

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Juniawansyah, J., Ismunandar, I. ., & Yulianti, R. . (2026). Pengaruh Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rocket Fried Chicken (RFC) di Kota Bima. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 3482-3492. <https://doi.org/10.63822/529fr888>

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis membuat organisasi harus menyusun rencana pemasaran yang efisien dan akurat untuk mempromosikan produk mereka. Sebuah bisnis memerlukan kecepatan dan ketepatan dalam bersaing di dunia komersial yang sangat dinamis dan penuh ketidakpastian dalam penelitian (Adila W, 2024). Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami dinamika yang semakin intensif sejalan dengan pertumbuhan permintaan dari masyarakat terhadap berbagai produk dan layanan yang memenuhi beragam kebutuhan. Menghadapi persaingan yang ketat ini, pelaku usaha makanan harus terus beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berkembang.

Di Indonesia, banyak bisnis fast food (cepat saji) berkembang semakin variatif, khususnya di Daerah Kota Bima dengan berbagai brand, varian produk, dan harga. Kondisi tersebut memberikan gambaran bagi pelaku usaha bahwa pertumbuhan bisnis ini semakin meningkatkan intensitas persaingan bisnis. Hal ini menjadi tantangan bagi Perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya seiring dengan upaya mendapatkan keuntungan yang memadai. Bisnis fast food cepat bertumbuh di Indonesia seiring dengan peningkatan jumlah Masyarakat kelas menengah (Olivia, 2022). Keberadaan Masyarakat kelas menengah ini semakin menggairahkan para pelaku bisnis fast food, karena perilaku mereka yang cenderung konsumtif karena mengikuti tren gaya hidup modern (Oktavia, 2024). Dalam persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu menjaga dan meningkatkan kualitas makanan secara konsisten.

Kualitas Makanan merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih dan mengonsumsi suatu produk makanan. Kualitas makanan tidak hanya dilihat dari cita rasa, tetapi juga mencakup kesegaran bahan, kebersihan, kandungan gizi, tampilan penyajian, aroma, tekstur, serta keamanan makanan untuk dikonsumsi. Semakin baik kualitas makanan yang disajikan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen dan semakin besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian ulang. Menurut Sorbo et al. (2023), kualitas makanan merupakan kondisi pangan yang memenuhi standar keamanan, mutu, nilai gizi, dan karakteristik sensorik sehingga mampu memenuhi harapan konsumen sekaligus menjamin keamanan produk untuk dikonsumsi. Serta menjadi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan dipandang sebagai salah satu indikator keberhasilan perusahaan dan penentu utama dalam membangun loyalitas jangka panjang. Dalam konteks manajemen strategis, perusahaan harus mampu mengelola sumber daya agar selaras dengan kebutuhan pasar dan perubahan lingkungan eksternal. Peningkatan kepuasan pelanggan tidak hanya berdampak pada keberlanjutan bisnis, tetapi juga menjadi strategi untuk menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Kepuasan Pelanggan Perusahaan dituntut untuk memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan harus jeli melihat pergeseran kebutuhan dan keinginan yang sangat cepat berubah. Pembeli akan mempertimbangkan kepuasan berdasarkan harapan dan harga yang harus dibayar. Harapan dan harga harus beriringan agar menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut (Lovelock & Wirtz, 2021) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2022), “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Jadi menurut beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang didapat, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian

untuk menentukan harapan konsumen agar perusahaan bisa memenuhi harapan tersebut.

Loyalitas Pelanggan telah menduduki tempat paling menonjol dalam teori dan praktik pemasaran dan berperan penting dalam implementasi usaha karena berkaitan erat dengan profitabilitas. Pemahaman mendalam tentang loyalitas konsumen produk fast food sangat diperlukan untuk memastikan keberlangsungan hidup bisnis dan dapat mengatur pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Pentingnya loyalitas konsumen ini menjadi perhatian penting bagi para manajer dan banyak pelaku usaha. Persaingan bisnis yang ketat akan menimbulkan kekhawatiran para pelaku usaha agar tetap memiliki kemampuan untuk mempertahankan loyalitas konsumennya dan kualitas sebuah merek akan memiliki korelasi yang tinggi dengan kepuasan konsumen (Tjiptono & Diana, A. 2022).

