SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009
Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389
Vol. 9, No. 2, April 2026

Pengaruh People dan Physical Facilities terhadap Kepuasan Konsumen di Mixue Ciparay

Shifa Nurfitria HR[1], Triyani[2]
Universitas Wanita Internasional, Indonesia
triyani@iwu.ac.id
Email korespondensi: Shifanurfitriahr12@gmail.com

Submitted: 14th January 2026 | **Edited**: 18th February 2026 | **Issued**: 01st April 2026

Cited on: Nurfitria HR, S., & Triyani, T. (2026). Pengaruh People dan Physical Facilities terhadap Kepuasan Konsumen di Mixue Ciparay. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, *9*(2), 490-498.

ABSTRACT

The rapid growth of franchise-based beverage outlets in Indonesia has intensified competition, making service quality and physical environment critical determinants of customer satisfaction. This study addresses existing service and facility-related issues observed at the Mixue Ciparay outlet, which may affect customer perceptions and repeat visits. The purpose of this research is to examine the influence of people and physical facilities on customer satisfaction at Mixue Ciparay. A quantitative approach was employed using a survey method. Data were collected from 100 customers through structured questionnaires and analyzed using SPSS version 27. The analysis included validity and reliability tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that people have a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 2.830$; $p < 0.05$), while physical facilities show a stronger positive and significant influence ($t = 5.770$; $p < 0.05$). Simultaneously, both variables significantly affect customer satisfaction ($F = 77.738$; $p < 0.05$), explaining 61.6% of the variance. These findings highlight that customer satisfaction in franchise beverage outlets is shaped by the combined role of employee service quality and well-managed physical facilities, emphasizing the need for balanced operational management at the outlet level.

Keywords: People, Physical Facilities, Customer Satisfaction, Franchise Outlet, Service Marketing

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan paling konsisten di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2024), sektor waralaba makanan dan minuman mendominasi hampir setengah pangsa pasar waralaba nasional serta memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) non-migas. Sejalan dengan hal tersebut, Badan Pusat Statistik (2024) mencatat peningkatan jumlah unit usaha, tenaga kerja, dan nilai penjualan industri makanan dan minuman dari tahun 2019 hingga 2023. Kondisi ini mencerminkan tingginya intensitas persaingan yang menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga memberikan pengalaman layanan yang memuaskan bagi konsumen.

Dalam konteks pemasaran jasa, kepuasan konsumen menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha. Konsumen saat ini tidak hanya menilai kualitas produk,

tetapi juga memperhatikan kualitas layanan dan pengalaman yang dirasakan selama proses pembelian. Shamim et al. (2024) menegaskan bahwa pengalaman pelanggan di dalam gerai memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian ulang, terutama pada bisnis ritel dan minuman modern. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan konsistensi layanan yang berkualitas guna membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen (Hadi et al., 2025).

Salah satu pendekatan yang umum digunakan dalam pemasaran jasa adalah bauran pemasaran jasa (7P), di mana unsur people dan physical facilities memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen. Unsur people berkaitan dengan sikap, perilaku, dan kemampuan karyawan dalam berinteraksi dengan konsumen. Karyawan dipandang sebagai representasi langsung perusahaan sehingga kualitas interaksi layanan sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen (Dewianawati et al., 2023). Sementara itu, physical facilities mencakup kondisi lingkungan fisik seperti kebersihan, kenyamanan, tata ruang, dan kelengkapan fasilitas yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh konsumen (Bharmawan & Hanif, 2022). Kedua unsur tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif.

Mixue sebagai merek waralaba minuman telah mengalami ekspansi yang sangat pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Data dari Katadata.co.id (2024) menunjukkan bahwa jumlah gerai Mixue meningkat signifikan, khususnya di wilayah Pulau Jawa. Pertumbuhan yang cepat ini mencerminkan tingginya minat pasar, namun di sisi lain menuntut pengelolaan operasional yang konsisten pada setiap cabang, terutama terkait kualitas sumber daya manusia dan fasilitas fisik. Ketidakseimbangan antara ekspansi bisnis dan pengelolaan layanan berpotensi menurunkan kepuasan konsumen dan berdampak pada keberlanjutan usaha (Aprillia et al., 2025).

