

## Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Soto Betawi

Elsa Anggraeni Piliyanto<sup>1</sup>, Hadita<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

E-mail: [elsaanggraeni2003@gmail.com](mailto:elsaanggraeni2003@gmail.com)<sup>1</sup>, [hadita@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:hadita@dsn.ubharajaya.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstract:** The purpose of this study was to ascertain the variables that typically have an effect on customer satisfaction at Soto Betawi Food Warungs as well as the relationship between taste and service quality and customer satisfaction at Soto Betawi Food Stalls. This study is quantitative in nature. The purposive location method is utilized in this research strategy. The accidental sampling method of 71 respondents is used to determine the number of respondents using the Non Propability Sampling method. Questionnaires, observation, and data processing techniques like editing, scoring, and tabulation are used to gather information. The information examination utilized is inferential/measurable investigation including various straight relapse line examination, relapse line change investigation, F test, different coefficient of assurance, T test, viability of relapse lines, and standard blunders of assessments. At Warung Makan Soto Betawi, the findings indicate that both the variables of taste and service quality have a significant impact on customer satisfaction.

**Keywords:** Customer Satisfaction, Taste, Service Quality

**Abstrak:** Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi dampak dari cita rasa dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi, sekaligus untuk mengidentifikasi faktor-faktor umum yang memengaruhi kepuasan pelanggan di tempat tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menerapkan metode purposive area, di mana jumlah responden ditentukan menggunakan teknik Non Propability Sampling dengan metode Accidental Sampling, yang melibatkan partisipasi sebanyak 71 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan angket dan observasi, sementara proses pengolahan data dilakukan melalui langkah-langkah editing, scoring, dan tabulasi. Dalam analisis data, metode analisis inferensial/statistik digunakan, mencakup analisis garis regresi linier berganda, analisis varian garis regresi, uji F, koefisien determinasi berganda, uji T, efektivitas garis regresi, dan standar error of estimates. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, baik variabel rasa maupun kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan

### PENDAHULUAN

Bisnis kuliner sering menjadi pilihan yang diminati oleh masyarakat, terutama karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Saat pelanggan pertama kali membeli atau mencoba menu makanan baru, kesan pertama mereka sering dinilai berdasarkan cita rasa makanan tersebut. Aroma, rasa, dan tingkat kematangan suatu makanan dapat digunakan untuk menilai cita rasa, itulah yang menjadikan setiap soto Betawi unik (Jones, 2000: 109). Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan seorang pengusaha kuliner sangat dipengaruhi oleh cita rasa yang diberikannya, sehingga pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas layanan juga memegang peranan penting dalam mencapai loyalitas konsumen. Kualitas layanan mencakup bagaimana pelanggan diperlakukan ketika mereka memesan makanan dari menu. Dalam industri makanan, memberikan layanan yang melampaui apa yang diharapkan pelanggan sangatlah penting (Tjiptono, 2015:265). Oleh karena itu, para pengusaha, khususnya yang bergerak di bidang industri makanan, perlu melakukan upaya

Received November 15, 2023; Accepted Desember 20, 2023; Published Desember 20, 2023

\* Elsa Anggraeni Piliyanto, [elsaanggraeni2003@gmail.com](mailto:elsaanggraeni2003@gmail.com)

untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memahami harapan pelanggan terhadap barang yang dibelinya dan menimbulkan rasa kepuasan pelanggan. Makanan Soto Betawi yang melambat, di tengah persaingan antar organisasi makanan, harus menganut sistem yang unik agar tetap dikenal oleh klien. Salah satu ide yang sedang dipromosikan adalah ide warung makan gratis dimana pelanggan dapat memilih makanan yang mereka suka dan jumlah yang mereka inginkan dari sebuah menu. Warung makan Soto Betawi terus menjadi pilihan populer karena konsepnya, desainnya yang unik, lingkungannya bersih, dan tempat duduknya nyaman. terutama di kalangan mahasiswa dan kaum milenial. Meskipun persaingan dari bisnis makanan lainnya seperti makanan cepat saji atau jenis makanan non-tradisional, warung makan Soto Betawi tetap mempertahankan pelanggan setianya.