Rocket fried chicken local brand dikenal dengan strategi pelayanan yang ramah dari ocket Chicken adalah perusahaan lokal Indonesia yang bergerak di bidang restoran cepat saji (fast food), dengan spesialisasi pada olahan ayam goreng. Produk unggulannya mencakup fried chicken, burger, steak, dan chinese food, yang ditawarkan dengan konsep menyajikan makanan sehat, berkualitas, halal, bercita rasa khas, dan berharga terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat. Positioning pada segmen harga terjangkau inilah yang membedakannya dari jaringan cepat saji internasional dan menjadikannya salah satu pemain utama di pasar ayam goreng nasional. Merek ini didirikan oleh Nurul Atik pada 21 Februari 2010, dengan gerai pertama dibuka di Semarang, Jawa

Tengah. Kantor pusatnya berlokasi di Sidomoyo, Godean, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejak awal beroperasi, ekspansinya berlangsung cepat melalui sistem kemitraan atau waralaba, sehingga jaringannya berkembang menjadi lebih dari 1.030 gerai yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada gerai Rocket Fried Chicken (RFC) di Kota Bima, teridentifikasi sejumlah masalah yang berkaitan dengan ketiga variabel penelitian. Pada aspek kualitas makanan, terdapat inkonsistensi mutu produk, yaitu cita rasa dan tingkat kerenyahan ayam goreng yang tidak selalu seragam serta penyajian yang kadang kurang rapi, terutama pada jam-jam sibuk, sehingga standar mutu belum terjaga secara konsisten. Pada aspek kepuasan, terlihat kesenjangan antara harapan dan kinerja yang diterima, ditandai oleh keluhan mengenai lambatnya penyajian saat kondisi ramai dan pesanan yang tidak selalu sesuai, sehingga kepuasan yang terbentuk bersifat situasional dan mudah bergeser. Kondisi tersebut berimplikasi pada aspek loyalitas pelanggan, di mana keterikatan konsumen terhadap merek masih lemah sebagian pelanggan memang melakukan pembelian ulang, tetapi kesediaan merekomendasikan RFC kepada orang lain dan ketahanan terhadap tawaran pesaing masih rendah, terlebih dengan banyaknya penaja ayam goreng lokal dan merek pesaing di Kota Bima yang membuat pelanggan mudah berpindah. Ketiga persoalan tersebut saling berkaitan, yakni kualitas makanan yang belum konsisten dan kepuasan yang belum stabil diduga berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan yang belum optimal.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik membahas lebih jauh tentang “Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rocket Fried Chicken (Rfc) Di Kota Bima”

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Asosiatif. Penelitian ini mencari variabel bebas kualitas makanan (X1) dan kepuasan Pelanggan (X2), terhadap variabel dependen, yaitu loyalitas pelanggan (Y) pada Rocket Fried Chicken (RFC) di Kota Bima.

Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian dan mengonsumsi produk *Rocket Fried Chicken* (RFC) di Kota Bima. Karena jumlah pelanggan RFC tidak diketahui secara pasti dan terus berubah setiap hari, maka populasi penelitian ini termasuk populasi yang tidak terbatas (*infinite population*).

Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow untuk mengambil sampel karena populasi dalam penelitian ini masih belum dapat diketahui (Lwanga & Lemeshow, 1991 dalam Oktavia, n.d et al.,2023).

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = 96,04$$

Tingkat kepercayaan diperlukan untuk menentukan jumlah sampel penelitian karena besar populasinya tidak diketahui. Tingkat *confidence* yang digunakan, yakni 95% (1,960) (Oktavia, n.d et al.,2023). Berdasarkan rumus Lemeshow, perhitungan berikut dihasilkan: Sampel yang dihasilkan sebesar 96,04, kemudian dibulatkan menjadi 100. Alasan pengambilan sampel dilakukan pembulatan menjadi 100 dikarenakan jika sampel lebih besar hasilnya akan lebih baik, sehingga hasil perhitungan sampel 96,04 dibulatkan menjadi 100. Dengan demikian jumlah sampel sebesar 100 responden.

Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel adalah: Pelanggan yang pernah membeli produk di *Rocket Fried Chicken* (RFC) di Kota Bima, Berusia minimal 17 tahun, Pernah melakukan pembelian minimal dua kali, Bersedia menjadi responden penelitian.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada *Rocket Fried Chicken* (RFC) yang berlokasi di Jl. Gajah Mada No.20, Nae, Kec. Rasanae Barat Kota Bima, Nusa Tenggara Barat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa RFC merupakan salah satu usaha kuliner cepat saji yang memiliki pelanggan cukup banyak sehingga relevan untuk mengkaji pengaruh kualitas makanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian, digunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner diberikan kepada pelanggan RFC yang menjadi responden penelitian untuk memperoleh data mengenai kualitas makanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi usaha, aktivitas pelayanan, serta interaksi antara pelanggan dan pihak RFC.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data pendukung berupa profil usaha, foto lokasi penelitian, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari berbagai literatur, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melihat lebih dari satu variabel bebas, yang digunakan untuk memprediksikan pengaruh masing-masing variabel.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Loyalitas Pelanggan) X₁ =

