwa untuk membuat suatu pilihan, harus ada berbagai alternatif. Tindakan memutuskan untuk membeli dapat memengaruhi bagaimana kerangka pengambilan keputusan dilibatkan (Schiffman dan Kanuk, 2009:30). Hal ini sejalan dengan penjelasan Sumarwan (2011:357) bahwa untuk membeli itu memerlukan pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih alternatif yang memungkinkan. Di sisi lain, Kotler (2012:166) menjelaskan bahwa proses keputusan pembelian mencakup lima fase berbeda yang dilalui konsumen sebelum menyelesaikan pembelian dan juga berlanjut setelah perolehan. Perilaku konsumen mengkaji bagaimana individu, rumah tangga, atau organisasi berpikir dan bertindak sebelum melakukan pembelian, di samping perilaku mereka setelah memperoleh dan menggunakan suatu produk, layanan, atau konsep. Dari ikhtisar yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengumpulan dan pengintegrasian informasi dan wawasan untuk menghasilkan dua atau lebih tindakan alternatif, yang pada akhirnya memilih satu tindakan, yang terlihat dalam pendekatan masing-masing individu atau organisasi sebelum menyelesaikan pembelian (Rafqi Ilhamalimy & Mahaputra, 2021).

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang diungkapkan diatas maka dapat dikemukakan kerangka pemikiran penelitian sebagaimana terlihat pada bagan berikut:



Gambar 1.Kerangka berpikir

Pada setiap sub-sub bab kajian pustaka ditulis dengan huruf kapital di setiap awal kata kecuali kata hubung/ kata sambung ditulis dengan huruf kecil keseluruhan. Dengan format ukuran font 11, spasi 1, bold, tanpa space after paragraph.

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan dapur tepi sawah kotamobagu
- H2: Kondisi ramah lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Dapur Tepi Sawah Kotamobagu
- H3: Kualitas pelayanan dan kondisi ramah lingkungan berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Dapur Tepi Sawah Kotamobagu

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Secara umum terdapat dua kategori dalam metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan angka-angka sebagai data yang kemudian dianalisis menggunakan statistic. Penelitian ini dilaksanakan terhadap pengunjung di rumah makan dapur tepi sawah kotamobagu dan Masyarakat sekitar dengan lama waktu penelitian 2 (dua) bulan dimulai bulan mei 2025 sampai dengan bulan juni 2025.

Variable Penelitian

Penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu variabel bebas (x_1, x_2) dan variabel terikat (y) di mana variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kondisi ramah lingkungan dan yang menjadi variabel terikat ini adalah keputusan pembelian. kualitas pelayanan dapat bervariasi tergantung pada konteks penelitian atau aplikasi yang digunakan. Namun, secara umum, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan, yang mencakup berbagai dimensi. Variabel ini diukur melalui indikator 1) Keramahan Staf; 2) Ketepatan Waktu Pengiriman Makanan; 3) Kerapian Tempat; 4) Fasilitas Yang Tersedia. Variabel Kondisi ramah lingkungan mengacu pada situasi yang melindungi lingkungan atau memberikan kontribusi positif terhadapnya. Konsep ramah lingkungan dapat diungkapkan dalam berbagai cara, termasuk melalui cara hidup, barang, metode, dan teknologi seseorang. Variabel ini diukur melalui indikator berikut: 1) Membuang sampah; 2) Sumber Bahan Makanan; 3) Kebersihan Lingkungan; 4) Penggunaan plastik. Sedangkan Keputusan pembelian merupakan jenis perilaku konsumen yang memengaruhi bagaimana individu membuat keputusan tentang pembelian sebelum melakukan

tindakan setelah membeli. Dalam konteks ini, orang, kelompok, dan organisasi memilih, memperoleh, dan memanfaatkan produk, layanan, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Ernawati, 2021). Variabel ini diukur melalui indikator berikut: 1) Pembelian Ulang; 2) Rekomendasi; 3. Kemasan/Merek Produk; 4) Jumlah Pembelian, dan 5. Kebutuhan.