## **LANDASAN TEORI**

### **Kepuasan Pelanggan**

Kebahagiaan pelanggan ketika suatu produk memenuhi atau bahkan melebihi harapannya dikenal dengan istilah kepuasan (Kotler dan Keller, 2012: 138-139). Oleh karena itu, pemilik bisnis harus mempunyai strategi unik untuk meningkatkan nilai dibandingkan pesaing dengan meningkatkan kualitas layanan (Widjanarko, Saputra, et al., 2023). Dalam konteks penelitian ini, indikator kepuasan pelanggan meliputi pembelian berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap produk (Saputra & Sumantyo, 2023).

Kepuasan Pelanggan telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, antara lain: (Mahaputra & Saputra, 2021), (Hamdan et al., 2023), (Ali et al., 2023).

### **Cita Rasa**

Menurut Winarno (2008:12), komponen rasa meliputi bagian penampakan dan cita rasa suatu makanan. Warna, konsistensi, bentuk, ukuran porsi, dan cara penyajian semuanya merupakan bagian dari penampilan makanan (Hidayah et al., 2021). Penampilan makanan merupakan komponen kunci yang disurvei ketika seseorang memilih makanan. Sebaliknya, aroma, tekstur, dan tingkat kematangan semuanya berkontribusi terhadap cita rasa makanan. Aroma, rasa, dan tingkat kematangan merupakan indikator rasa yang dapat diidentifikasi (Ali et al., 2022).

Cita Rasa telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, antara lain: (Yusdistara, 2021) & (Imantoro, 2017).

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas administrasi sangat erat kaitannya dengan hasil suatu bisnis (Sulistiorini &

Ali, 2017). Menurut pendapat Sugiarto (2017:39), kualitas pelayanan adalah cara penyajian suatu produk sesuai dengan standar yang dijanjikan oleh penyedia produk tersebut. Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, tangibilitas, dan sistem pelayanan online merupakan indikator kualitas pelayanan (Jumawan, Saputra, et al., 2023).

Kualitas Pelayanan telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, antara lain: (Saputra & Sumantyo, 2022), (Sudiantini et al., 2023), (Hernikasari et al., 2022).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif dan menetapkan lokasi penelitian menggunakan metode purposive area di Warung Makan Soto Betawi. Jumlah responden sebanyak 71 ditentukan menggunakan teknik Non Probability Sampling dan metode Accidental Sampling. Pengumpulan data dilaksanakan melalui metode angket dan observasi, dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Uji instrumen data mencakup uji validitas. Pengolahan data melibatkan tahapan editing, scoring, dan tabulasi. Uji asumsi klasik dilakukan dengan uji multikolinieritas dan uji normalitas. Analisis data yang diterapkan adalah analisis inferensial/statistik.

1. Analisis garis regresi linier berganda memakai rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

2. Untuk mengevaluasi efektivitas pengaruh variabel X terhadap variabel Y, digunakan analisis varian garis regresi dengan menggunakan rumus:

$$R_{y(1,2)} = \sqrt{\frac{a_1 \sum X_1Y + a_2 \sum X_2Y}{\sum Y^2}}$$

3. Untuk melakukan uji F dan menilai signifikansi pengaruh simultan variabel X terhadap variabel Y, digunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R_y^2(1)(N - m - 1)}{m(1 - R_y^2(1))}$$

4. Uji Koefisien Determinasi Berganda digunakan untuk menilai seberapa besar persentase pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2(1) \times 100\% = \dots \%$$

5. Uji T digunakan sebagai pengujian untuk menilai pengaruh parsial dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dan rumusnya adalah sebagai berikut:

$$t_0 = \frac{b_1}{Sb_1}$$

6. Garis Regresi Berganda Efektifitas digunakan untuk memahami kontribusi yang diberikan

secara parsial oleh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} \times \beta \times 100\% = \dots\dots\dots\%$$

