

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

**(Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-
Gura Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh :

UFFI LIZA LUBSUL JANNAH

NPM 21901092139



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
MALANG**

2024

RINGKASAN

Uffi Liza Lubsul Jannah, 2024, **Pengaruh Kualitas Makanan dan harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-Gura Kota Malang)**, Dosen Pembimbing I : Dadang Krisdianto S.SOS.,M.SI, Dosen Pembimbing II : Karina Utami Anastuti, S.AB., M.AB.

Ruang lingkup penelitian ini ialah studi mengenai pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* (studi kasus pada Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura Kota Malang). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* yang menganalisis pola hubungan antara variabel yang berbentuk sebab akibat dan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung namun melalui perantara. Skala pengukuran penelitian ini menggunakan *skala likert*. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen Ayam Bakar Pak D cabang Sigura-gura sebanyak 335. Sampel penelitian ini berjumlah 99 responden yang di ambil dengan teknik *probability sampling* menggunakan *simpel random sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah *path analysis* atau analisis jalur dengan program SPSS IBM 26.

Hasil yang didapat menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. dibuktikan berdasar kan hasil uji analisis path dengan nilai pengaruh total sebesar $0,661 > 0,335$ yang berarti menunjukkan bahwa terdapat hubungan mediasi. Maka, dapat dikatakan bahwa setelah para pelanggan merasa puas terhadap produk, pelanggan akan loyal pada kualitas makanan dan harga yang ditentukan.

Kata Kunci : Kualitas Makanan, Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

SUMMARY

Uffi Liza Lubsul Jannah, 2024, **The Influence of Food Quality and Price on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study at Pak D Malang Grilled Chicken Restaurant, Sigura-Gura Branch, Malang City)**, Supervisor I: Dadang Krisdianto S.SOS. ,M.SI, Supervisor II: Karina Utami Anastuti, S.AB., M.AB.

The scope of this research is a study of the influence of food quality and price on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (case study at Pak D Malang Grilled Chicken Restaurant, Sigura-gura Branch, Malang City). This type of research is quantitative. The aim of this research is to determine the effect of food quality and price on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable which analyzes the relationship pattern between variables in the form of cause and effect and with the aim of finding out the indirect effect but through an intermediary. The measurement scale for this research uses a Likert scale. The population in this study was 335 consumers of Pak D Grilled Chicken, Sigura-gura branch. The sample for this study consisted of 99 respondents who were taken using a probability sampling technique using simple random sampling. The research method used is path analysis or path analysis with the SPSS IBM 26 program. The results obtained show that customer satisfaction mediates the influence of food quality and price on customer loyalty. proven based on the results of the path analysis test with a total influence value of $0.661 > 0.335$, which means that there is a mediation relationship. So, it can be said that after customers feel satisfied with the product, customers will be loyal to the quality of the food and the price determined.