Populasi dan Sampel

Menurut uraian Sugiyono (2017:80), istilah populasi mengacu pada kategori luas yang meliputi item atau individu yang memiliki ciri atau kualitas tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dianalisis dan disimpulkan. Selain itu, Sugiyono (2017:81) menegaskan bahwa sampel merupakan segmen karakteristik atau angka dalam populasi. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini berfokus pada Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kondisi Ramah Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian di RM Dapur Tepi Sawah Kotamobagu. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 55 responden yang datang mengunjungi rumah makan dapur tepi sawah kotamobagu (Patmala & Fatihah, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil olahan data diperoleh hasil uji normalitas data seperti pada table dibawah ini.

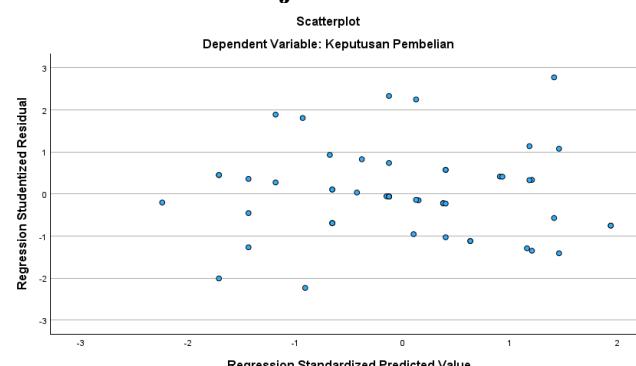
Table 2. Hasil Uji Normalitas Data Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	1.24490459
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.100
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.085

Sumber: Hasil Olahan data SPSS (2025)

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan metode kolmogorov Smirnov didapatkan nilai sig $> 0,05$ atau $0,085 > 0,05$ artinya variabel dapat dikatakan normal. Hasil pengolahan data pada penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

Gambar 2. Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil Olahan data SPSS (2025)

Gambar 2 menunjukkan bahwa uji heterokesdastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-

titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga data layak dipakai.

Table 3. Hasil Uji Mutikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>(Constant)</i>		
1	Kualitas Pelayanan	.976
	Kondisi R. Lingkungan	.976

Sumber : Olah data SPSS (2025)

Dari output di atas dapat diketahui menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF < 10 . Hasil perhitungan menghasilkan nilai dibawah angka 1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi tersebut.

Table 4. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
<i>(Constant)</i>			
1	Kualitas Pelayanan	.209	.106
	Kondisi R. Lingkungan	.100	.119

Sumber : Olah data SPSS, 2025

Persamaan Regresi $Y = 14,946 + 0.209 X_1 + 0,100 X_2$ menggambarkan bahwa variabel bebas (*independent*) Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kondisi Ramah Lingkungan (X_2) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan jika satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (*dependent*) Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar nilai koefisien (b) dari nilai variabel independen tersebut.

Hasil tersebut mengandung arti :

- 1) Konstanta (α) sebesar 14,946 memberikan pengertian bahwa jika Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kondisi Ramah Lingkungan (X_2) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 14,946 satuan.
- 2) Jika nilai b_1 yang merupakan koefisien regresi dari Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,209 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_1) bertambah 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,209 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.
- 3) Jika nilai b_2 yang merupakan koefisien regresi dari Kondisi Ramah Lingkungan (X_2) sebesar 0,100 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Kondisi Ramah Lingkungan (X_2) bertambah 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,100 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Table 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2	4.210	2.616	.083 ^b
	Residual	52	1.609		
	Total	54			

Sumber : Olah data SPSS, 2025

Dari tabel di atas menunjukkan uji hipotesis F. Hasil analisis didapatkan Uji Simultan (uji F) dengan tingkat signifikan p-value = $0,083 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kondisi Ramah Lingkungan(X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 6. Hasil Uji T

Model	t	Sig
(Constant)	6.063	<.001
1 Kualitas Pelayanan	1.972	.054
Kondisi R. Lingkungan	.840	.405

Sumber : Olah data SPSS, 2025

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki tingkat signifikansi p-value = $0,054 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak atau Kualitas Pelayanan(X_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Kondisi Ramah Lingkungan (X_2) memiliki tingkat signifikansi p-value = $0,405 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau Kondisi Ramah Lingkungan(X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda (R)

Mod el	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.302 ^a	.091	.056	1.26862	

