

## Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Catering X Terhadap Kepuasan Karyawan PT XYZ Area Kundur

Dini Palupi, Tongam Sirait

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan Bangsa Bandung, Indonesia

Email: mm-24001@students.ithb.ac.id, tongam@ithb.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan Catering Dapur X terhadap kepuasan karyawan PT XYZ Area Kundur. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik Simple Random Sampling pada 179 responden, namun berhasil mengumpulkan 185 kuesioner yang valid. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel kualitas makanan (cita rasa, kesegaran, nilai gizi, variasi menu), kualitas pelayanan (ketepatan waktu, keramahan staf, responsivitas), dan kepuasan karyawan. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan karyawan. Uji t menunjukkan nilai signifikansi kualitas makanan sebesar 0,111 dan kualitas pelayanan sebesar 0,446 ( $>0,05$ ). Uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,185 ( $>0,05$ ) dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) hanya 1,8%, mengindikasikan bahwa 98,2% variasi kepuasan karyawan dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan perlunya eksplorasi faktor-faktor lain seperti harga, kenyamanan lingkungan, atau kebijakan perusahaan yang mungkin lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan karyawan terhadap layanan catering.

**Kata kunci:** kualitas makanan; kualitas pelayanan; kepuasan karyawan

### Abstract

*This study aims to analyze the influence of food quality and service quality of Dapur X Catering on the satisfaction of employees of PT XYZ Area Kundur. The research method used a quantitative approach with the Simple Random Sampling technique on 179 respondents, but managed to collect 185 valid questionnaires. The research instrument used a Likert scale of 1-5 to measure respondents' perception of food quality variables (taste, freshness, nutritional value, menu variation), service quality (punctuality, staff friendliness, responsiveness), and employee satisfaction. The data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software. The results of the study showed that food quality and service quality did not have a significant effect partially or simultaneously on employee satisfaction. The t-test showed a significance value of food quality of 0.111 and service quality of 0.446 ( $>0.05$ ). The F test showed a significance value of 0.185 ( $>0.05$ ) with a determination coefficient value ( $R^2$ ) of only 1.8%, indicating that 98.2% of the variation in employee satisfaction was influenced by other factors outside the study model. These findings suggest the need to explore other factors such as price, environmental comfort, or company policies that may be more dominant in influencing employee satisfaction with catering services.*

**Keywords:** food quality; service quality; employee satisfaction

\*Correspondence Author: Dini Palupi  
Email: mm-24001@students.ithb.ac.id



## PENDAHULUAN

Salah satu industri jasa yang secara nyata menawarkan pelayanan kepada konsumen adalah industri jasa boga atau catering. Usaha catering tumbuh dengan berbagai alternatif jasa boga yang ditawarkan (Amboy, Palandeng, & Rondonuwu, 2024). Karenanya faktor yang paling penting pada industri jasa boga adalah kualitas pelayanan (Antoro, 2024). Kualitas

pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen antara layanan yang mereka terima atau peroleh (Adi Pangestu & Hayuningtyas, 2024). Oleh karenanya pemenuhan atau kesesuaian dari kebutuhan konsumen harus dipenuhi agar keberlanjutan konsumen terus berlangsung (Ahmad, Akbar, & Lina, 2024). Menurut Tjiptono,(2012:157) apabila kualitas layanan yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya bila kualitas layanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas layanan yang buruk.

*Catering* adalah jenis penyelenggaraan makanan yang tempat memasak makanan berbeda dengan tempat menghidangkan makanan (Moehyi, 2001). Hal ini menyebabkan proses produksi dan konsumsi terjadi di tempat yang berbeda. Sementara itu, produk katering yaitu makanan merupakan tolok ukur kepuasan konsumen yang disesuaikan dengan kebiasaan dan pengalaman dari konsumen tersebut yang menikmati produk tersebut (Ali et al., 2021). Sehingga, agar konsumen mendapatkan pengalaman yang positif terhadap produk suatu *catering*, maka setiap lini proses sejak persiapan hingga produk tersebut dikonsumsi harus benar-benar dijaga (Badan Pusat Statistik, 2023).

Menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan konsumen merupakan mimpi semua perusahaan dan ini menjadi kunci keberhasilan perusahaan jangka panjang (Marinkovic, Senic, & Mimovic, 2015). Salah satu upaya untuk mempertahankan diri dalam dinamika bisnis dengan menerapkan relationship marketing pada suatu perusahaan (Homburg, Koschate, & Hoyer, 2021). Ikatan hubungan secara luas dianggap sebagai alat untuk menjaga loyalitas konsumen (Anderson & Mittal, 2020). Relationship Marketing merupakan penciptaan nilai dan pemeliharaan hubungan tahan lama antara perusahaan dengan konsumen sehingga tercipta kepuasan bagi kedua belah pihak dikemukakan Ndubisi dalam Rezvani (2020). berpendapat bahwa kepuasan konsumen dapat diciptakan dengan ikatan hubungan yang kuat, jika kepuasan yang dirasakan terus menerus dalam jangka lama akan menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan konsumen (Mangare, 2021). Kualitas pelayanan merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks dengan kualitas produk yang baik maka kepuasan konsumen akan terpenuhi (Namin, 2017).