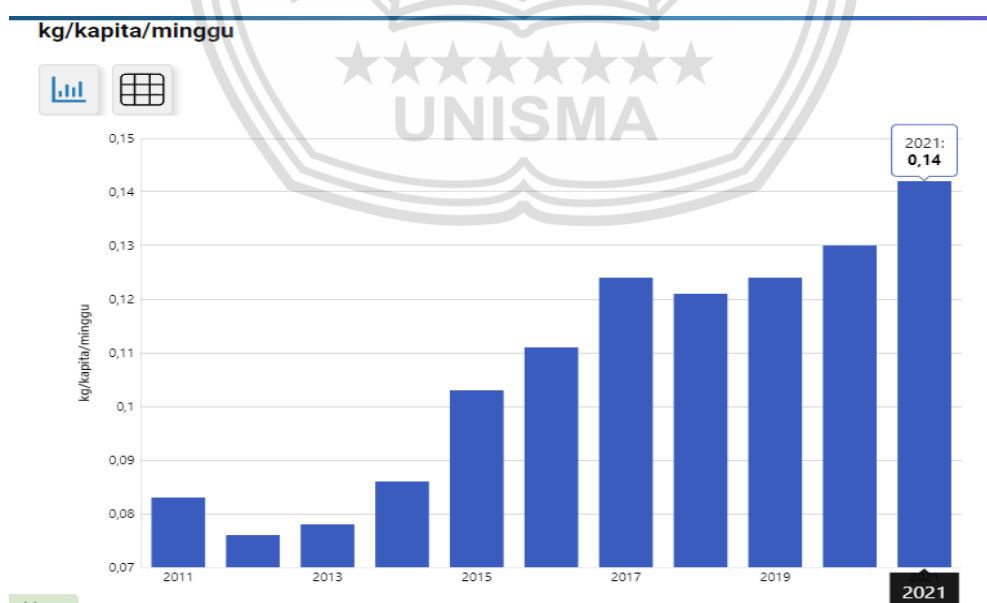
Keywords: Food Quality, Price, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa terus meningkat yang diakibatkan oleh kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat pula. Bukan hanya disatu bidang saja, kebutuhan masyarakat di berbagai bidang, termasuk dalam bidang kuliner. Salah satu jenis kuliner yaitu aneka olahan daging ayam dimana Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa pada tahun 2021 rata-rata konsumsi daging ayam di Indonesia mencapai 0,14 kg/ kapita / minggu. Angka tersebut meningkat 7,69% dibandingkan tahun sebelumnya yakni 2020. Secara tren daging ayam cenderung meningkat selama 2011-2021 seperti terlihat pada gambar grafik berikut:



Gambar 1 Grafik Konsumsi Daging Ayam Warga RI
Sumber: Cindy Mutia Annur (databoks)

Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumsi daging ayam secara nasional merupakan salah satu jenis daging yang banyak dikonsumsi. Selain mengandung protein yang tinggi, daging ayam juga mudah didapat dan bisa diolah menjadi berbagai jenis makanan. Meski banyak olahan daging ayam di pasaran, peminatnya tetap tak pernah habis. Masyarakat cenderung memilih makanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Salah satu perusahaan makanan dengan olahan daging ayam yang ada di Indonesia adalah rumah makan Ayam Bakar Pak D.

Ayam Bakar Pak D merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri kuliner dan sangat menjunjung tinggi pada *Spiritual Company* didalam perusahaannya. Konsep awal perusahaan ini adalah hanya sebuah depot yang bernama Depot Pak D yang berdiri sejak 2008 dengan cabang pertama di Tropodo (Sidoarjo) dan berkembang berubah menjadi rumah makan Ayam Bakar Pak D yang kini sudah tersebar di 32 *outlet* di Kota Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Malang, dan beberapa kota lainnya.

Kota Malang sendiri sudah ada tujuh cabang *outlet* diantaranya Ayam Bakar Pak D Sigura gura, Ayam Bakar Pak D Bandulan, Ayam Bakar Pak D Tlogomas, Ayam Bakar Pak D Hamid Rudi, Ayam Bakar Pak D Karangploso, Ayam Bakar Pak D Sawojajar, dan Ayam Bakar Pak D Pakis. Dari adanya tujuh cabang *outlet* tersebut, perusahaan terus dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam meningkatkan mutu kualitas di berbagai aspek perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan para konsumen.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti selaku konsumen yang berkunjung, pertumbuhan industri makanan dan minuman pun dirasa kurang berdampak pada rumah makan Ayam Bakar Pak D Malang cabang Sigura-gura yang beralamatkan di Jl.Sigura gura Barat No.24, Karangbesuki Kec. Sukun, Kota Malang. Rumah makan ini tergolong sepi pembeli pada hari biasa dan dapat meningkat pada saat bulan Ramadhan di setiap tahunnya khususnya di tahun 2023, ditandai dengan data penjualan yang dihasilkan pada tahun 2023 yang mengalami penurunan yang cukup drastis (Sumber : Bapak Muhammad Alam, Manager Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura). Rumah makan ini memiliki lokasi yang strategis, menyediakan tempat yang nyaman di lantai satu dan lantai dua dengan fasilitas yang sudah tersedia dan memadai serta disetiap pembelian dapat gratis *refill* nasi dan es teh.