Variabel Independen (Kualitas Makanan) X₂ =

Variabel Independen (Kepuasan Pelanggan)

a = Konstanta

b = Koefisien Variabel e

= Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Data Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.218	4.114		-1.511	.134
Kualitas Makanan	.671	.075	.561	8.922	.000
Kepuasan	.588	.073	.505	8.041	.000

Dependent Variabel: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 6, analisis regresi linear berganda di atas, diperoleh hasil persamaan sebagai berikut :

$$Y = -6.218 + .671 X_1 + .588 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar -6.218 menunjukkan jika variabel bebas dianggap konstan, maka Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar -6.218.
- Nilai koefisien X₁ = .671 menunjukkan bahwa Kualitas Makanan (X₁) bertambah 1 satuan

maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar .671 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

- c. Nilai koefisien $X_2 = .588$ menunjukkan bahwa Lingkungan Kepuasan (X_2) bertambah 1 satuan maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar .588 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

2. Uji Koefisien Korelasi Berganda

Tabel 2. Data Uji Koefisien Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.620	.612	2.204
a. Predictors: (Constant), Kualitas Makanan, Kepuasan				
b. Dependent Variabel: Loyalitas Pelanggan				

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 7, di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi berganda yaitu 0,787, artinya tingkat keeratan Kualitas Makanan, Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,787.

Tabel 3. Tabel Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Data diolah, 2026

Kualitas Makanan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,787 berada pada interval 0,60-0,799 dengan tingkat **hubungan kuat**. maka dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi 0,787 yang berarti hubungan antara Variabel Kualitas Makanan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rocket Fried Chicken (RFC) Di Kota Bima yaitu memiliki tingkat **hubungan kuat**.

3. Koefisien Determinasi

Tabel 4. Data Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.620	.612	2.204
a. Predictors: (Constant), Kualitas Makanan, Kepuasan				
b. Dependent Variabel: Loyalitas Pelanggan				

Sumber: Data diolah, 2026

Dari tabel di atas, diperoleh R square sebesar 0,612 artinya 61,2% perubahan Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen Kualitas Makanan (X1), Kepuasan (X2) sedangkan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

4. Uji t

Tabel 5. Data Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.218	4.114		-1.511	.134
Kualitas Makanan	.671	.075	.561	8.922	.000
Kepuasan	.588	.073	.505	8.041	.000

Sumber: Data diolah, 2026

H1: Kualitas Makanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rocket Fried Chicken (RFC) Di Kota Bima.

Berdasarkan tabel 10 di atas, diketahui untuk Kualitas Makanan nilai t hitung 8.922 > t tabel 1.985 dengan singnifikansi .000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Makanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan Loyalitas Pelanggan memiliki pengaruh yang tidak signifikan Loyalitas Pelanggan Pada Rocket Fried Chicken (RFC) Di Kota Bima. Dengan demikian **H1 Diterima**.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian dari Ashari dkk. (2023) menemukan hubungan yang signifikan antara cita rasa makanan dan loyalitas pelanggan pada konsumen cepat saji, sementara Zhong dan Moon (2020) menempatkan kualitas makanan sebagai salah satu determinan kepuasan, loyalitas, dan kebahagiaan pelanggan pada restoran cepat saji

H2: Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rocket Fried Chicken (RFC) Di Kota Bima.

Berdasarkan tabel 10 di atas, diketahui untuk Kepuasan Pelanggan nilai t hitung 8.041 > t tabel 1.985 dengan singnifikansi .000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Makanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan Loyaliatas Pelanggan memiliki pengaruh yang tidak signifikan Loyalitas Pelanggan Pada Rocket Fried Chicken (RFC) Di Kota Bima. Dengan demikian **H2 Diterima**.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian dari (Nurulhidayah & Jannah, 2024) Hubungan ini juga terkonfirmasi dalam konteks restoran di Indonesia, di mana kualitas layanan yang tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang pada akhirnya memengaruhi loyalitas mereka.

5. Hasil Uji F

Tabel 11. Data Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	769.280	2	384.640	79.176	.000 ^b
	Residual	471.230	97	4.858		
	Total	1240.510	99			

Sumber: Data diolah, 2026

H1: Kualitas Makanan dan Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Rocket Fried Chicken* (RFC) Di Kota Bima.

Dari hasil pengujian pada tabel 12 di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar $79.176 > 2.31$ F tabel dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 dan X2 terhadap Y. Maka hipotesis yang menyatakan “Kualitas Makanan dan Kepuasan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Rocket Fried Chicken* (RFC) Di Kota Bima.” dengan demikian **H3 diterima**.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian dari Zamani et al. (2020), yang menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas makanan dan kepuasan pelanggan. Mereka juga menekankan bahwa kualitas makanan adalah investasi yang penting dan harus terus ditingkatkan. dalam penelitian Hartadijaya dan Lego (2023), yang menyebutkan bahwa kualitas layanan memiliki peran penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

- 1) Kualitas Makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Rocket Fried Chicken* (RFC) di Kota Bima.
- 2) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Rocket Fried Chicken* (RFC) di Kota Bima.
- 3) Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Rocket Fried Chicken* (RFC) di Kota Bima.

