

RINGKASAN

Perkembangan industri bisnis makanan dan minuman terus berkembang dari masa ke masa. Setiap perkembangannya sebuah bisnis harus dapat beradaptasi dan berinovasi agar dapat bertahan, salah satunya dengan memiliki ciri khas atau keunikan dari restoran atau tempat makan itu sendiri. Salah satu restoran yang sudah berdiri di Indonesia dan memiliki ciri khasnya yakni restoran ramen Ikkudo Ichi, yang merupakan sebuah restoran yang memiliki spesialisasi pada jenis makanan mie yang dikenal dengan nama ramen. Pertumbuhan usaha penyediaan makanan dan minuman meningkat yang membuat Ikkudo Ichi menawarkan ramen yang bisa di sesuaikan selera para generasi milenial.

Penelitian ini menggunakan generasi milenial sebagai populasi, generasi milenial yang dibutuhkan adalah yang berdomisili di area Tangerang dan Jakarta dengan rentan usia 18-38 tahun sebagai pelanggan di Restoran Ikkudo Ichi Alam Sutera. Sampel diambil secara acak sebanyak 200 responden dengan teknik *purposive sampling* secara daring. Dengan data yang di peroleh sebanyak 229 responden, yang 29 diantaranya tidak valid. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan selama masa pandemi COVID-19 dengan instrumen skala Likert 1-5, dengan nilai tiga sebagai nilai netral dan nilai lima sebagai nilai sangat setuju. Penelitian ini mengadopsi penelitian yang dilakukan oleh Jalal Hanaysha pada tahun 2016 yang berjudul “*The Effects Of Food Quality, Price Fairness, and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Industry*”.

Teknik analisis yang digunakan, yakni: uji instrumen, analisis deskriptif, pengujian hipotesis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji T dan uji F serta regresi linear berganda, uji asumsi klasik. Dalam pengujiannya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan program SPSS versi 25.0 untuk Mac. Berdasarkan hasil yang diperoleh atas seluruh pengujian yang tertera membuktikan bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan positif yang signifikan juga terdapat pada variabel kewajaran harga dan kepuasan pelanggan.