Mixue Ciparay yang berlokasi di Jl. Raya Pacet No. 18, Kabupaten Bandung, merupakan salah satu gerai dengan tingkat kunjungan yang relatif tinggi dibandingkan gerai Mixue lainnya di wilayah yang sama. Data internal menunjukkan rata-rata transaksi harian mencapai sekitar 150 transaksi. Namun demikian, hasil observasi dan ulasan konsumen pada platform daring menunjukkan adanya keluhan terkait kebersihan gerai, ketepatan pesanan, serta sikap karyawan dalam melayani pelanggan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengelolaan people dan physical facilities di tingkat gerai masih perlu ditingkatkan agar mampu memenuhi ekspektasi konsumen.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen, terutama pada sektor perhotelan, kafe independen, dan layanan publik. Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji keterkaitan antara people dan physical facilities pada gerai waralaba minuman cepat saji dengan konteks lokal masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki relevansi empiris untuk mengisi celah penelitian tersebut dengan fokus pada gerai Mixue Ciparay sebagai objek kajian.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh people dan physical facilities terhadap kepuasan konsumen di Mixue Ciparay. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian pemasaran jasa, serta menjadi dasar pertimbangan manajerial bagi pengelola gerai dalam meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas fisik guna menjaga kepuasan serta loyalitas konsumen.

LANDASAN TEORI

Orang (People)

People adalah salah satu elemen penting dari bauran pemasaran jasa (7P) yang secara langsung mempengaruhi sumber daya manusia yang digunakan dalam proses layanan. Kotler et al. (2024) menyatakan bahwa people mencakup semua orang yang terlibat dalam penyediaan layanan dan memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap pendapat konsumen tentang kualitas layanan tersebut.

Pelanggan di sektor jasa menganggap karyawan sebagai perwakilan perusahaan. Menurut Dewianawati et al. (2023), sikap, perilaku, dan kemampuan komunikasi karyawan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas layanan, seperti keramahan, kecepatan, dan ketepatan, selain produk akhir.

Selain itu, people sangat penting dalam menangani keluhan dan menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Menurut Siti Aisyah et al. (2022), interaksi positif antara anggota staf dan klien dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Akibatnya, kualitas sumber daya manusia menjadi aspek penting dalam mempertahankan pelanggan, terutama di perusahaan minuman cepat yang sering berinteraksi dengan klien (Gea, 2024).

Physical Facilities (Fasilitas Fisik)

Dalam pemasaran jasa, fasilitas fisik merupakan komponen bukti konkrit yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan saat menerima layanan. Fasilitas fisik, menurut Bharmawan & Hanif (2022), mencakup kondisi bangunan, tata letaknya, kebersihannya, kenyamanannya, dan kelengkapan fasilitas tambahan yang disediakan oleh penyedia layanan.

Fasilitas fisik berfungsi sebagai dasar bagi evaluasi awal pelanggan terhadap kualitas layanan dalam organisasi layanan yang tidak berwujud. Menurut Sunawan et al. (2022), ruang fisik yang rapi, tertata, dan menyambut dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong opini yang positif. Sebaliknya, meskipun perusahaan menawarkan barang berkualitas tinggi, fasilitas yang kurang terawat dapat merusak reputasinya (Susilawat et al. 2024).