Menurut Kotler (2013), kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen tidak puas (Sugiyono, 2022). Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas. Jika kepuasan melebihi harapan maka konsumen akan amat puas atau senang (Zakiyah, Setiawan, & Rosnawati, 2023). Kunci untuk menghasilkan kesetiaan konsumen adalah memberikan nilai konsumen yang tinggi (Permana, 2022). Bagi perusahaan yang berorientasi pada konsumen, akan menganggap bahwa konsumen sebagai nyawa atau kehidupan perusahaannya, terutama konsumen yang loyal harus tetap dijaga dan dimanjakan agar tidak berpaling ke perusahaan yang lain (Weerasinghe & Haniffa, 2023). Perusahaan yang berkinerja baik adalah perusahaan yang mampu menjalin hubungan jangka panjang dengan para konsumennya. Dimana kondisi

ini implementasinya konsumen mempunyai sikap positif terhadap suatu merek dan mempunyai komitmen pada merek tersebut. selanjutnya bermaksud untuk meneruskan pembeliannya di masa yang akan datang.

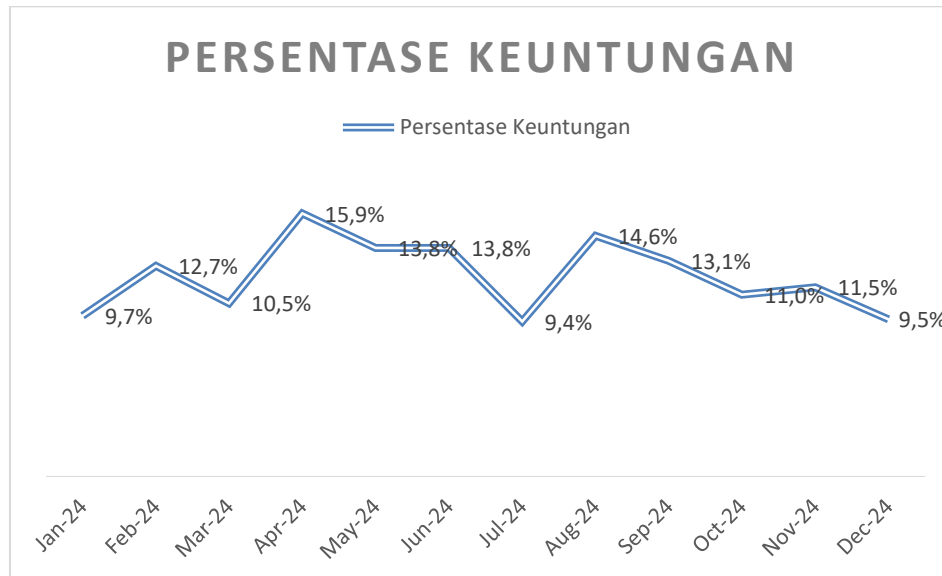
Pelayanan jasa catering merupakan pelayanan jasa yang sering dikonsumsi masyarakat. Perkembangan pasar industri jasa boga/usaha catering di dalam negeri yang terus berkembang disebabkan oleh perkembangan sektor pengkonsumsinya yang cukup luas, begitu luasnya segmen pasar industri ini menyebabkan jumlah pelaku jasa boga/usaha catering dalam negeri terus berkembang.

Publikasi Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023 menyajikan informasi mengenai karakteristik atau profil usaha penyediaan makanan minuman, jumlah penyerapan tenaga kerja, nilai penjualan dan jumlah pengeluaran yang dijabarkan secara rinci, baik menurut provinsi maupun kelompok KBLI 2020. Data yang disajikan pada publikasi ini merupakan hasil dari Survei Perusahaan/Usaha Penyediaan Makanan Minuman Tahun 2024. Usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2023 berjumlah 4,85 juta usaha, meningkat sekitar 21,13 persen dibanding tahun 2016 sebesar 4,01 juta usaha. Berdasarkan pembagian kelompok usaha, terdapat sebanyak 24,75 persen merupakan usaha restoran dan rumah makan, 14,55 persen merupakan usaha penyediaan makanan minuman keliling, dan 3,48 persen merupakan usaha jasa boga.

Objek penelitian pada penelitian ini adalah industri jasa boga atau catering Dapur X yang berdomisili Kundur Barat, Kabupaten Karimun, Kepulauan Riau, yang merupakan jasa catering yang menyediakan makanan untuk karyawan PT XYZ Area Kundur. Sebagai penyelenggara jasa catering untuk perusahaan, sudah seharusnya menyediakan makanan yang berkualitas. Penyelenggaraan makanan karyawan dalam suatu perusahaan sangat diperlukan karena makanan yang dikonsumsi harus mengandung zat-zat gizi yang dapat mempengaruhi konsentrasi dan meningkatkan produktivitas kerja seperti, karbohidrat, protein, lemak, zat besi (Fe), dan vitamin. Para pekerja yang tidak mendapatkan asupan gizi yang cukup bisa jadi akan berkurang konsentrasi dan produktivitasnya, apalagi jika ternyata mutu makanan yang dikonsumsi tidak memenuhi syarat kesehatan (tidak saniter dan higienis) dalam pengolahannya.

