

Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening*

Nastyra Syahranadila¹, Septiana Ayu Estri Mahani^{2*}, Yudha Dwi Nugraha³

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

nastyrasyrnla@gmail.com¹, estree.trading@gmail.com^{2*}, yudhadnoegraha@gmail.com³

Abstract. Currently, the culinary industry in Indonesia is experiencing significant development. BPS noted that in the second quarter of 2023, the Gross Domestic Product (GDP) of the food and beverage industry grew by 4.62% (year-over-year). The purpose of this study was to determine the effect of food quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. The method used in this research is quantitative method, the population of this research is Café Madtari customers in Bandung City who have purchased products two or more times who live in Bandung City. The sampling technique used in this study was nonprobability sampling, namely purposive sampling, with the criteria that customers who have bought Café Madtari food and drinks two or more times in the last six months and live in the city of Bandung with a sample size of 100 respondents. There are three hypotheses in this study. To test the hypothesis using data analysis techniques through simple linear regression and sobel test. The results showed that food quality has a positive and significant effect on Café Madtari customer satisfaction. The results of further research, it was concluded that food quality has a positive and significant effect on Café Madtari customer loyalty. The intervening test results explain that customer satisfaction mediates the effect of food quality on Café Madtari customer loyalty.

Keywords: *Food Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.*

Abstrak. Saat ini, industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan. BPS mencatat bahwa pada kuartal II/2023, Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,62% (year-over-year). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, populasi penelitian ini adalah pelanggan Café Madtari Kota Bandung yang melakukan pembelian produk sebanyak dua kali atau lebih yang berdomisili di Kota Bandung. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini nonprobability sampling yaitu purposive sampling, dengan kriteria pelanggan yang pernah membeli makanan dan minuman Café Madtari sebanyak dua kali atau lebih dalam waktu enam bulan terakhir dan berdomisili di Kota Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Terdapat tiga hipotesis dalam penelitian ini. Untuk menguji hipotesis dengan menggunakan Teknik analisis data melalui regresi linier sederhana dan uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Café Madtari. Hasil penelitian selanjutnya, disimpulkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Café Madtari. Hasil uji *intervening* menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan Café Madtari.

Kata Kunci: *Kualitas Makanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.*

A. Pendahuluan

Saat ini, industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, terdapat sekitar 1,51 juta unit usaha atau industri skala mikro-kecil (IMK) di sektor makanan di Indonesia. BPS juga mencatat bahwa pada kuartal II/2023, Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,62% (*year-over-year*). Kuliner merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari yang melibatkan berbagai jenis makanan dan minuman. Selain memenuhi kebutuhan pangan, kuliner juga telah menjadi gaya hidup.

Persaingan di dunia kuliner, terutama di Kota Bandung menjadi semakin ketat saat ini, berdasarkan data Susenas (Survei Sosial Ekonomi Nasional) yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, terdapat 1.339 jenis kuliner di Kota Bandung menurut (Brilyana, 2022). Kuliner merupakan salah satu aspek daya tarik di Kota Bandung. Sebagai salah satu Kota terbesar di Indonesia, Bandung dikenal sebagai pusat inovasi yang sering menjadi trendsetter. Wisata kuliner di Bandung telah dikenal oleh banyak wisatawan karena kelezatannya (Abdi, 2023). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Kota Bandung mencapai 2,56 juta jiwa pada tahun 2023. Dengan semakin berkembangnya bisnis kuliner, maka masyarakat lebih membutuhkan makanan yang praktis dalam pembuatan, penyajian, dan cara konsumsinya (Ananda, 2021).