Gambar 2 Penjualan Ayam Bakar Pak D Sigura-gura, Kota Malang
(Data Bulan Desember – April, 2022-2023)
Sumber: Ayam Bakar Pak D Sigura-gura, Kota Malang

Berdasarkan gambar 2 dapat kita lihat bahwa jumlah penjualan ayam di rumah makan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura mengalami perubahan setiap bulannya. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa rumah makan Ayam Bakar Pak D Malang cabang Sigura-gura dari bulan Desember sampai bulan April mengalami penurunan dan peningkatan. Hal ini mengindikasikan bahwa rendahnya minat serta loyalitas yang diberikan pelanggan kepada produk. Hal ini mungkin terjadi karena tidak konsistennya pelanggan dalam memilih produk sebab kurang memiliki kepuasan terhadap produk yang dipilihnya. Untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen terhadap suatu produk, dibutuhkan loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap produk yang dipilihnya.

Secara harfiah loyal dapat diartikan sebagai setia, sedangkan loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran diri sendiri disebabkan pengalaman-pengalaman yang sudah dirasakan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai di masa yang akan mendatang meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kotler dan Keller, 2016:138).

Adapun posisi Ayam Bakar Pak D sebagai Top 5 Ayam Bakar Enak di Kota Malang 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Top 5 Ayam Bakar Enak di Malang

No	Nama	Rating
1	Ayam Bakar Madu Emas Gundul (Jl.Sunan Kalijaga, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang)	5.0
2	Ayam Bakar AFDe (Jl.Kembang Kertas No.15, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang)	4,9
3	Ayam Bakar Kanhut (Jl.Maninjau Barat Dalam IV, Sawojajar, Kec. Kedungkandang, Kota Malang)	4,7
4	Pak No Grilled Chicken (Jl.Yulius Usman No.27A, Kasin, Kec. Klojen, Kota Malang)	4,6
5	Ayam Bakar Pak D (Jl.Sigura gura Barat No.24, Karangbesuki Kec. Sukun, Kota Malang)	4,5

Sumber: Sinthya Dewi 2023 (MalangNetwork.com)

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa rumah makan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura memiliki peringkat rendah dalam kategori kualitas makanan, hal ini dapat didefinisikan bahwa rumah makan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura telah gagal dalam memenuhi ekspektasi pelanggan baik dalam hal kualitas makanan secara keseluruhan yang tentunya akan berdampak buruk terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura.

Di sisi lain berdasarkan wawancara yang telah dilakukan sedikitnya terhadap enam orang yang pernah menjadi pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura mengemukakan bahwa menu ayam yang dipesan terlalu gosong, bumbu ayam sedikit dan tidak meresap kedalam, ayam yang

disajikan alot belum begitu matang dalamnya, serta makanannya dingin tidak *fresh*. Menurut Fiani dalam Japariato (2012:1) dalam Lestari (2019) *food quality* merupakan karakteristik kualitas makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, rasa, warna, konsistensi, dan tekstur. Selain kualitas makanan, harga juga sangat penting bagi para pelanggan yang ingin mencoba untuk menggunakan produk atau jasa karena harga yang diatuhkan kepada suatu produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya loyalitas.

Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura mengemukakan bahwa tidak sesuaianya harga yang ditetapkan dengan kualitas yang diberikan, serta harga yang ditetapkan yakni Rp. 20.000 jauh lebih tinggi dibandingkan dengan harga produk lain yang memiliki jenis yang sama seperti Ayam Bakar AFDe dengan harga Rp. 17.000, hal tersebut menyebabkan turunnya minat beli kepada produk Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong (2016:78), kesesuaian harga dengan kualitas dan kesesuaian kemampuan atau daya saing harga merupakan salah satu indikator terhadap harga yang ditetapkan. Produk yang tidak sesuai dengan harga pasar tentunya akan tidak atau kurang diterima oleh pasar yang pada akhirnya akan membuat penjualan tidak berjalan dengan baik. Sehingga resiko akan terjadinya penurunan loyalitas pelanggan terhadap produk ini akan semakin besar.