Dapur X melayani catering rutin untuk karyawan PT XYZ area Kundur berupa sarapan pagi, makan siang, dan makan malam. Selain itu, ada beberapa pesanan tidak rutin seperti prasmanan atau pesanan snack rapat atau kegiatan kantor lainnya. Dapur X sudah beroperasi puluhan tahun. Dalam keberjalanannya mengalami naik dan turun, sempat beberapa kali tidak mendapatkan pesanan dari PT XYZ area Kundur karena sesuatu dan lain hal, yang terakhir adalah di tahun 2023 pada bulan Maret sampai Juli 2023.

Dari data internal Catering Dapur X, persentase keuntungan yang diperoleh cenderung stagnan tidak mengalami peningkatan di tahun 2024 seperti pada tabel di bawah ini:



**Gambar 1. Keuntungan Catering Dapur X Tahun 2024**

Sumber : Laporan Keuangan Catering Dapur X (2024)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa persentase keuntungan mengalami fluktuasi sepanjang tahun 2024, dengan kenaikan dan penurunan yang cukup bervariasi setiap bulannya. Puncak keuntungan tercapai pada Mei sebesar 15,9%, sementara penurunan terendah terjadi pada Juli sebesar 9,4%. Kondisi ini menunjukkan adanya dinamika dalam pencapaian kinerja usaha yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti strategi pemasaran, kondisi pasar, dan efisiensi operasional. Oleh karena itu, pemantauan dan evaluasi rutin terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keuntungan sangat penting untuk menjaga kestabilan dan pertumbuhan bisnis ke depan.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga kestabilan keuntungan adalah dengan menjaga kualitas makanan yang disajikan. Kualitas makanan yang konsisten dan memuaskan pelanggan berperan besar dalam menciptakan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada pendapatan yang stabil. Makanan yang enak, sehat, dan sesuai dengan selera pelanggan tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga mengurangi kemungkinan pengembalian atau komplain yang dapat berdampak pada reputasi bisnis. Dengan memastikan bahwa kualitas makanan tetap terjaga, Catering Dapur X dapat memperkuat posisi kompetitifnya di pasar dan meningkatkan peluang untuk mencapai keuntungan yang lebih stabil di masa depan. Hal ini sejalan dengan penelitian dilakukan oleh Dewi dan Benardi (2024) pada Wangi Daun Catering, kualitas makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor cita rasa, kesegaran, dan tampilan makanan menjadi elemen utama yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan.

Penelitian lain oleh Halimah (2021) juga menunjukkan bahwa kualitas makanan berhubungan erat dengan tingkat kepuasan pelanggan di industri makanan dan minuman. Makanan yang memenuhi harapan pelanggan, baik dari segi rasa maupun penyajian, memiliki peran yang sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kualitas makanan yang tinggi meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan memotivasi mereka untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan layanan kepada orang lain,

yang pada gilirannya memperkuat posisi pasar bisnis catering. Sebagai tindak lanjut, bagian berikutnya akan menyajikan data penjualan nasi kotak tahun 2024 sebagai cerminan performa dan konsistensi layanan catering selama periode tersebut.



**Gambar 2. Jumlah Pesanan Nasi Kotak Tahun 2024**

Sumber : Laporan Keuangan Catering Dapur X (2024)

Berdasarkan tabel di atas, jumlah pesanan nasi kotak pada tahun 2024 menunjukkan variasi yang cukup signifikan setiap bulannya. Jenis pesanan makan siang mendominasi sepanjang tahun dengan jumlah tertinggi mencapai 9126 kotak pada Januari. Sementara itu, pesanan sarapan dan makan malam cenderung lebih rendah dan fluktuatif. Perbedaan jumlah pesanan ini dapat mencerminkan pola konsumsi serta kebutuhan pelanggan yang berubah-ubah dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, analisis terhadap tren pesanan ini penting untuk meningkatkan perencanaan produksi dan strategi layanan yang lebih tepat sasaran.

Untuk meningkatkan strategi layanan agar lebih efektif dan tepat sasaran, selain kualitas makanan, perhatian yang serius juga perlu diberikan pada pemeliharaan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dalam industri catering, pelayanan yang baik merupakan aspek yang tidak kalah vital dibandingkan kualitas makanan itu sendiri. Standar kualitas yang tinggi tidak hanya meliputi konsistensi rasa, tetapi juga mencakup kecepatan pelayanan, kebersihan, dan penyajian yang menarik. Untuk itu, pengelolaan bisnis catering secara profesional memerlukan pedoman kualitas yang jelas agar layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan sekaligus menjaga daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

Sebagai bisnis yang berbasis pada penyediaan layanan, **catering** dituntut untuk memiliki sistem yang responsif terhadap masukan, kritik, dan keluhan pelanggan. Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, meskipun mungkin terkadang berkaitan dengan preferensi pribadi atau ketidaksesuaian dengan menu yang disediakan, merupakan indikator penting dalam mengevaluasi dan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan. Menanggapi keluhan secara konstruktif dan sigap akan memberikan gambaran mengenai seberapa jauh kemampuan manajemen dalam menjaga kualitas pelayanan serta memperbaiki aspek-aspek yang kurang

optimal. Beberapa contoh keluhan yang sering disampaikan oleh pelanggan di manajemen Catering Dapur X antara lain :