Selain itu, fasilitas fisik meningkatkan kenyamanan pelanggan sekaligus efisiensi operasional. Malinta et al. (2024) menekankan bahwa pengalaman pelanggan di lokasi layanan secara langsung dipengaruhi oleh desain interior, pencahayaan, penataan ruangan, dan ketersediaan fasilitas pendukung. Akibatnya, fasilitas fisik menjadi komponen penting dari kualitas layanan, bukan sekadar pelengkap.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan adalah konsep penting dalam pemasaran layanan karena menunjukkan seberapa baik sebuah bisnis memenuhi harapan pelanggannya. Menurut Kotler et al. (2024), kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul ketika seseorang membandingkan kinerja suatu barang atau jasa dengan harapan sebelumnya. Jika kinerja layanan memenuhi atau melebihi harapan mereka, pelanggan akan merasa puas, tetapi mereka juga dapat menjadi tidak puas.

Kualitas produk dan prosedur layanan memengaruhi kepuasan pelanggan dalam hal layanan. Menurut Bharmawan dan Hanif (2022), lingkungan fisik, sikap karyawan yang berorientasi pada layanan, dan interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan semuanya memengaruhi kepuasan pelanggan. Akibatnya, kepuasan pelanggan bersifat individual dan sangat dipengaruhi oleh bagaimana setiap pelanggan melihat layanan yang diberikan kepada mereka.

Kebahagiaan pelanggan dapat diukur dengan menganalisis kinerja yang sebenarnya dirasakan dan ekspektasi awal, menurut hipotesis disonfirmasi ekspektasi. Ketika kinerja melebihi ekspektasi, itu disebut disonfirmasi positif, yang menyebabkan kepuasan Schiebler et al. (2025). Pelanggan menilai fasilitas fisik dan layanan di tempat minuman seperti Mixue berdasarkan hipotesis ini.

Hubungan People dan Physical Facilities terhadap Kepuasan Konsumen

People dan fasilitas fisik adalah dua komponen yang bekerja sama untuk memberikan pengalaman layanan berkualitas tinggi. Menurut Hermanto et al. (2025), kebahagiaan pelanggan terdiri dari kualitas interaksi layanan dan kenyamanan lingkungan fisik. Layanan yang ramah dan tepat waktu akan terasa jauh lebih baik jika fasilitas fisiknya rapi dan nyaman.

Menurut penelitian oleh Aprillia et al. (2025), peningkatan secara bersamaan pada fasilitas fisik dan kualitas sumber daya manusia dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai layanan dari berbagai sudut pandang, bukan hanya satu. Oleh karena itu, untuk mencapai kepuasan klien jangka panjang, penyedia layanan harus fokus pada mencapai keseimbangan antara kualitas tenaga kerja mereka dan kondisi fasilitas fisik mereka.

Kepuasan pelanggan di lokasi Mixue Ciparay dipengaruhi oleh bagaimana staf membantu pelanggan dan bagaimana kondisi ruang fisik mendukung kenyamanan saat berbelanja. Menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam industri minuman, menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen memerlukan pengelolaan terus-menerus dari kedua aspek tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan verifikatif untuk menganalisis pengaruh people dan physical facilities terhadap kepuasan konsumen. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan persepsi konsumen terhadap kualitas interaksi karyawan dan kondisi fasilitas fisik di Mixue Ciparay, sedangkan pendekatan verifikatif bertujuan menguji hubungan kausal antarvariabel melalui analisis statistik. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif serta memberikan dasar generalisasi berdasarkan karakteristik responden yang diteliti (Sugiyono, 2023). Penelitian dilaksanakan di gerai Mixue Ciparay yang berlokasi di Jl. Raya Pacet No. 18, Kabupaten Bandung, dengan mempertimbangkan tingginya intensitas kunjungan konsumen pada lokasi tersebut.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Mixue Ciparay. Mengingat jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti dan bersifat fluktuatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan pendekatan non-probability sampling. Kriteria responden meliputi konsumen yang telah melakukan pembelian minimal satu kali dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden dengan mempertimbangkan rekomendasi ukuran sampel minimum untuk penelitian survei kuantitatif, yang dinilai telah memadai untuk menghasilkan estimasi parameter yang stabil serta analisis regresi linier berganda (Memon et al., 2020; Hair et al., 2019).