Café Madtari yaitu sebuah café yang telah eksis lebih dari dua dekade di dunia kuliner Kota Bandung, dikenal sebagai pionir warung makan Indomie (Warmindo) di Kota Bandung. Letaknya yang strategis di dekat area kampus dan perkantoran membuatnya menjadi tempat yang menjanjikan untuk berbisnis. Café Madtari telah menjadi salah satu destinasi favorit bagi penduduk lokal dan wisatawan untuk menikmati makanan dan minuman berkualitas. Menu yang disajikan sangat beragam, mulai dari Indomie kuah hingga roti bakar dengan topping melimpah. Berdasarkan penelitian (Tuncer *et al.*, 2020), ditemukan bahwa kualitas makanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, menurut penelitian (Sugianti, 2020), tidak ditemukan pengaruh yang signifikan antara kualitas makanan dan kepuasan pelanggan secara parsial. Berdasarkan penelitian terdahulu, ditemukan bahwa masih terdapat *gap empiris* dalam hubungan antara kualitas makanan dan kepuasan pelanggan. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan *et al.*, 2023) menyimpulkan bahwa kualitas makanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak selalu terjadi pengaruh langsung dari kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, terdapat *gap empiris* dalam hubungan antara kualitas makanan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi dalam hubungan antara Kualitas Makanan dan Loyalitas Pelanggan pada Café Madtari Kota Bandung?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran Kualitas Makanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan pada Café Madtari Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Café Madtari Kota Bandung.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan Kualitas Makanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Café Madtari Kota Bandung.
4. Untuk menganalisis pengaruh mediasi kepuasan pelanggan dalam hubungan Kualitas Makanan dan Loyalitas Pelanggan pada Café Madtari Kota Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner melalui *Google Form*. Populasi yaitu pelanggan dari café Madtari yang pernah membeli makanan dan minuman sebanyak 1.500 orang. Jumlah sampel 100 responden dengan menggunakan rumus *slovin* (Sugiyono, 2022). Adapun sampel penelitian dikumpulkan menggunakan sampel *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Dalam mengukur hipotesis dengan menggunakan bantuan alat analisis yaitu program SPSS (*Statistical Package For The Social Sciences*) versi 25 for windows (Green, S. B., & Salkind, N. J., 2021).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Korelasi

Menurut (Sugiyono, 2022), uji korelasi digunakan untuk menentukan arah serta tingkat kekuatan hubungan di antara dua variabel atau lebih. Arah hubungan dapat dinyatakan sebagai positif atau negatif. Hasil pengujian dijelaskan pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Koefisien Korelasi Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

		Correlations		
		Kualitas Makanan	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Makanan	Pearson Correlation	1	.879**	.599**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.879**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.599**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Peneliti (2024)

1. Nilai korelasi antara kualitas makanan dengan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,599 dan termasuk dalam kategori korelasi yang sedang berada pada interval korelasi antara “0,400 – 0,599”. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik kualitas makanan maka semakin baik pula kepuasan pelanggan.
2. Nilai korelasi parsial antara kualitas makanan dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,879 dan termasuk dalam kategori korelasi yang sangat kuat berada pada interval korelasi antara “0,800 – 0,999”. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik kualitas makanan maka semakin baik pula loyalitas pelanggan.
3. Nilai korelasi parsial antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,739 dan termasuk dalam kategori korelasi yang kuat berada pada interval korelasi antara “0,600 – 0,799”. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah, artinya semakin baik kepuasan pelanggan maka semakin baik pula loyalitas pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan pengaruhnya variabel lain terhadap variabel dependen digunakan koefisien determinasi (Kd). Untuk mencari koefisien determinasi maka r^2 dikali dengan 100%. Dengan menggunakan software SPSS 25.0 diperoleh hasil analisis koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi Persamaan I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.599 ^a	.359	.352	6.35009

a. Predictors: (Constant), Kualitas Makanan

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 2. diperoleh nilai *R Square* yang diperoleh dari SPSS sebesar 0,359. Maka koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,5992 \times 100\%$$

$$KD = 0,359 = 35,9\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 35,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebesar 35,9% sedangkan sisanya 64,1% pengaruh variabel lainnya.

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi Persamaan II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.842	.839	2.77795

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Makanan

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 3. didapat nilai *R Square* yang diperoleh dari SPSS sebesar 0,842. Maka koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,9182 \times 100\%$$

$$KD = 0,842 = 84,2\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 84,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah sebesar 84,2% sedangkan sisanya 15,8% pengaruh variabel lainnya.

Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan maka dilakukanlah uji t. Hasil output SPSS untuk uji t dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Uji Hipotesis Persamaan I

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	9.560	3.539		2.701	.008
	Kualitas Makanan	.798	.108	.599	7.402	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji t menghasilkan nilai t-hitung sebesar 7,402 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Nilai t-hitung sebesar 7,402 lebih besar dari nilai t-Tabel (1,980). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 5. Uji Hipotesis Persamaan II

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-3.175	1.605		-1.978	.051
	Kualitas Makanan	.795	.059	.680	13.506	.000
	Kepuasan Pelanggan	.291	.044	.332	6.585	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Peneliti (2024)

1. Kualitas makanan menghasilkan nilai t-hitung sebesar 13,506 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Nilai t-hitung sebesar 13,506 lebih besar dari nilai t-Tabel (1,980). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Kepuasan pelanggan menghasilkan nilai t-hitung sebesar 6,585 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Nilai t-hitung sebesar 6,585 lebih besar dari nilai t-Tabel (1,980). Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F berguna untuk menunjukkan pengaruh serempak dari kedua variabel independen, yaitu kualitas makanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hasil uji F ditunjukkan pada Tabel 6. berikut:

Tabel 6. Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3998.061	2	1999.031	259.042	.000 ^b
	Residual	748.552	97	7.717		
	Total	4746.613	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Makanan

Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji F secara serentak menghasilkan nilai F-hitung sebesar 259,042 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Nilai F-hitung sebesar 259,042 lebih besar dari nilai F-Tabel (3,06). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji Sobel

Sobel test merupakan uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel mediasi secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Kriteria penggunaan uji sobel adalah apabila nilai t hitung $> t$ Tabel, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh mediasi. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas makanan dan loyalitas pelanggan, maka dilakukan perhitungan uji *sobel* sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{(b^2Sa^2) + (a^2Sb^2) + (Sa^2 \cdot Sb^2)}$$

$$Sab = \sqrt{((0,291^2)(0,044^2)) + ((0,798^2)(0,108^2)) + (0,108^2 \cdot 0,044^2)}$$

$$Sab = \sqrt{((0,0847)(0,0019)) + ((0,6368)(0,0117)) + ((0,0117)(0,0019))}$$

$$Sab = \sqrt{(0,0010) + (0,0012) + (0,00002)}$$

$$Sab = \sqrt{0,00224} = 0,0474$$

Maka dapat dihitung nilai t-hitung sebagai berikut:

$$t = \frac{0,2322}{0,0474} = 4,903$$

Nilai t-hitung kemudian akan dibandingkan dengan nilai t-Tabel ($4,903 > 1,980$), maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas makanan dan loyalitas pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas makanan menghasilkan nilai t-hitung sebesar 7,402 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Nilai t-hitung sebesar 7.402 lebih besar dari nilai t-Tabel (1,980). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Café Madtari.

Dengan penyajian makanan yang menarik, kesegaran bahan makanan yang digunakan akan menjadikan sebuah penilaian tersendiri bagi konsumen mengenai kualitas makanan yang ditawarkan Café Madtari sehingga pada akhirnya akan memberikan rasa puas bagi konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh Kurniawan et al. (2023), disimpulkan bahwa kualitas makanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pambudi (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang tercermin melalui empat indikator yaitu suhu, penyajian, variasi menu, dan kelezatan.

Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas makanan menghasilkan nilai t-hitung sebesar 13,506 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Nilai t-hitung sebesar 13,506 lebih besar dari nilai t-Tabel (1,980). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Café Madtari.

Cita rasa dan kualitas makanan yang ditawarkan Café Madtari mendapatkan respon yang cukup baik dari pelanggan seperti halnya dalam sisi penyajian makanan maupun penggunaan bahan baku yang berkualitas dan terjamin tentunya akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan sehingga pada akhirnya akan timbul loyalitas yang baik di pelanggan. Pelanggan Café Madtari yang sudah merasakan kepuasan mengkonsumsi makanan dan minuman akan timbul niatan untuk kembali lagi membeli produk dari Café Madtari.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Listiani dan Zahara, 2020) menyimpulkan bahwa aspek-aspek kualitas makanan seperti rasa, presentasi, dan variasi menu memiliki dampak yang signifikan terhadap kesetiaan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Majid *et al.*, 2018), yang juga menegaskan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara Kualitas Makanan dan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji sobel menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan menghasilkan nilai t-hitung sebesar $(4,903 > 1,980)$ maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas makanan dan loyalitas pelanggan.