7. Standart Error Of Estimate dengan rumus sebagai berikut

$$Se = \frac{\sqrt{\sum(Y - \hat{Y})^2}}{N - 2}$$

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Analisis yang dilakukan mengindikasikan bahwa hasil penelitian ini mencapai tujuan akhir yang diinginkan oleh peneliti, yakni mengidentifikasi dampak cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan variabel yang memiliki dominasi lebih besar di Warung Makan Soto Betawi. Hasil uji instrumen penelitian menunjukkan bahwa semua 29 pertanyaan dalam angket diklasifikasikan sebagai valid. Informasi lebih lanjut mengenai hasil analisis inferensial dapat ditemukan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	-7,321	2,120		-3,453	,001			
Cita Rasa	,851	,100	,639	8,492	,000	,897	,717	,402
Kualitas Pelayanan	,222	,050	,332	4,416	,000	,828	,472	,209

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Tabel 1.2 Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
				F Change	Sig. F Change
1	,921 <sup>a</sup>	,848	1,58057	188,892	,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Cita Rasa  
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Dalam analysis di atas, hasilnys sebagai berikut:

1. Analisis garis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -7,321 + 0,851X_1 + 0,222X_2 + e_i$$

2. Nilai varian dari garis regresi sebesar 0,921 menunjukkan tingkat kekuatan yang sangat tinggi dalam hubungan antara cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung mencapai 188,892, melebihi nilai Ftabel sebesar 3,132, dengan tingkat signifikansi F sebesar 0,000, yang lebih rendah dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian, secara bersama-sama, variabel cita rasa dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi, sehingga hipotesis 1 dapat diterima.
4. Koefisien determinasi berganda menunjukkan bahwa sebanyak 84,8% dari variasi kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel cita

rasa dan kualitas pelayanan. Sementara 15,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti, seperti harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari konsumen.

5. Hasil uji T menunjukkan bahwa pada variabel cita rasa ( $X_1$ ), thitung (8,492) lebih besar dari ttabel (1,994), dan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), thitung (4,416) juga lebih besar dari ttabel (1,994), sehingga hipotesis pada keduanya tidak dapat ditolak.
6. Efektivitas garis regresi mengindikasikan bahwa pengaruh paling dominan berasal dari variabel cita rasa ( $X_1$ ) sebesar 57,3183%, sedangkan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 27,4896%.
7. Standar Error of Estimate dinyatakan sebagai 1,58057.

## **PEMBAHASAN**

Temuan penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara cita rasa dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi, sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengidentifikasi dampak kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan di warung tersebut. Hasil ini sejalan dengan pandangan Dita Kirana (2018), yang juga menyatakan bahwa cita rasa dan kualitas pelayanan memiliki korelasi yang signifikan dengan kepuasan pelanggan. Menggunakan uji koefisien berganda dengan aplikasi SPSS, ditemukan bahwa pengaruh simultan dari cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mencapai 84,8%, sementara 15,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, faktor situasi, dan faktor pribadi konsumen (Zeithmal dan Bitner dalam Laksono, 2015). Meskipun variabel-variabel ini tidak menjadi fokus utama dalam penelitian ini, namun dianggap memiliki tingkat signifikansi yang tinggi. Soedarmo (2006:54) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terjadi ketika seseorang merasa puas dengan barang atau jasa yang diterima. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi konsep kepuasan pelanggan tersebut, menegaskan bahwa cita rasa dan kualitas pelayanan di Warung Makan Soto Betawi berperan penting dalam menciptakan kondisi kepuasan pelanggan.

Teori tersebut sejalan dengan hasil wawancara bersama informan AM yang menyatakan kepuasannya terhadap cita rasa dan pelayanan dari Warung Makan Soto Betawi. Informan AM merasa puas karena makanan memiliki rasa yang enak dan segar, dan pelayanan dari para pegawai dianggap sopan, jarang mengecewakan pelanggan dalam aspek kesegaran makanan dan kualitas pelayanannya (Widjanarko, Hadita, et al., 2023).

Keunikan dan kelezatan cita rasa, serta pelayanan yang memuaskan dari Warung Makan Soto Betawi, dapat menciptakan kepuasan dan kegembiraan bagi pembeli. Ini dapat mengakibatkan pembeli menjadi pelanggan setia Warung Makan Soto Betawi. Sebuah rumah

makan diharapkan dapat menonjolkan sesuatu yang spesial, baik dalam hal rasa masakan yang disajikan maupun dalam aspek pelayanannya. Hal ini tercermin dalam perasaan senang dan puas yang dirasakan setelah melakukan pembelian makanan di warung tersebut. Selain itu, keinginan untuk melakukan pembelian ulang di Warung Makan Soto Betawi dipicu oleh kecocokan rasa makanan dengan selera pelanggan dan kualitas pelayanan yang dianggap baik. Oleh karena itu, konsumen memilih untuk menjadi pelanggan setia di Warung Makan Soto Betawi (Hadita, 2018).