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel people, physical facilities, dan kepuasan konsumen yang relevan dengan konteks jasa. Sebelum analisis utama, data diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen. Selanjutnya, data

dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi guna mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Irrawati & Mukaramah, 2024).

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel people dan physical facilities terhadap kepuasan konsumen di Mixue Ciparay. Data penelitian diperoleh dari 100 responden yang merupakan konsumen Mixue Ciparay dan diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 melalui tahapan pengujian instrumen, analisis deskriptif, dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan karakteristik responden serta persepsi mereka terhadap variabel yang diteliti.

Table 1. Karakteristik Responden

Parameter		Frequency	%
Gender	Male	26	26
	Female	74	74
Age	<17 years	15	15
	17 - 25 years	53	53
	26 - 35 years	13	13
	> 36 years	19	19
Visit Frequency	1-2 Times	41	41
	3-5 Times	27	27
	5 Times	32	32

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 1, karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Mixue Ciparay berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 74 orang (74%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 26 orang (26%). Dari sisi usia, kelompok usia 17–25 tahun mendominasi dengan persentase sebesar 53%, diikuti oleh responden berusia di atas 36 tahun sebesar 19%, usia di bawah 17 tahun sebesar 15%, dan kelompok usia 26–35 tahun sebesar 13%. Komposisi usia ini mengindikasikan bahwa Mixue Ciparay memiliki daya tarik yang kuat bagi konsumen usia remaja dan dewasa muda. Selanjutnya, berdasarkan frekuensi kunjungan, sebanyak 41% responden tercatat melakukan kunjungan sebanyak 1–2 kali, 27% melakukan kunjungan 3–5 kali, dan 32% responden telah berkunjung lebih dari lima kali. Tingginya persentase konsumen dengan kunjungan berulang menunjukkan adanya ketertarikan dan pengalaman positif yang dirasakan konsumen terhadap gerai Mixue Ciparay.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel people, physical facilities, dan kepuasan konsumen menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian positif terhadap ketiga variabel tersebut. Rata-rata skor yang relatif tinggi mengindikasikan bahwa konsumen menilai pelayanan karyawan serta kondisi fasilitas fisik di Mixue Ciparay telah mampu memenuhi harapan mereka. Pada variabel people, indikator yang memperoleh penilaian tertinggi adalah keramahan karyawan dan kecepatan pelayanan. Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi langsung antara karyawan dan konsumen telah berjalan dengan baik, meskipun masih terdapat beberapa catatan terkait konsistensi sikap dan ketepatan layanan pada kondisi tertentu. Hasil ini sejalan dengan pendapat Dewianawati et al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas interaksi karyawan merupakan faktor utama dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas layanan.

Pada variabel physical facilities, konsumen menilai desain interior, kenyamanan ruang, dan kebersihan area toko sebagai aspek yang paling berpengaruh terhadap pengalaman berkunjung. Namun demikian, beberapa indikator seperti kebersihan kamar mandi dan area tertentu memperoleh skor yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fasilitas fisik secara umum telah memberikan kesan positif, masih terdapat ruang perbaikan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen secara menyeluruh. Sunawan et al. (2022) menegaskan bahwa fasilitas fisik yang terawat dan tertata dengan baik berperan penting sebagai bukti nyata kualitas layanan, serta memengaruhi kepuasan dan persepsi positif konsumen.

Sementara itu, pada variabel kepuasan konsumen, mayoritas responden menyatakan puas terhadap layanan yang diterima di Mixue Ciparay. Kepuasan tersebut terutama muncul ketika pengalaman layanan yang dirasakan sesuai dengan harapan awal konsumen. Selain itu, tingginya tingkat niat pembelian ulang yang ditunjukkan oleh responden mengindikasikan bahwa Mixue Ciparay masih memiliki daya tarik yang kuat dan mampu mempertahankan minat konsumen. Temuan ini mendukung konsep expectancy disconfirmation, di mana kepuasan konsumen terbentuk ketika kinerja layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan (Kotler et al., 2024).

