

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi

Febi Rahmawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: 202010325135@mhs.ubharajaya.ac.id

Hadita Hadita

Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: hadita@dsn.ubharajaya.ac.id

Neng Siti Komariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Email: neng.siti@dsn.ubharajaya.ac.id

Email: 202010325135@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstract. Currently, many Micro, Small and Medium Enterprises are taking part in the culinary sector. In West Java, especially the city of Bekasi, people engaged in Micro, Small and Medium Enterprises in the culinary world (catering) are not difficult to find. The large number of actors involved in the culinary world in the city of Bekasi has made competition between Micro, Small and Medium Enterprises increasingly tight. The presence of Ar-Risalah Catering services can make it easier to fulfill needs at every event, especially for customers who don't want to bother with providing food and food service at parties or events. The purpose of this research is to find out whether there is an influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Ar-Risalah Catering in Bekasi City. The research uses quantitative methods through questionnaires and data from the results of the questionnaire will be processed and tested using SPSS 27 Version. Based on the results of this research, it is concluded that Product Quality and Service Quality have a partially significant effect on Customer Satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak Saat ini, banyak pelaku UMKM yang mengambil bagian di bidang kuliner. Di Jawa Barat, khususnya kota Bekasi, orang-orang yang bergerak di bidang UMKM di dunia kuliner (*catering*) tidak sulit dijumpai. Banyaknya pelaku yang terjun di dunia kuliner di kota Bekasi membuat persaingan antar pelaku UMKM semakin ketat. Kehadiran pelayanan jasa *Catering Ar-Risalah* dapat mempermudah pemenuhan kebutuhan di setiap acara, terutama para pelanggan yang tidak mau repot dengan penyediaan makanan dan pelayanan makanan dalam pesta atau acara. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi dan apakah terdapat pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi. Penelitian menggunakan metode kuantitatif melalui kuesioner dan data dari hasil kuesioner tersebut akan diolah dan di uji menggunakan SPSS 27 Version. Berdasarkan pada hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikansi secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikansi secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

LATAR BELAKANG

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah sebagian esensial pada perekonomian bangsa atau sektor, serta negara Indonesia UMKM ini paling esensial bagi perekonomian masyarakat. UMKM terus-menerus paling mendukung bangsa atau pemerintah perihal menciptakan bidang kegiatan atau usaha baru dan melalui UMKM lagi dapat dibentuk bidang kegiatan atau usaha baru yang memanfaatkan tenaga ahli baru yang mampu menunjang

penghasilan masyarakat. UMKM dibuat berlandaskan UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM.

Pandangan Budi, (2011) dalam penelitian (Bahri et al., 2019) tentang UMKM adalah bagian dari usaha kecil untuk masyarakat yang pada pembentukannya dilandaskan gagasan seseorang, mayoritas masyarakat berfikir UMKM itu adalah sekedar memanfaatkan *stakeholder* tertentu. UMKM kenyatannya menunjukkan peran dalam mengurangi peningkatan angka pengangguran yang terdapat di Indonesia, UMKM mempunyai peran dalam mengatasi pengangguran dengan memanfaatkan sumber daya alam yang berpotensi pada suatu daerah yang di kelola menyeluruh.

Pertumbuhan UMKM di Indonesia cukup mengalami percepatan. Kini total UMKM melampaui 64 juta atau 99% pelaku usaha di Indonesia, bertambah 5 juta mulai tahun 2015. Terhadap perkembangan yang pesat, Usaha Mikro Kecil Menengah berdampak dengan cepat pada perekonomian Indonesia. Berikut ditunjukkan menggunakan kenyataan bahwasanya Usaha Mikro Kecil Menengah adalah inti pekerjaan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia kemudian dapat sebagai kontributor terbanyak PDB dan pemasukan tenaga kerja yang secara luar biasa bisa menurunkan taraf pengangguran (Br Tarigan et al., 2022).

Saat ini, banyak pelaku UMKM yang mengambil bagian di bidang kuliner. Di Jawa Barat, khususnya kota Bekasi, orang-orang yang bergerak di bidang UMKM di dunia kuliner (*catering*) tidak sulit dijumpai. Banyaknya pelaku yang terjun di dunia kuliner di kota Bekasi membuat persaingan antar pelaku UMKM semakin ketat. Setiap pelaku UMKM perlu memperoleh manfaat dari perluasan dedikasi pelanggan terhadap usaha nya. *Catering* merupakan salah satu tujuan semua kalangan untuk mengatasi masalah makanan, sehingga banyak pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner, khususnya *catering* (Jayanti Mandasari et al., 2019).