Dalam menciptakan loyalitas pelanggan dengan memberikan kepuasan, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kualitas makanan dan

harga yang baik. Pelanggan akan membeli produk ketika mereka membutuhkannya dan jika kebutuhan itu terpenuhi maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat terjadi peningkatan dalam nilai beli ulang. Menurut Kotler dan Keller (2018:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka diajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas makanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura?
2. Apakah harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura?

3. Apakah kualitas makanan dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura?
5. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura
2. Mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura
3. Mengetahui pengaruh yang simultan pada kualitas makanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura
4. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura
5. Mengetahui apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas

makanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Ayam Bakar Pak D Malang Cabang Sigura-gura

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara akademis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas makanan, harga dan loyalitas serta kepuasan pelanggan dengan diharapkan sebagai sarana ilmu pengetahuan secara teoritis yang dipelajari di bangku perkuliahan terutama dalam Fakultas Ilmu Administrasi prodi bisnis sendiri.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung mengenai kualitas produk, harga dan loyalitas serta kepuasan pelanggan melalui metode kuantitatif yang bersifat asosiatif. Selain itu, bagi penulis diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan tentang kualitas produk, harga dan loyalitas serta kepuasan pelanggan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi pihak rumah makan Ayam Bakar Pak D khususnya cabang Malang agar dapat meningkatkan profit perusahaan.

c. Bagi Penulis Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai kualitas makanan, harga dan loyalitas serta kepuasan pelanggan bagi yang ingin melanjutkan penelitian.

E. Sistematika Pembahasan

Mempermudah pembahasan skripsi, maka penulis membagi kedalam beberapa sub bab menjadi pokok pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pendahuluan yang didalamnya berisi latar belakang dengan menguraikan landasan pemikiran secara garis besar baik dalam teori maupun fakta yang sudah ada. Rumusan masalah yang berisi pernyataan tentang keadaan, fenomena atau konsep. Tujuan penelitian dengan diharapkan dapat mencapai target yang sudah dipikirkan dengan mengacu pada latar belakang, rumusan masalah dan hipotesis. Serta manfaat penelitian yang berisi tentang kebermanfaatan dalam membantu pihak yang bersangkutan dalam menguraikan mengenai materi yang disajikan disetiap bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai *review* dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan ataupun kelebihan yang sudah ada. Selain itu, peneliti juga menggali informasi dari buku-buku maupun skripsi dalam rangka mendapatkan suatu informasi dan teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Serta

hipotesis dengan pernyataan yang disimpulkan dari tinjauan pustaka sebagai jawaban sementara atas masalah penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai metode penelitian, metode pendekatan, dan metode pengumpulan analisis data dengan menentukan variabel, jumlah sampel yang diambil dan metode pengambilan sampel. Serta Jenis dan sumber data gambaran tentang jenis data yang digunakan untuk variabel penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan mengenai gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden dan penyajian data, analisis data dan interpretasi serta pembahasan masalah dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian “Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*”.

BAB V PENUTUP

Pada bab bagian akhir ini berisikan temuan studi berupa kesimpulan dari seluruh pembahasan dengan menjawab semua tujuan penelitian dan saran rekomendasi dari hasil kesimpulan tersebut yang merupakan implementasi dan penemuan-penemuan tentang studi lanjutan dengan pembaruan kebijakan yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian yang dilakukan penulis dalam judul “Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi kasus Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang cabang Sigura-Gura)” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data penyebaran kuisioner pada para pelanggan ayam bakar di Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang cabang Sigura-Gura, dengan jumlah sampel 99 responden menggunakan sampel random sampling. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bawa hasil penelitian ialah sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kesimpulan bahwa semakin baik kualitas makanan yang dibuat maka akan semakin puas para pelanggan merasakannya, karena makanan yang berkualitas akan selalu dicari pelanggan dengan alasan menginginkan kepuasan dalam memakannya.
2. Secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kesimpulan bahwa semakin sesuainya dan terjangkauanya harga yang ditetapkan dengan nilai makanan yang disajikan maka akan dicari oleh para pelanggan karena mereka menginginkan kepuasan dan kebahagiaan.