**Tabel 1. keluhan pelanggan Catering Dapur X**

No	Permasalahan	Keterangan
1	Pesanan tidak diterima oleh pelanggan	Berdasarkan hasil observasi, penyebab utama bukan berasal dari manajemen catering Dapur X, melainkan dari pihak pemesan (bagian administrasi) yang lalai dalam menyampaikan informasi pemesanan.
2	Terjadi keterlambatan dalam pengiriman pesanan	Keterlambatan terjadi karena pesanan diterima melewati batas waktu pemesanan yang telah ditentukan, sehingga dibutuhkan waktu tambahan untuk persiapan.
3	Pelanggan tidak menyukai jenis makanan tertentu	Beberapa pelanggan memiliki preferensi makanan tertentu yang tidak sesuai dengan jenis makanan yang disediakan oleh pihak catering.
4	Cita rasa masakan tidak sesuai dengan selera	Perbedaan selera menjadi faktor utama yang menyebabkan ketidakpuasan terhadap rasa makanan yang disajikan.
5	Kehilangan sebagian pesanan saat pengantaran	Terjadi insiden kehilangan item pesanan selama proses distribusi menuju lokasi pelanggan.

Berdasarkan data yang telah disajikan, permasalahan-permasalahan tersebut menjadi perhatian utama bagi manajemen Catering Dapur X dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mengacu pada sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, dalam hal ini adalah karyawan PT XYZ Area Kundur yang menjadi pengguna layanan catering secara rutin. Dalam industri catering, kualitas pelayanan bukan hanya mencakup ketepatan pengiriman makanan, tetapi juga mencakup faktor-faktor lain seperti kebersihan, keramahan staf, dan kesiediaan untuk memenuhi permintaan khusus pelanggan.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian oleh Dewi dan Benardi (2024) pada Wangi Daun Catering menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan cita rasa makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian tersebut, uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa kedua variabel ini secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang baik, ditambah dengan cita rasa makanan yang memadai, sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi aspek keandalan, responsivitas, dan empati dalam melayani pelanggan, memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap pengalaman positif pelanggan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas dan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.

Selain itu, penelitian lain oleh Febi Rahmawati dan Hadita (2024) pada Catering Ar-Risalah di Kota Bekasi juga memperkuat temuan tersebut, dengan menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa kedua aspek tersebut tidak dapat dipisahkan dalam mencapai kepuasan pelanggan yang optimal. Kualitas makanan yang enak dan sesuai dengan preferensi pelanggan, dipadukan dengan pelayanan yang efisien, cepat, dan ramah, menjadi faktor penentu utama dalam menciptakan kepuasan dan pengalaman positif bagi pelanggan.

Permasalahan yang terjadi, seperti tidak sampainya pesanan akibat kesalahan administrasi, keterlambatan pengiriman karena waktu pemesanan yang tidak sesuai,

ketidaksesuaian jenis makanan dan cita rasa dengan selera pelanggan, serta kehilangan sebagian pesanan saat proses pengantaran menunjukkan adanya dinamika dalam proses operasional layanan catering. Situasi ini mencerminkan bahwa terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi dan akurasi layanan yang diberikan kepada pelanggan. Hal-hal tersebut memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan catering dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi internal pengelolaan maupun interaksi dengan pihak pelanggan. Ketepatan prosedur, ketelitian dalam komunikasi, dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen menjadi aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam menjaga mutu pelayanan.

Dari ulasan sebelumnya, terlihat bahwa meskipun perusahaan terus melakukan perbaikan dalam pelayanan dan produk menu makanan, tingkat konsumen tetap stagnan. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Catering X Terhadap Kepuasan Karyawan PT XYZ Area Kundur” bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan karyawan. Rumusan masalah yang diidentifikasi antara lain stagnansi data pemesan catering, keluhan konsumen meskipun sedikit, adanya kompetitor di daerah, dan inovasi yang dilakukan oleh Dapur X. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas makanan dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan, baik secara individu maupun bersama-sama.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi akademisi mengenai industri jasa, khususnya catering, dan menjadi referensi dalam penelitian tentang manajemen pemasaran serta kualitas pelayanan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi manajemen Catering Dapur X dalam membuat kebijakan yang lebih baik serta dapat memicu pemikiran lebih lanjut dalam bidang Tata Boga.

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Penelitian dilakukan di PT XYZ Tbk Area Kundur yang berlokasi di Kecamatan Kundur, Kabupaten Karimun, Provinsi Kepulauan Riau untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan Catering Dapur X terhadap kepuasan karyawan. Penelitian dilaksanakan hingga Juni 2025.

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis statistik untuk mengukur hubungan antara variabel Kualitas Makanan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Karyawan (Y).

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian adalah karyawan PT XYZ Tbk Area Kundur yang menggunakan layanan Catering Dapur X, berjumlah 325 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan Simple Random Sampling dengan rumus Slovin ( $d = 0,05$ ), menghasilkan sampel sebanyak 179 responden. Teknik ini dipilih karena memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi responden.

### Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian terdiri dari dua variabel independen yaitu Kualitas Makanan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), serta satu variabel dependen yaitu Kepuasan Karyawan (Y). Definisi operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Makanan (X1)	Kemampuan produk makanan untuk memenuhi harapan konsumen secara menyeluruh	1. Makanan yang bergizi 2. Cita rasa 3. Kesegaran bahan baku 4. Variasi makanan	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Strategi yang diterapkan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan	1. Bereaksi terhadap permintaan pelanggan tepat waktu 2. Selalu bersedia menjawab pertanyaan 3. Karyawan ramah	Likert
Kepuasan Karyawan (Y)	Perbaikan pasca membeli dimana alternatif yang diambil melebihi harapan atau tidak	1. Puas dengan kualitas layanan 2. Puas dengan kualitas makanan 3. Puas dengan harga makanan 4. Puas karena memilih restoran 5. Pilihan yang tepat memilih restoran	Likert

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada karyawan PT XYZ Tbk Area Kundur dengan skala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju). Data dikumpulkan melalui metode field research dengan menyebarkan kuesioner hard copy secara manual kepada responden yang telah ditentukan.

### Metode Analisis Data

Analisis data menggunakan bantuan software SPSS dengan tahapan uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment (valid jika  $Sig < 0,05$ ), uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach (reliabel jika  $\alpha > 0,60$ ), dan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov (normal jika  $Sig > 0,05$ ), uji heteroskedastisitas untuk mendeteksi varians residual yang konstan, dan uji multikolinearitas dengan kriteria  $VIF \leq 10$  dan Tolerance  $> 0,1$ .

### Uji Hipotesis

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen dengan persamaan  $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$ . Uji hipotesis meliputi uji F (simultan) untuk menguji pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama, uji t (parsial) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur kemampuan model menjelaskan variabel dependen. Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dimana jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (berpengaruh signifikan), dan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (tidak berpengaruh signifikan).



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Responden

Penelitian ini dirancang untuk melibatkan sebanyak 179 orang responden yang merupakan karyawan aktif di PT XYZ Area Kundur, dengan kriteria bahwa mereka merupakan pengguna langsung layanan Catering X yang tersedia di perusahaan. Responden dipilih secara purposive untuk memastikan bahwa setiap individu yang terlibat dalam penelitian memiliki pengalaman langsung terhadap kualitas makanan dan pelayanan yang disediakan oleh penyedia catering.

Pengumpulan data dilakukan secara manual melalui penyebaran kuesioner cetak yang dibagikan langsung kepada karyawan di berbagai unit kerja. Metode ini dipilih untuk menjamin tingkat partisipasi yang tinggi serta keakuratan pengisian, karena responden dapat memberikan jawaban berdasarkan pengalaman pribadi tanpa kendala akses teknologi atau jaringan daring.

Meskipun target awal jumlah responden sebanyak 179 orang, dalam pelaksanaannya berhasil terkumpul sebanyak 185 kuesioner yang diisi secara lengkap dan layak untuk dianalisis. Kelebihan jumlah ini justru memperkuat validitas data dan meningkatkan kualitas hasil analisis statistik dalam menguji pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan karyawan.

**Tabel 3. Deskriptif Statistik Responden**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Makanan	185	5.00	20.00	15.8595	2.62342
Kualitas Pelayanan	185	8.00	15.00	12.0973	1.42998
Kepuasan Karyawan	185	10.00	20.00	15.9514	2.07543
Valid N (listwise)	185				

Sumber : Data Diolah (SPSS)

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum persepsi responden terhadap masing-masing variabel penelitian, yaitu kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan karyawan. Data dianalisis berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan simpangan baku (*standard deviation*) dari 185 responden yang mengisi kuesioner secara lengkap dan valid.

Variabel kualitas makanan memiliki nilai minimum 5,00 dan maksimum 20,00 dengan rata-rata sebesar 15,86 dan simpangan baku 2,62. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas makanan yang disediakan oleh pihak Catering X. Simpangan baku yang cukup moderat mengindikasikan adanya variasi penilaian antar karyawan, namun tidak terlalu ekstrem.

Untuk variabel kualitas pelayanan, diperoleh nilai minimum 8,00 dan maksimum 15,00, dengan rata-rata 12,10 dan simpangan baku 1,43. Rata-rata yang cukup tinggi dan simpangan baku yang relatif rendah menunjukkan bahwa mayoritas karyawan memiliki persepsi yang seragam dan positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak catering. Hal ini mencerminkan konsistensi kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pengguna jasa.

Sementara itu, variabel kepuasan karyawan menunjukkan nilai minimum 10,00 dan maksimum 20,00, dengan rata-rata 15,95 dan simpangan baku 2,08. Nilai rata-rata yang tinggi

mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap layanan catering secara keseluruhan. Simpangan baku yang moderat menunjukkan adanya sedikit variasi persepsi, tetapi secara umum tingkat kepuasan berada pada kategori yang baik.