Sumber : Olah data SPSS, 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi. Nilai Koefisien Determinasi adalah 0,091 atau 9,1% Artinya pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kondisi R. Lingkungan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 9,1% dan sisanya sebesar 90,9% di pengaruh variabel lain.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Dalam dunia usaha, khususnya pada sektor bisnis restoran atau rumah makan, kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang mencerminkan industry profesionalisme dan pengelolaan usaha tersebut. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi dan emosi konsumen yang terbentuk melalui pengalaman mereka saat berinteraksi dengan pihak penyedia jasa, baik dalam hal pelayanan langsung maupun penggunaan produk yang ditawarkan. Persepsi tersebut mencerminkan penilaian subjektif konsumen terhadap layanan yang mereka terima dibandingkan dengan harapan mereka sebelumnya. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai karakteristik atau atribut dari suatu layanan yang menunjukkan sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang tampak (eksplicit) maupun yang tersembunyi (implisit).

Dengan kata lain, kualitas pelayanan mencerminkan kapasitas industry dalam memenuhi janji kepada pelanggan melalui penyediaan produk dan jasa yang sesuai dengan ekspektasi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di rumah makan Dapur Tepi Sawah Kotamobagu. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun peningkatan atau penurunan kualitas pelayanan cenderung berdampak positif terhadap keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa, pengaruh tersebut tidak cukup kuat atau konsisten secara industry. Penelitian yang dilakukan oleh Andriyani (2024) pada penelitian tentang restoran legendaris di Malang menemukan bahwa: *“quality service has a positive impact on the positive emotions of the customers... The positive emotions... automatically define their satisfaction and... drive them to become a loyal customer”*.

Penelitian Gagic, et al, (2013) meneliti komponen kualitas restoran yang mempengaruhi kepuasan tamu, menyimpulkan bahwa: “*vital components of restaurant quality ... affect guest satisfaction.*”, telah memberi dasar teoretis bahwa kualitas pelayanan memang penting di *industry* restoran. Hasil penelitian ini mendukung pernyataan bahwa kualitas pelayanan terkait erat dengan persepsi, emosi, dan keputusan pembelian dan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa restoran.

Pengaruh Kondisi Ramah Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian

Kesadaran konsumen akan keberlanjutan lingkungan terus meningkat, yang mendorong perubahan perilaku dalam memilih produk dan layanan berorientasi ekologis. Menurut Yoon & Joung (2019), faktor-faktor seperti norma sosial, persepsi kealamian, dan harga berpengaruh signifikan terhadap niat membeli produk ramah lingkungan (Yoon, & Joung, 2019). Selain itu, konsep pemasaran hijau (green marketing) juga terbukti efektif dalam menciptakan citra positif pada merek dan meningkatkan minat beli konsumen (Purwaningrum, 2016).

Aspek ramah lingkungan dalam konteks ini mencakup prinsip keberlanjutan dan praktik pemasaran yang memperhatikan dampak ekologis. Misalnya, penerapan regulasi plastik berbayar ataupun larangan kantong plastik sekali pakai telah berhasil meningkatkan kesadaran publik. Studi di Jember menunjukkan bahwa kebijakan kantong plastik berbayar pada minimarket secara signifikan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap pengurangan sampah plastik (Putri Mardiawan, A., & Yushardi. (2024). Selain itu, kampanye pengurangan plastik sekali pakai di wilayah urban mengalami pengurangan hingga 40% dalam setahun (Wigati, dkk, 2023).

Langkah umum yang diadopsi berbagai pelaku usaha, termasuk rumah makan, adalah mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Berdasarkan regulasi Gubernur DKI Jakarta No. 142/2019, pelarangan kantong plastik di pusat perbelanjaan dan pasar bertujuan menekan limbah plastik (Febriansyah, et al., 2024). Praktik serupa, seperti penggunaan tas belanja kain dan kotak kardus, mengindikasikan kesesuaian strategi pemasaran hijau dengan perilaku konsumen yang semakin cenderung mempertimbangkan dampak lingkungan (Yoon, & Joung, 2019). Dengan demikian, kondisi ramah lingkungan yang mencakup kepatuhan terhadap regulasi, penggunaan kemasan berkelanjutan, dan strategi green marketing telah menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian di segmen bisnis kuliner, termasuk Rumah Makan Dapur Tepi Sawah Kotamobagu. Konsumen cenderung lebih memilih tempat makan yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan, mengingat meningkatnya perhatian pada isu-isu lingkungan saat ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kondisi Ramah Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas Pelayanan menjadi semakin penting dalam pilihan konsumen karena dampaknya terhadap ekspektasi pembeli selama memesan makanan atau minuman, yang pada akhirnya memengaruhi penerimaan produk. Penelitian Siti Marcellina dkk. (2023) pada restoran cepat saji di Jakarta menemukan bahwa *service quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction* (Marcellina, dkk 2023). Di samping itu, Hendria, dkk (2025) dalam konteks restoran tradisional di Padang juga menegaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Hendria, dkk (2025)). Temuan di Dapur Tepi Sawah selaras dengan studi Mutia & Surono (2022), menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Gong & Yi (2018) melaporkan dalam *Psychology and Marketing* bahwa: “*The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and happiness in five Asian countries.*”. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan akan mempengaruhi keputusan pembelian dan pada akhirnya kepuasan konsumen.