3. Hasil jawaban kuisioner dari para responden yang telah diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic* 26 bahwa uji f secara simultan variabel kualitas makanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kesimpulan bahwa ayam bakar yang dijual di Rumah Makan Ayam Pak D Malang cabang Sigura-gura harus tetap mempertahankan kualitas makanan yang baik dan harga yang sesuai agar para pelanggan merasakan kepuasan dalam memakannya.
4. Secara parsial variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap loyalitas pelanggan. Dengan disimpulkan bahwa pelanggan akan setia setelah merasakan kepuasan.
5. Uji analisis path menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. dengan disimpulkan bahwa terdapat mediasi terhadap kepuasan pelanggan yang memediasi pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

B. Saran

1. Bagi Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang cabang Sigura-gura

- a. Hasil uji yang sudah dilakukan oleh peneliti kepada Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang cabang Sigura-gura didapatkan bahwa tekstur dan warna mendapatkan nilai terendah dari tujuh indikator yang dilakukan, maka disarankan agar selalu memperhatikan tekstur agar tetap lembut atau tidak keras dengan sajian topping yang lebih

- berwarna pada ayam bakar yang akan disajikan kepada para pelanggan.
- b. Hasil uji yang sudah dilakukan oleh peneliti kepada Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang cabang Sigura-gura didapatkan bahwa keterjangkauan harga dan kesesuaian atau daya saing harga mendapatkan nilai terendah dari empat indikator yang dilakukan, maka disarankan agar dapat memperhatikan keterjangkauan harga dan kesesuaian atau daya saing harga yang ditetapkan.
- c. Hasil uji yang sudah dilakukan oleh peneliti kepada Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang cabang Sigura-gura didapatkan bahwa nilai *retention* dan *referalls* mendapatkan nilai terendah dari tiga indikator yang dilakukan, maka disarankan agar selalu memperhatikan citra produk ayam bakar agar para pelanggan dapat bertahan di tengah-tengah pengaruh negatif mengenai produk sehingga pelangganpun bersedia untuk merekomendasikan ayam bakar tersebut.
- d. Hasil uji yang sudah dilakukan oleh peneliti kepada Rumah Makan Ayam Bakar Pak D Malang cabang Sigura-gura didapatkan bahwa nilai kesesuaian harapan dan minat berkunjung kembali mendapatkan nilai terendah dari tiga indikator yang dilakukan, maka disarankan agar selalu memperhatikan kualitas makanan, pelayanan, dan fasilitas agar para pelanggan merasa puas sehingga para pelanggan merasa ingin untuk mengkonsumsi kembali.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti diharapkan dapat melanjutkan serta mengembangkan penelitian dengan tema serupa yang disesuaikan dengan variabel-variabel yang mempengaruhi lainnya dengan objek yang berbeda.
- b. Peneliti selanjutnya diharap untuk menambahkan variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro Gunawan (2019) Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Pemasaran). Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Bali. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. JAMANE [Internet], 1 (1) Mei, pp. 1-14. Diunduh dari <https://jamane.marospub.com/index.php/journal/article/view/7> [Accessed 1 Mei 2024]
- Binaraesa, N. P. C. Hidayat, I. Lestariningsih, M. 2021. *Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen Pemasaran [Internet], 15 (2) Oktober, pp.61-68. Diunduh dari <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/> [Accessed 13 November 2023]
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan*. EJM UNUD [Internet], 8 (11) November, pp.6762-6781. Diunduh dari : <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p19> [Accessed 13 November 2023]
- Cindy Mutia Annur (2022) Konsumsi Daging Ayam Warga RI Meningkat, Capai Rekor Pada 2021. Databoks [Internet], 6 Oktober. Availabel from: <https://databoks.katadata.co.id/> [Accessed 10 Desember 2023]
- Deris, L.R.V., Bhinadi, A., & Nuryadin, D. (2022). *Pengaruh ketimpangan gender terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia 934 Provinsi) tahun 2015-2020*. SIBATIK JOURNAL [Internet], 1 (12) November, pp.2947-2958. Diunduh dari : <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.481> [Accessed 4 Maret 2024]
- Effendi M. Guntur, (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran Membangun Citra Negara*. Jakarta: Sagung Seto.
- Fahrudin, F. I., (2021). *Perilaku membeli dan pilihan makanan dalam kalangan generasi milenial: suatu sorotan awal*. Malaysian Journal of Social Sciences