Pengaruh People terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel people berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mixue Ciparay. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 2,830 dengan tingkat signifikansi 0,006 yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan, baik dalam aspek keramahan, kecepatan, maupun kemampuan komunikasi, berkontribusi secara nyata terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat konsep pemasaran jasa yang dikemukakan oleh Kotler et al. (2024), yang menempatkan unsur people sebagai elemen kunci dalam menciptakan pengalaman layanan yang bernilai bagi konsumen. Karyawan berperan sebagai representasi langsung perusahaan sehingga kualitas interaksi yang terjalin dapat membentuk persepsi, emosi, dan penilaian konsumen terhadap layanan yang diterima. Interaksi yang positif tidak hanya meningkatkan kepuasan sesaat, tetapi juga mendorong hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia jasa.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan hasil studi empiris sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Siti Aisyah et al. (2022) menemukan bahwa perilaku dan sikap karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sektor jasa, sementara Abigail et al. (2024) menegaskan bahwa dimensi people merupakan salah satu determinan utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia yang berorientasi pada pelayanan merupakan faktor strategis dalam meningkatkan kepuasan konsumen di gerai Mixue Ciparay.

Pengaruh Physical Facilities terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel physical facilities berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mixue Ciparay. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 5,770 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen lebih dominan dibandingkan dengan variabel people,

sehingga kondisi lingkungan fisik memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk penilaian konsumen terhadap layanan yang diterima.

Secara konseptual, temuan ini mendukung dimensi tangibles dalam model SERVQUAL yang menyatakan bahwa bukti fisik menjadi dasar awal konsumen dalam mengevaluasi kualitas layanan. Kondisi lingkungan seperti kebersihan, kenyamanan, tata ruang, dan kerapian gerai memberikan kesan profesional serta menciptakan rasa nyaman bagi konsumen selama berada di lokasi layanan (Sugiarto & Octaviana, 2021). Lingkungan fisik yang terawat dengan baik juga mampu memperkuat persepsi positif konsumen sebelum mereka menilai aspek layanan lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menegaskan pentingnya fasilitas fisik dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Sunawan et al. (2022) menyimpulkan bahwa fasilitas fisik yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan persepsi kualitas layanan, sementara Malinta et al. (2024) menemukan bahwa desain interior dan kelengkapan fasilitas berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya pada industri jasa yang mengandalkan pengalaman langsung. Dengan demikian, pengelolaan fasilitas fisik yang konsisten dan berorientasi pada kenyamanan konsumen menjadi faktor strategis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di gerai Mixue Ciparay.

Pengaruh People dan Physical Facilities terhadap Kepuasan Konsumen secara Simultan

Hasil pengujian simultan melalui uji F menunjukkan bahwa variabel people dan physical facilities secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mixue Ciparay. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 77,738 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,616 mengindikasikan bahwa sebesar 61,6% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kombinasi kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dibentuk oleh kualitas interaksi antara karyawan dan pelanggan, tetapi juga dipengaruhi secara simultan oleh kondisi lingkungan fisik tempat layanan. Kombinasi antara pelayanan yang diberikan oleh karyawan dan dukungan fasilitas fisik yang memadai mampu menciptakan pengalaman layanan yang menyeluruh dan berkesan bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan pandangan Hermanto et al. (2025) yang menyatakan bahwa kualitas layanan jasa merupakan hasil integrasi antara interaksi manusia dan kenyamanan lingkungan fisik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun physical facilities memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan people, efektivitas fasilitas fisik tetap sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia yang mengelola layanan tersebut. Keunikan penelitian ini terletak pada fokus empirisnya terhadap gerai Mixue Ciparay sebagai bagian dari waralaba minuman cepat saji yang mengalami pertumbuhan pesat. Berbeda dengan sebagian besar penelitian sebelumnya yang banyak menitikberatkan pada sektor perhotelan atau kafe independen, penelitian ini memberikan gambaran bahwa ekspansi bisnis yang cepat perlu diimbangi dengan pengelolaan sumber daya manusia dan fasilitas fisik yang konsisten agar kepuasan konsumen dapat dipertahankan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel people dan physical facilities memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen di Mixue Ciparay. Hasil pengujian parsial menunjukkan

bahwa people berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang menegaskan bahwa kualitas interaksi karyawan, seperti keramahan, kecepatan, dan kemampuan komunikasi, merupakan faktor yang menentukan dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan bagi pelanggan.