SARAN

- 1) Bagi Manajemen *Rocket Fried Chicken* (RFC) di Kota Bima

Pihak RFC Kota Bima diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas makanan yang disajikan, terutama dalam aspek rasa, kesegaran bahan baku, penyajian produk, variasi menu, serta kebersihan makanan. Upaya tersebut penting dilakukan untuk menjaga kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas

pelanggan dalam jangka panjang.

2) Bagi Pelanggan

Pelanggan diharapkan dapat memberikan masukan, kritik, maupun saran yang konstruktif kepada pihak RFC sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan sehingga hubungan antara pelanggan dan perusahaan dapat terjalin dengan lebih baik.

3) Bagi peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti harga, kualitas pelayanan, citra merek, promosi, lokasi usaha, maupun pengalaman pelanggan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan jumlah sampel yang lebih besar dan cakupan wilayah penelitian yang lebih luas agar memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Bagian kesimpulan ini merupakan ringkasan singkat dari bagian hasil dan pembahasan. Penulis sangat disarankan untuk menghindari penggunaan pernyataan berulang (*repetitive statements*) dari bagian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, W. (2024). *Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. Jurnal Pengabdian Masyarakat STIA LK, 3(1).
- Ashari, M. F., Siregar, Z. M. E., & Halim, A. (2023). *The Influence of Service Quality, Taste, and Perceived Price on Customer Loyalty by Mediating Customer Satisfaction*. Quantitative Economics and Management Studies, 4(3), 474–485.
- Darmawan dkk, D. (2021). *Pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada industri makanan*. (Lengkapi sesuai jurnal yang digunakan dalam proposal).
- Fauzi, H., Suparto, L., & Monica, T. (2025). *Pengaruh Brand Identity dan Food Quality terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Rumah Makan Rocket Chicken di Kabupaten Majalengka)*. Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan, 6(1), 40–49.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (Edisi ke-9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Han, H., & Ryu, K. (2009). *The Roles of the Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in the Restaurant Industry*. Journal of Hospitality & Tourism Research, 33(4), 487–510.
- Kotler Keller, K. L., & Chernev, A, P. (2021). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson.
- Lovelock & Wirtz, J. C. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy (9th ed.)*. World Scientific.

- Luhana, W. F., & Gunawan, H. M. (2025). *The Influence of Price, Food Quality, Service, and Environment on Loyalty through Satisfaction and Happiness*. *International Journal of Economics Accounting and Management*, 1(6).
- Lwanga, S. K., & Lemeshow, S. (1991). *Sample Size Determination in Health Studies: A Practical Manual*. World Health Organization.
- Mutiara. Palasara, N, & J. (2021). *Pengaruh Potongan Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Shopee di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang)*. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 7(2), 150–157.
- Namkung, Y., & Jang, S. (2007). *Does Food Quality Really Matter in Restaurants? Its Impact on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387–409.
- Noviany, F., Muhmin, A. H., & Sofyan, J. F. (2025). *Antecedent Factors That Increase Customer Loyalty (Case Study of Mie Gacoan Restaurant)*. *Journal of Current Research in Multidisciplinary*, 2(4).
- Oktavia C, & H. N. (2024). *Pengaruh Transfer Pricing, Tunneling Incentive dan Keahlian Keuangan Komite Audit terhadap Penghindaran Pajak*. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 7(2), 156-171.
- Olivia A., & R. S. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Customer Satisfaction pada Industri Restoran Cepat Saji*. *MES Management Journal*, 1(2), 45–56.
- Qin, H., & Prybutok, V. R. (2009). *Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in Fast-Food Restaurants*. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(1), 78–95.
- Rarome, J. M., & Gunawan, H. M. (2025). *The Influence of Quality, Price, and Atmosphere on Customer Loyalty through Satisfaction at Lime Restaurant*. *International Journal of Economics Accounting and Management*, 1(6), 453–463.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). *Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(3), 310–329.
- Sorbo Zoani, C., & Passeri, D. A. (2023). *Food Quality and Safety: Advances in Analytical Methods and Applications*. *Separations*, 10(5), 315.
- Suardana & Pakpahan, C. Y., Negara, I. M. K, I. W. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image terhadap Loyalitas Pengguna Sriwijaya Air di Bandara Internasional Kualanamu Medan*. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 9(1), 153–161.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2022). *Pemasaran*. Andi.
- Vincentlie, V., & Lego, Y. (2025). *Pengaruh Kualitas Makanan dan Layanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan di Restoran Geprek Benua Bojong Cengkareng*. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 7(2).