- and Humanities (MJSSH) [Internet], 6 (10) Oktober , pp.285-291. Diunduh dari : <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i10.1099> [Accessed 4 Maret 2024]
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS (edisi 5)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS (edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Halim, Fitria dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis
- Hawaij, T., (2022). *Pemberdayaan perempuan, pola konsumsi pangan, dan status gizi pekerja bordir di Tasikmalaya*. Jurnal ilmu Gizi dan Dietetik [Internet], 1 (2) Oktober, pp.6762-6781. Diunduh dari : <https://doi.org/10.25182/jigd.2022.1.2.81-87> [Accessed 4 Maret 2024]
- Heryanto, Triwibowo. (2018). *Path Analysis Menggunakan SPSS Dan Exel Panduan Pengelolaan Data Penelitian Untuk Skripsi*. Bandung: Informatika Bandung
- Kotler Philips & Susanto A.B. (2001) *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta:Salemba Empat
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- _____. (2018). *Principles Of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Kurnia Ayu (2023) Top 5 Ayam Bakar Enak di Kota Malang, Rekomended Buat Bukber di Bulan Ramadhan 2023. Malang Network [Internet], 7April. Availabel from: <http://malang.jatimnetwork.com/read/2023> [Accessed 13 Juni 2023]
- Lestari, W. S. Yusuf, A. 2019. *Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang*. Jurnal Ekonomi

- Manajemen [Internet], 5 (2) November, pp. 94-101. Diunduh dari <https://doi.org/10.37058/jem.v5i2.964> [Accessed 10 Desember 2023]
- Lovelock. C dan Wrigh, Laurence K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alih bahasa Agus Widyanto, Cetakan Kedua. Jakarta: PT. INDEKS
- Marie, A. L. Sulistyo, T. D. Ratnaningtyas, H. Monita M. 2021. *Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Praja, Bintaro Tangerang Selatan*. Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis) [Internet] 6 (2) Desember, pp.13-17. Diunduh dari : <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i2.453> [Accessed 13 November 2023]
- Priyanto, Duwi. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom
- Queen, K.P. Toton. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah*. OJS Indonesia [Internet], 1 (3) September, pp. 209-217. Diunduh dari <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.239> [Accessed 13 November 2023]
- Sianipar, Rosiana. 2020. *Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmiah Simantek [Internet], 4 (2) Mei, pp. 161-168. Diunduh dari <https://www.simantek.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/155> [Accessed 5 Maret 2023]
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjibtono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Untoro, J . (2010). *Ekonomi*. Jakarta: Kawah Media
- Worotikan, A. L. Massie, J.D.D. Tawas, H. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang*. E-Journal UNSRAT [internet], 9 (3)

Juli, pp.1277-1285. Diunduh dari
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/search> [Accessed 13
November 2023]

Zalukhu, B. M. A. Saragih, N. M. 2023. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Nelayan Percut Makmur Medan*. E-Journal JUIM [internet], 5 (2) Juli, pp.61-80. Diunduh dari
<https://doi.org/10/10.5542/juiim.v5i2.743> [Accessed 31 April 2024]