Pelanggan secara konsisten merekomendasikan Warung Makan Soto Betawi kepada orang lain, bahkan banyak di antara mereka yang berkeinginan untuk mengajak keluarga dan teman-teman makan di sana. Tindakan ini mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih dari sekadar faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya. Meskipun jenis soto lain tersedia di warung makan soto lainnya, pelanggan tetap memilih untuk membeli makanan di Warung Makan Soto Betawi karena mereka sudah merasa cocok dengan rasa masakan dan pelayanan yang disediakan di sana (Nofrialdi et al., 2023).

Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi adalah variabel cita rasa, dengan kontribusi sebesar 57,3183%. Keunikan dan lezatnya cita rasa dianggap sebagai nilai tambah yang signifikan bagi pelaku usaha di bidang kuliner, seperti yang terjadi pada Warung Makan Soto Betawi. Cita rasa, yang terdiri dari penampilan dan rasa makanan, menjadi elemen kunci dalam menciptakan nilai tambah tersebut. Penampilan makanan mencakup aspek-aspek seperti warna, konsistensi, bentuk, ukuran porsi, dan cara penyajian, sebagaimana dijelaskan oleh Winarno (2008:12). Pentingnya penyajian hidangan yang tidak hanya lezat tetapi juga disertai dengan aroma yang menggugah, membentuk landasan bagi kesuksesan Warung Makan Soto Betawi dalam memuaskan pelanggan (Saputra & Sumantyo, 2023).

Hasil dari penyebaran angket penelitian kepada responden, yang sebagian besar adalah mahasiswa pelanggan di Warung Makan Soto Betawi melalui metode online, menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan sangat setuju dengan aroma makanan di warung tersebut, dan menggambarkannya enak dan harum (Saputra et al., 2023). Indera perasa pelanggan mungkin meningkat bahkan sebelum mereka mencoba hidangan tersebut. Aroma khas Warung Makan Soto Betawi disinyalir sangat membuat orang lapar, dan makanan di sana mempunyai cita rasa tersendiri yang membedakannya dengan warung makan lainnya. Hasilnya, rasa dan aroma Warung Makan Soto Betawi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian banyak pelanggan (Khaira et al., 2022).

Selain itu, perpaduan rasa dan tingkat kematangan pada menu makanan di Warung Makan Soto Betawi dinilai sangat tepat. Penyajian makanan yang menarik juga menjadi faktor penting yang memberikan daya tarik tambahan bagi pelanggan di warung tersebut. Hasil observasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warung Makan Soto Betawi kepada pelanggan tergolong baik. Hal ini dapat diamati dari sikap ramah, sopan, dan baik dari para pegawai, serta kondisi warung makan yang bersih dan teratur. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2015:16), pelayanan adalah tindakan berbuat baik kepada pihak lain dengan tujuan membahagiakan pihak tersebut. Jika pemilik usaha mampu memenuhi harapan pelanggan maka mereka menganggap kualitas pelayanannya baik. Di sisi lain, jika klien mendapatkan pelayanan di bawah asumsi, sifat bantuannya dianggap buruk. Warung Makan Soto Betawi merupakan warung gratis yang memungkinkan pelanggan memilih sendiri menu makanan berdasarkan kesukaan dan jumlah yang diinginkan. Namun para pegawai di warung makan tetap memberikan pelayanan seperti kasir dan staf khusus yang membantu pelanggan dalam mengambil makanannya. Hal ini menunjukkan bahwa food slow down sebenarnya berfokus pada perspektif bantuan meskipun pada kenyataannya menerapkan ide free slow down (Soesanto et al., 2023a).