Kondisi Ramah Lingkungan mendorong individu untuk lebih sadar terhadap risiko lingkungan dan memilih produk atau layanan yang lebih hijau. Hasanah et al. (2023) menyatakan bahwa kesadaran lingkungan mencakup pemahaman, niat, dan perilaku menuju praktik berkelanjutan (Hasanah, et al. (2023). Secara internasional, Kwok & Huang (2019) menemukan bahwa konsumen restoran berkelas siap membayar lebih untuk layanan ramah lingkungan, dan adopsi praktik hijau memengaruhi loyalitas dan niat beli pelanggan (Kwok, & Huang, 2019; DiPietro, et al, 2013). Oleh

karena itu, temuan di Dapur Tepi Sawah yang menunjukkan dampak positif dan signifikan dari kondisi ramah lingkungan terhadap keputusan pembelian juga didukung oleh studi internasional tersebut.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari analisis di atas menunjukkan bahwa sektor pariwisata dan kuliner di Kotamobagu, khususnya Rumah Makan Dapur Tepi Sawah, memiliki potensi besar untuk mendukung perekonomian lokal. Kualitas pelayanan dan kondisi ramah lingkungan terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Meskipun kualitas pelayanan memiliki dampak positif, pengaruhnya tidak signifikan, sedangkan kondisi ramah lingkungan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen saat ini semakin memperhatikan aspek keberlanjutan dan pengalaman unik saat memilih tempat makan, yang mencerminkan tren wisata kuliner yang berkembang. Oleh karena itu, Dapur Tepi Sawah perlu terus meningkatkan kualitas layanan dan menerapkan praktik ramah lingkungan untuk mempertahankan daya tariknya di tengah persaingan yang ketat. Dengan demikian, strategi pemasaran yang efektif dan fokus pada kepuasan pelanggan akan menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan pertumbuhan bisnis di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Rafqi Ilhamalimy, R., & Mahaputra, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 85–97. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.604>

Sijabat, D. M., & Martini, N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Mie Gacoan Cabang Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(June), 125–132. <http://www.jurnal.peneliti.net/index.php/J>

Rusmiyanto. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 91–97. <https://doi.org/10.54622/academia.v2i2.43>

Manoppo, E., Soegoto, A. S., Mokoginta, J. S. L., Mokoginta, S. C., & Mappasompe, R. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Disiplin Kerja Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Kecamatan Lolak Kabupaten Bolaang Mongondow. *JMBI UNSRAT (Jur)*

Nasution, D. Z., & Blanco, M. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di One Zo Pantai Indah Kapuk. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 307. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3653>

JournalHABITAT, Vol. 35 (1), 8-18. DiPietro, R., Yang, Y., & Charles, C. 2013. Customers' perception and behavioral intention towards green-certified restaurants. (Cited in research) (researchgate.net)(Manoppo et al., 2023)

Kwok, L., & Huang, R. (2019). Influence of green practices on customer satisfaction and behavioural intentions in upscale restaurants. Spring 2022 (preprint). (researchgate.net)

(Marcellina, S., Riorini, S. V., & Saninaya, A. N. (2023). Pengaruh Service Quality, Price, dan Environment Terhadap Customer Satisfaction pada Fast Food Restaurant. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(2), 307–319.)

Wigati, M. S., Raharja, S., & Yuwana, R. Y. (2023). Pengurangan Pemanfaatan Plastik Sekali Pakai... di Wilayah Urban. *Akselerasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.1 (1), 26–31.)

Sari, N. (2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Pelanggan Go-Food di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1),

26–42. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.774>)