Dengan demikian, ketiga variabel yang diteliti kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan karyawan menunjukkan hasil rata-rata yang positif. Hal ini mencerminkan bahwa layanan catering yang disediakan oleh Catering X pada PT XYZ Area Kundur dinilai baik oleh mayoritas karyawan, baik dari aspek makanan maupun pelayanan yang diberikan.

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat dan akurat. Dalam penelitian ini, uji validitas diterapkan pada setiap item pernyataan dalam variabel kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan karyawan, dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Setiap item dikorelasikan dengan total skor variabelnya, dan pengujian dilakukan menggunakan bantuan software SPSS. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 185, maka nilai  $r$  tabel pada taraf signifikansi 5% adalah 0,144. Item yang memenuhi kriteria tersebut dinyatakan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. Uji Validitas *Pearson Product Moment*

Variabel		$r$ hitung $>$ $r$ tabel	Keterangan
Kualitas Makanan	X1.1	0,455	VALID
	X1.2	0,947	VALID
	X1.3	0,917	VALID
	X1.4	0,939	VALID
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,755	VALID
	X2.2	0,637	VALID
	X2.3	0,612	VALID
	X2.4	0,753	VALID
Kepuasan Karyawan	Y1.1	0,851	VALID
	Y1.2	0,851	VALID
	Y1.3	0,456	VALID
	Y1.4	0,547	VALID

Sumber : Data Diolah (SPSS)

Berdasarkan hasil uji validitas dengan teknik *Pearson Product Moment* terhadap 185 responden, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,144). Dengan demikian, semua item dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* melalui bantuan software SPSS. Kriteria pengambilan keputusan:

$\alpha \geq 0,60$  menunjukkan bahwa instrumen reliabel.

$\alpha < 0,60$  menunjukkan bahwa instrumen kurang reliabel.

Jika seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ , maka kuesioner dianggap layak dan konsisten untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

**Tabel 5. Nilai Cronbach's Alpha**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Makanan	0,834	Sangat Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,668	Reliabel
Kepuasan Karyawan	0,602	Cukup Reliabel

Sumber : Data Diolah (SPSS)

Hasil dari olah data dapat dilihat pada table diatas, bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ , maka kuesioner dianggap layak dan konsisten untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linier. Data yang berdistribusi normal akan menghasilkan estimasi parameter yang lebih akurat dan uji statistik yang valid. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* melalui bantuan software SPSS. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.):

Jika Sig. > 0,05, maka data berdistribusi normal.

Jika Sig. < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 6. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Studentized Deleted Residual
N		185
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0013789
	Std. Deviation	1.00789106
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.033
	Negative	-.048
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data Diolah (SPSS)

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi untuk analisis regresi linear.

### Uji Heteroskedastisitas ( Uji Glejser)

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi mengalami gangguan asumsi klasik berupa varian residual yang tidak konstan (heteroskedastisitas). Dalam regresi linear, salah satu asumsi penting yang harus dipenuhi adalah bahwa varians galat (residual) bersifat homogen atau homoskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, digunakan Uji *Glejser*, yaitu dengan meregresikan nilai residual absolut terhadap variabel independen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini adalah: Jika nilai signifikansi > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (model memenuhi asumsi). Jika nilai signifikansi < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

Dengan uji ini, dapat dinilai apakah model regresi yang digunakan sudah layak dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya.

Tabel 7. Uji Glejser

Model		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	13.480	1.526	
	Kualitas Makanan	.093	.058	.118
	Kualitas Pelayanan	.082	.107	.056

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Diolah (SPSS)

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen, yakni kualitas makanan dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan output hasil regresi, diperoleh bahwa:

Variabel Kualitas Makanan memiliki nilai koefisien (B) sebesar 0,093

Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai koefisien (B) sebesar 0,082

Nilai B dalam uji Glejser hanya menunjukkan bahwa nilai Sig. > 0,05 untuk kedua variabel independen, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

### Uji Multikolineartias

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi linear berganda. Multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan estimasi koefisien regresi menjadi tidak stabil dan interpretasi model menjadi tidak akurat.

Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* pada output regresi. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

*Tolerance* < 0,10 atau *VIF* > 10 menunjukkan adanya multikolinearitas.

*Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10 menunjukkan tidak ada multikolinearitas.

Jika seluruh variabel independen memenuhi kriteria tersebut, maka model regresi dianggap bebas dari masalah multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

**Tabel 8. Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Makanan	.991	1.009
Kualitas Pelayanan	.991	1.009

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah (SPSS)

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan dan kualitas pelayanan memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,991 dan nilai *VIF* sebesar 1,009. Nilai-nilai tersebut berada di atas ambang batas *Tolerance* > 0,10 dan di bawah *VIF* < 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi, sehingga model dinyatakan memenuhi asumsi klasik dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

## Uji Hipotesis

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 9. Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1 (Constant)	13.480	1.526		
	Kualitas Makanan	.093	.058	.118	1.602	.111
	Kualitas Pelayanan	.082	.107	.056	.763	.446

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Diolah (SPSS)

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu kualitas makanan ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Persamaan Regresi Linear (*Unstandardized*):

$$Y = 13,480 + 0,093 X_1 + 0,082 X_2$$

Artinya:

Nilai konstanta sebesar 13,480 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari kualitas makanan dan kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan pelanggan adalah 13,480.