Angket penelitian yang diberikan secara online kepada responden, khususnya para pelanggan Warung Makan Soto Betawi yang sebagian besar adalah mahasiswa, menunjukkan hasil bahwa mayoritas dari mereka memberikan tanggapan sangat setuju terhadap pelayanan yang cepat yang diberikan oleh pegawai. Ini mencakup pengurangan waktu tunggu yang tidak perlu. Karyawan dianggap berperilaku sopan dalam melayani pelanggan, dan warung makan memberikan informasi yang komprehensif mengenai menu yang ditawarkan. Pengakuan juga diberikan kepada warung makan karena kemampuannya memberikan pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan, termasuk tanggapan cepat terhadap keluhan atau komplain yang mungkin disampaikan oleh pelanggan (Jumawan, Hadita, et al., 2023). Selain itu, Warung Makan Soto Betawi juga terkenal karena menjual makanan dan minuman dengan bahan berkualitas, serta kemampuannya memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan untuk menciptakan kepuasan. Komunikasi yang efektif dengan pelanggan, fasilitas yang lengkap, dan kebersihan peralatan di warung makan juga menjadi faktor penting. serta penampilan bersih dan menarik dari pegawai adalah hal-hal yang juga diapresiasi oleh para pelanggan. Keunggulan lain dari Warung Makan Soto Betawi terletak pada pelayanan Delivery Order yang dilakukan dengan cepat tanpa perlu waktu antri, dan makanan yang dikirimkan dalam kondisi kemasan yang bersih dan aman (Hadita, 2019).

Menu makanan yang memiliki kualitas tinggi diartikan sebagai menu dengan rasa yang lezat, sesuai dengan harapan pelanggan, dan memiliki ciri khas tersendiri sehingga dapat memuaskan pelanggan, sebagaimana yang terjadi pada menu makanan di Warung Makan Soto Betawi. Pandangan ini sejalan dengan perspektif yang diungkapkan oleh Hartono (2004:7), yang menyatakan bahwa makanan dengan penampilan dan rasa yang menarik dapat merangsang selera pelanggan dan mendapatkan tanggapan positif jika sesuai dengan preferensi mereka (Soesanto et al., 2023b). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa citarasa menjadi faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam mencapai kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi. Harapan muncul bahwa adopsi layanan pesan antar di Warung Makan Soto Betawi dapat menarik minat pembeli untuk memesan makanan dari warung tersebut (Widjanarko et al., 2022). Dengan meringkas poin di atas, dapat disimpulkan bahwa citarasa dan kualitas pelayanan merupakan elemen krusial yang berperan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi. Hasil penelitian dan pembahasan mengindikasikan hubungan yang signifikan antara citarasa dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi (Husadha et al., 2020). Temuan ini mengonfirmasi keberhasilan penelitian dalam mencapai tujuannya dengan menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel independen (citarasa dan kualitas pelayanan) dengan kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi, di mana citarasa memiliki peran yang paling dominan dalam konteks penelitian ini.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan terkait dengan pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi, dapat disimpulkan bahwa terdapat signifikansi antara cita rasa dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi sebesar 84,8%. Lebih lanjut, jika merinci pada pengaruh yang secara umum dominan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Soto Betawi, variabel cita rasa memiliki kontribusi sebesar 57,3183%.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, H., Mahaputra, M. R., Saputra, F., Mahaputra, M. R., Maharani, A., Nofrialdi, R., Saputra, E. B., Yandi, A., & Satriawan, N. (2023). Influence of Brand Image: Analysis of Purchase Decision and Author Loyalty (Study on Dinasti International Journal of Management Science). *Migration Letters*, 20(6), 676–682.
- Ali, H., Sastrodiharjo, I., & Saputra, F. (2022). Measurement of Organizational Citizenship Behavior: Workload, Work Culture and Motivation (Literature Review Study).

*Journal of Multidisciplinary Science*, 1(1), 83–93.