Selain itu, physical facilities juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat pengaruh yang lebih dominan dibandingkan variabel people. Temuan ini menunjukkan bahwa kondisi lingkungan fisik gerai, yang meliputi kebersihan, kenyamanan, tata ruang, dan kelengkapan fasilitas, menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi awal dan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang diterima.

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa people dan physical facilities secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan kemampuan menjelaskan lebih dari separuh variasi kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen tidak dapat dibentuk secara parsial, melainkan merupakan hasil dari sinergi antara kualitas sumber daya manusia dan dukungan fasilitas fisik yang memadai. Dengan demikian, pengelolaan sumber daya manusia yang berorientasi pada pelayanan serta pemeliharaan fasilitas fisik secara konsisten menjadi strategi penting bagi Mixue Ciparay dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen di tengah persaingan industri minuman cepat saji yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

Abigail, A. H., Mandey, S. L., & Sumarauw, R. L. (2024). Pengaruh *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap kepuasan pelanggan pada sektor jasa. *Jurnal EMBA*, 12(1), 329-339.

Aprillia, C. S., Mandey, S. L., & Soetanto, D. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas fisik, dan kualitas sumber daya manusia terhadap kepuasan konsumen pada sektor jasa. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(3), 566-582.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik penyediaan makanan dan minuman 2023*. BPS Republik Indonesia.

Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen pemasaran jasa: Strategi mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.

Dewianawati, D., Nurhayati, N., Razak, M., & Wijaya, N. P. (2023). *Manajemen pemasaran jasa*. CV Intelektual Manifes Media.

Gea, N. (2024). Mengelola hubungan pelanggan melalui peningkatan pelayanan jasa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 373-379.

Hadi, S. S., Widyastuti, S., & Darmansyah, D. (2025). Consumer loyalty in Indonesia's fast-food industry: A systematic literature review. *Journal of Economics and Business Letters*, 5(3), 30-42.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Hermanto, A., Zaika, A. P., Prawibawa, D., & Redjeki, F. (2025). Pengaruh kualitas interaksi layanan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan. *Sibatik Journal*, 4(7), 1079-1090.

Irrawati, M. D., & Mukaramah, M. (2024). Implementasi metode regresi linier berganda dalam penelitian sosial. *Jurnal Statistika Terapan*, 3(2), 83-94.

Katadata.co.id. (2024). Mixue dan ekspansi waralaba minuman di Indonesia. *Katadata Insight Center*.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024). Waralaba makanan dan minuman sebagai penggerak ekonomi nasional. *Kemendag RI*.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.

Malinta, A., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen hotel. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 138-142.

Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J. H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), 1-20.

Schiebler, T., Lee, N., & Brodbeck, F. C. (2025). Expectancy disconfirmation and consumer satisfaction: A meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 53(1), 1-20.

Shamim, A., Abid, M. F., & Ahmad, F. (2024). Experiential framework for measuring in-store customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103672.

Siti Aisyah, M. I. S., Sari, M. I., & Haris, H. (2022). Pengaruh *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen pada badan usaha jasa. *Journal of Business, Management and Accounting*, 4(1), 1-11.

Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Dimensi kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 93-106.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sunawan, S., & Jazuli, Y. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen pada sektor jasa. *Journal of Management and Accounting*, 1(2), 55-62.

Susilawat, D., Saryono, O., & Cahyani, G. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen kafe. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 57-71.