Kualitas makanan akan menentukan apakah pelanggan akan kembali membeli atau tidak, hal ini merupakan hal yang penting diperhatikan. Kepuasan menjadi mediasi antara kualitas makanan dengan loyalitas, tanpa adanya kepuasan pelanggan maka loyalitas tidak terbentuk. Kepuasan yang dirasakan pelanggan Café Madtari sudah cukup menjadi mediator dalam membangun loyalitas pada pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Kurnia dan Besra, 2019), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan bertindak sebagai mediasi antara kualitas makanan dan loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi kualitas produk makanan dan tingkat kepuasan pelanggan, semakin besar kemungkinan meningkatnya loyalitas pelanggan. Lebih lanjut, penelitian (Soediono dan Arifin, 2021) menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas makanan dengan loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Gambaran pada variabel Kualitas Makanan berada dalam kategori “Baik”. Artinya bahwa kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Café Madtari sudah baik dan sesuai dengan selera pelanggannya. Lalu, gambaran pada variabel Loyalitas Pelanggan berada dalam kategori “Baik”. Artinya bahwa loyalitas merek pada Café Madtari sudah baik. Yang terakhir, gambaran pada variabel Kepuasan Pelanggan berada dalam kategori “Baik”. Artinya bahwa kepuasan pelanggan pada Café Madtari sudah baik, karena pelanggan merasa puas pada Café Madtari yang menawarkan berbagai macam aneka makanan.
2. Kualitas Makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Café Madtari. Karena, kualitas makanan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan restoran karena terkait dengan kepuasan pelanggan.
3. Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Café Madtari. Karena, kualitas makanan yang tinggi diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan dengan Café Madtari.
4. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas makanan dan loyalitas pelanggan. Karena, kepuasan menjadi mediasi antara kualitas makanan dengan loyalitas, tanpa adanya kepuasan pelanggan maka loyalitas tidak terbentuk. Kepuasan yang

dirasakan pelanggan Café Madtari sudah cukup menjadi mediator dalam membangun loyalitas pada pelanggan.

Acknowledge

Penulis berterima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala kemudahan serta kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta H. Dadang Darsa dan Hj. Imas Winaningsih, terimakasih telah merawat, menjaga, menyayangi setulus hati, dan rela berkorban untuk penulis, selalu meyakinkan bahwa penulis bisa mengerjakan skripsi ini dengan baik. Terimakasih telah memberikan nasihat dan support yang sangat luar biasa untuk penulis baik itu doa maupun secara materi. Terimakasih berkat jasa dan pengorbananmu, penulis bisa sampai di titik ini.
3. Ibu Dr. Septiana Ayu Estri Mahani, SE., MM. selaku dosen pembimbing utama yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, masukan, ilmu, motivasi dan saran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Yudha Dwi Nughara, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, saran, masukan, dan ilmu kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

Daftar Pustaka

- [1] Green, S. B., & Salkind, N. J. (2021). *Using SPSS for Windows and Macintosh: Analyzing and Understanding Data* (8th ed.). Pearson.
- [2] Kurnia, I., Besra, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi* Oktober 2020.
- [3] Kurniawan, A., Lukitaningsih, A., Hutami, L.T. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan, Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. Vol.5, No.1.
- [4] Majid, A., Alif, M. (2018). *Service Quality, Food Quality, Image and Customer Loyalty: An Empirical Study at a Hotel Restaurant*. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*. Vol.8, No.10
- [5] Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- [6] Digjaya Nata Nagara, & Hendrati. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 55–61. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v2i1.1001>
- [7] Lisna Sri Uswatun Hasanah, & Nurdin. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 121–125. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.542>
- [8] Zahra Aprilia Suparman, Suparman, & Aditia Wirayudha. (2023). Pengaruh Beban Kerja terhadap Kepuasan Kerja dengan Work Life Balance sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 122–130. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i2.2907>