Koefisien kualitas makanan ( $X_1$ ) sebesar 0,093 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam kualitas makanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,093, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Koefisien kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,082 berarti setiap peningkatan 1 satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,082, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

### Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi linear berganda. Uji ini menguji kelayakan model regresi secara keseluruhan.

Adapun hipotesis yang diuji dalam Uji F adalah:

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_1$ : Terdapat pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan model dianggap signifikan secara simultan.

Sebaliknya, jika Sig. > 0,05, maka  $H_0$  diterima dan model tidak signifikan.

Dengan Uji F ini, dapat diketahui apakah keseluruhan variabel bebas yang digunakan dalam model memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel terikat yang diteliti.

**Tabel 10. Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.581	2	7.290	1.705	.185 <sup>b</sup>
	Residual	777.981	182	4.275		
	Total	792.562	184			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan

Sumber : Data Diolah SPSS

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen, yaitu kualitas makanan dan kualitas pelayanan, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05.

Berdasarkan hasil ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 1,705. Adapun nilai F tabel dengan derajat kebebasan  $df_1 = 2$  (jumlah variabel independen) dan  $df_2 = 182$  ( $n - k - 1$ ) adalah sebesar 3,05.

Karena  $F$  hitung (1,705) <  $F$  tabel (3,05) dan nilai signifikansi (Sig.) = 0,185 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya, secara simultan kualitas makanan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, model regresi yang dibentuk belum layak digunakan untuk menjelaskan hubungan kedua variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama. Hal ini menunjukkan kemungkinan adanya variabel lain di luar model yang lebih dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap variabel dependen dalam model regresi linear berganda. Jika Sig. < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial, Jika Sig. > 0,05, maka tidak berpengaruh.

**Tabel 11. Uji T (Uji Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)		13.480	1.526	8.831	.000	
	Kualitas Makanan	.093	.058	.118	1.602	.111
	Kualitas Pelayanan	.082	.107	.056	.763	.446

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Diolah (SPSS)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel independen yang diuji, yaitu kualitas makanan dan kualitas pelayanan. Nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% dengan jumlah responden ( $n$ ) = 185 dan jumlah variabel independen ( $k$ ) = 2, (dihitung  $df = n - k - 1 = 185 - 2 - 1 = 182$ ).

Berdasarkan distribusi t dengan  $df = 182$  dan  $\alpha = 0,05$  (dua arah), diperoleh t tabel sebesar 1,973.

Hasil uji t menunjukkan bahwa:

Variabel kualitas makanan memiliki nilai t hitung sebesar 1,602 dengan nilai signifikansi 0,111. Karena t hitung < t tabel (1,602 < 1,973) dan Sig. > 0,05, maka disimpulkan bahwa kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 0,763 dengan nilai signifikansi 0,446. Karena t hitung < t tabel (0,763 < 1,973) dan Sig. > 0,05, maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan juga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji parsial (uji t), dapat disimpulkan bahwa baik kualitas makanan maupun kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara individu terhadap kepuasan pelanggan pada PT XYZ Area Kundur.

### Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilainya berkisar antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin kuat model menjelaskan variabel terikat.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.136 <sup>a</sup>	.018	.008	2.06752

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan  
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Diolah (SPSS)

Berdasarkan output *Model Summary*, diperoleh nilai  $R = 0,136$  dan  $R\text{ Square } (R^2) = 0,018$ . Artinya, model regresi yang dibangun hanya mampu menjelaskan 1,8% variasi dalam kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas makanan dan kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 98,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,008 juga menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel, model hanya menjelaskan sekitar 0,8% dari variasi yang terjadi.

Nilai  $R^2$  yang sangat rendah ini konsisten dengan hasil Uji F dan Uji t sebelumnya, di mana kualitas makanan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan, baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mampu menjelaskan variabel dependen secara efektif, dan kemungkinan terdapat variabel lain yang lebih dominan memengaruhi kepuasan pelanggan pada PT XYZ Area Kundur.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis terhadap data dari 185 responden karyawan PT XYZ Area Kundur, penelitian ini menyimpulkan bahwa baik kualitas makanan—yang mencakup cita rasa, kesegaran, nilai gizi, dan variasi menu—maupun kualitas pelayanan—meliputi ketepatan waktu, keramahan staf, dan kesediaan menjawab pertanyaan—tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan karyawan. Bahkan, pengujian secara simultan menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut bersama-sama juga tidak berdampak signifikan, yang mengindikasikan bahwa kepuasan karyawan terhadap layanan catering dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum diteliti, seperti harga, suasana ruang makan, kebijakan perusahaan, atau kepuasan kerja secara umum. Implikasi dari hasil ini menyarankan pihak penyedia layanan catering, dalam hal ini Dapur X, untuk meninjau ulang strategi peningkatan kualitas layanan mereka serta mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang mungkin lebih berdampak terhadap kepuasan karyawan, seperti inovasi menu, program loyalitas, dan pengalaman makan secara menyeluruh. PT XYZ Area Kundur juga diharapkan lebih mengintegrasikan kebijakan makan karyawan ke dalam program kesejahteraan yang lebih luas. Untuk pengembangan keilmuan, penelitian ini membuka ruang bagi akademisi untuk