- Hadita. (2018). DAMPAK KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RAMAYANA DEPARTEMEN STORE. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(30), 365–374.
- Hadita. (2019). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 25–38. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1431>
- Hamdan, H., Ali, H., Mahaputra, M. R., Marlapa, E., Maharani, A., Mahaputra, M. R., Saputra, E. B., Satriawan, N., Nofrialdi, R., Setiawan, H. A., Yandi, A., Gupron, G., & Saputra, F. (2023). INDONESIAN ONLINE SHOPPING PERSPECTIVE: RELATIONSHIP E-SATISFACTION, E-COMMITMENT, E-WOM AND E-REPURCHASE INTENTION. *International Journal of Professional Business Review*, 8(9), 1–26.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>
- Hidayah, S., Jumawan, J., Dharmanto, A., Hadita, H., & Meutia, K. I. (2021). Pengaruh Hubungan Antar Manusia Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 142. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.991>
- Husadha, C., Winarso, W., Hidayat, W. W., Widjanarko, W., Suryati, A., & Fikri, A. W. N. (2020). Pelatihan Strategi Peningkatan Pemasaran, Penjualan dan Pelaporan Akuntansi melalui Pembuatan Website di Yayasan Duta Bangsa Indonesia di Cikarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 3(1), 11–20. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v3i1.51>
- Imantoro, F. (2017). *Pengaruh citra merek, iklan, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian*.
- Jumawan, J., Hadita, H., & Widjanarko, W. (2023). Strategy Organization Development : Analysis Competence , Work Environment , and Leader Style. *Proceeding Medan International Conference Economics and Business*, 1(January), 667–674.
- Jumawan, J., Saputra, F., & Prabowo, P. B. (2023). Determinasi Pelatihan Florist dan Kualitas Pelayanan Kewirausahaan Pada Kejutbypugo Kota Bekasi. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(4), 216–227.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman. *JAMAN: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). RELATIONSHIP WORD OF MOUTH , ADVERTISING AND PRODUCT QUALITY TO BRAND AWARENESS. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Nofrialdi, R., Saputra, E. B., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Internet of Things: Analisis Efektivitas Kerja , Perilaku Individu dan Supply Chain. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(1), 1–13. <https://dinastires.org/JPKN/article/view/111/104>
- Saputra, F., Masyuroh, A. J., Danaya, B. P., Maharani, S. P., Ningsih, N. A., Ricki, T. S., Putri, G. A. M., Jumawan, J., & Hadita, H. (2023). Determinasi Kinerja Karyawan: Analisis Lingkungan Kerja, Beban Kerja dan Kepemimpinan pada PT Graha Sarana Duta.

*JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 329–341.

- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2022). The Role of Marketing Management in Information Industry: Corporate Image , Brand Awareness and Promotion (Case Study at PT Lensa Potret Mandiri). *Jurnal of Applied Management and Business*, 3(2), 46–54. <https://doi.org/10.37802/jamb.v3i2.267>
- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen: Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Tiket MPL Mobile Legend di Aplikasi Blibli.com. *Cuan: Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 98–105.
- Soesanto, E., Saputra, F., Puspitasari, D., & Danaya, B. P. (2023a). Analisis Sistem Manajemen Sekuriti: K3 dan Beban Kerja di PT . XYZ. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(2), 139–150.
- Soesanto, E., Saputra, F., Puspitasari, D., & Danaya, B. P. (2023b). Determinasi Sistem Manajemen Sekuriti: Analisis Objek Vital , Pengamanan File dan Pengamanan Cyber pada Yayasan Siber Publisher. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(1), 23–29.
- Sudiantini, D., Meutia, K. I., Narpati, B., & Saputra, F. (2023). HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN, CITRA SEKOLAH, LOYALITAS SISWA DAN KEPUTUSAN MEMILIH SEKOLAH. *JURNAL JEMPPER*, 2(1), 404–408.
- Sulistiorini, M. S., & Ali, H. (2017). Customer satisfaction model: Product analysis, price, promotion and distribution (case study at PT Integrasia Utama). *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Widjanarko, W., Hadita, H., Saputra, F., & Cahyanto, Y. A. D. (2023). Determinasi Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 248–264.
- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678–685.
- Widjanarko, W., Wahyu Hidayat, W., Prasetyo, E. T., Eprianto, I., & Yulianah. (2022). The Effect of Financial Literacy on the Financial Management of MSMEs in Jatinangor District, Sumedang Regency. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3359–3364.
- Yusdistara, W. (2021). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Reza Bakery Padangsidempuan. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol.5,No.3(3), 112–116.