melakukan kajian lebih lanjut dengan menambahkan variabel-variabel lain seperti harga, kebersihan, kenyamanan, dan faktor psikologis atau budaya kerja. Oleh karena itu, disarankan kepada Dapur X untuk memperluas fokus evaluasi layanan, melibatkan karyawan secara aktif dalam penyusunan menu melalui FGD atau survei berkala, serta menciptakan inovasi layanan seperti menu spesial pada hari-hari tertentu. Peneliti selanjutnya juga dianjurkan untuk memperkaya model penelitian agar pemahaman mengenai faktor-faktor penentu kepuasan karyawan terhadap layanan catering semakin komprehensif. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan layanan catering dapat lebih optimal dalam mendukung kepuasan dan produktivitas karyawan di lingkungan PT XYZ Area Kundur.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi Pangestu, A., & Hayuningtyas, F. (2024). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Deepublish.
- Antoro, B. (2024). Analisis Penerapan Formula Slovin dalam Penelitian Ilmiah: Kelebihan, Kelemahan, dan Kesalahan dalam Perspektif Statistik. *Jurnal Multidisiplin Sosial dan Humaniora*, 1(2), 53–63. <https://doi.org/10.70585/jmsh.v1i2.38>
- Amboy, M. S., Palandeng, I. D., & Rondonuwu, C. N. (2024). Analisis uji asumsi klasik dalam regresi linear berganda pada penelitian ekonomi manajerial. *Jurnal EMBA*, 12(1), xx–xx. E-Journal Universitas Sam Ratulangi. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba>
- Ahmad, A. D. S., Akbar, M. A., & Lina, R. (2024). *Service quality and trust on customer satisfaction. Advances: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(5), 255–267. <https://doi.org/10.60079/ajeb.v2i5.296>
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). *Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality*. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14–26. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- Anderson, E. W., & Mittal, V. (2020). Understanding firms' customer satisfaction information usage. *Journal of Marketing*, 69(3), 131–151. <https://doi.org/10.1509/jmkg.69.3.131.60398>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik penyediaan makanan dan minuman 2023*. Jakarta: BPS RI.
- Dewi, R. U., & Benardi W., Y. C. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan cita rasa makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering*. *ELESTE: Learning Experience & Social Thinking Education Journal*, 4(2). <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/eleste/index>
- Halimah, O. S., & Maulia, F. S. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada minimarket Indomaret Point Kiaracandong Bandung)*. *KarismaPro: Kajian & Riset Manajemen Profesional*, 15(1).
- Homburg, C., Koschate, N., & Hoyer, W. D. (2021). Do satisfied customers really pay more? A study of the relationship between customer satisfaction and willingness to pay. *Journal of Marketing*, 69(2), 84–96. <https://doi.org/10.1509/jmkg.69.2.84.60760>

- Keller, K. L. (2023). Keller's brand equity model: The hierarchy of building a strong brand. *Square Holes*. Retrieved from <https://squareholes.com/blog/2023/06/01/kellers-brand-equity-model-the-hierarchy-of-building-a-strong-brand/>
- Kotler, P. (2013). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Mangare, I. (2021). *Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Padang Sederhana di Kota Ambon* (Skripsi, Universitas Pattimura). <https://repo.unpatti.ac.id/jspui/handle/123456789/5631>
- Marinkovic, V., Senic, V., & Mimovic, P. (2015). Factors affecting choice and image of ethnic restaurants in Serbia. *British Food Journal*, 117(7), 1903–1920. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2014-0313>
- Namin, A. (2017). Revisiting customers' perception of service quality in fast food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 70–81. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.09.008>
- Pangestu, V. B. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). The influence of product quality, service quality and store atmosphere on customer satisfaction. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1349–1359. <https://doi.org/10.xxxxx/msej.v5i1.4169>
- Permana, W. (2022). *Strategi peningkatan kualitas pelayanan di era digital*. Jakarta: Prenada Media.
- Rahmawati, F., & Hadita. (2024). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Catering Ar-Risalah di Bekasi. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 78–90.
- Ramadhan, A. (2021). *Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Rezvani, S. (2020). Relationship marketing and its effect on customer satisfaction and loyalty. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(4), 205–215.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif* (Cetakan ke-5). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Weerasinghe, M., & Haniffa, M. R. M. (2023). Customer satisfaction and revisit intention towards fast food restaurants in Sri Lanka. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 7(4), 1009–1016. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2023.74234>
- Zakiyah, U. M., Setiawan, R., & Rosnawati, R. (2023). Exploratory factor analysis: Factors that affects parents' decision to choose private elementary schools in pandemic Covid-19. In S. Rochmat et al. (Eds.), *Proceedings of the 3rd Annual International Conference on Education, Humanities and Social Science (AREISSH 2021)* (Vol. 681, pp. 237–248). Atlantis Press. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-17-6\\_26](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-17-6_26)