Catering Ar-Risalah berdiri pada tahun 2017 yang didirikan oleh Muhammad Irfan Zidni, S.Kom di Kota Bogor, Jawa Barat. Setelah *Catering* pertama di Kota Bogor kini *Catering Ar-Risalah* hadir di Kota Bekasi berlokasi di Jl. Mas Koki 1, RT. 05 RW. 08, No. 47, kelurahan Kayu Ringin, kecamatan Bekasi Selatan, kota Bekasi, Jawa Barat. *Catering Ar-Risalah* salah satu catering yang sudah melegenda dengan menyajikan produk andalannya yaitu sate lumpur dan gulai aduhai. Selain itu *catering* ini juga menyediakan berbagai macam produk lainnya seperti ayam bakar. Dan untuk mempermudah konsumen dalam memilih varian produk, *Catering Ar-Risalah* juga menyediakan berbagai paket produk makanan sesuai kebutuhan pelanggan.

Kehadiran pelayanan jasa *Catering Ar-Risalah* dapat mempermudah pemenuhan kebutuhan di setiap acara, terutama para pelanggan yang tidak mau repot dengan penyediaan makanan dan pelayanan makanan dalam pesta atau acara. Pelanggan yang masih dalam satu kota yang sama saat memesan makanan pada *Catering Ar-Risalah* sudah mendapatkan fasilitas pengantaran makanan tanpa harus menambah ongkos kirim lagi.

Kualitas produk merupakan kemampuan produk di dalam menjalankan fungsinya dan kualitas produk dapat diukur melalui pendapat konsumen tentang kualitas itu sendiri, sehingga selera pribadi sangat mempengaruhi. Kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa. (Kresnamurti, Agung R.P, Putri, 2012) dalam penelitian (Hadita et al., 2020). Kotler (2014) dalam penelitian (Zulkarnain et al., 2020) Kualitas produk didefinisikan sebagai karakteristik umum dan atribut suatu produk atau jasa sejauh kapasitasnya untuk mengatasi masalah eksplisit/implisit. Kualitas produk secara berkala dan dalam jangka panjang akan selalu dioptimalkan oleh perusahaan. Perusahaan secara berkala dan berkelanjutan akan selalu berfokus terhadap peningkatan kualitas produk karena kualitas produk akan memberikan kekuatan yang lebih focus menghadapi persaingan, meningkatkan kesuksesan dan memberikan produk yang berbeda dengan pesaing (Azizah et al., 2020). Hal tersebut menandakan bahwa kualitas produk memiliki peranan penting pada daya saing di dunia bisnis. Setiap perusahaan menyadari bahwa pelanggan merupakan bagian terpenting (Putri et al., 2023) Di dalam perusahaan pelanggan ikut terlibat dan langsung merasakan kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus memberikan kepuasan kepada pelanggan yang sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan dari segi kualitas produk (Jannah et al., 2022). Untuk menjaga kepuasan pelanggan perusahaan atau manajemen wajib mengevaluasi dengan baik produk yang diberikan untuk pelanggan. Jangan sampai menimbulkan kekecewaan yang menyebabkan kepuasan pelanggan menjadi menurun.

Hal ini juga berkaitan dengan kualitas pelayanan serta didapatkan kepada pelanggan dapat berpengaruh pada kepuasan pelanggan berdasarkan (Christina, 2013) dalam penelitian (Zulkarnain et al., 2020) Dalam jangka panjang, itu adalah perspektif konsumen dan evaluasi kognitif pembayaran transfer. Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaian untuk menyeimbangi harapan dari pelanggan atau konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan serta dimaksimalkan supaya mampu bertahan dan dijadikan pilihan bagi konsumen (Setyawati, 2023). Perusahaan harus mampu menawarkan layanan berkualitas tinggi agar dapat beradaptasi dengan kebiasaan dan

pola konsumsi konsumen (Gunawan & Megawati, 2023). Kotler dan Keller (2007) dalam penelitian (Dwi Wahyuni, 2017) Berpendapat bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi serta kepuasan pelanggan bisa memikat daya beli serta menggunakan lagi produk itu. Bisa dikatakan jika lebih bagus jenis pelayanan yang di gunakan serta ditegakkan dengan lebih rasa puas yang lebih , maka akan menjadi kepuasan pelanggan.

Sehingga perusahaan yang mengutamakan kualitas produk memberikan pelayanan berkualitas tinggi secara konsisten untuk menikmati keunggulan kompetitif, perusahaan membangun kepuasan pelanggan dengan mudah, membangun kepuasan pelanggan yang baik. Menurut Kotler & Keller dalam penelitian (Hadita, 2019) Kepuasan pelanggan merupakan perasaan pelanggan akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

Permasalahan pada penelitian ini menjurus pada kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Yang mana *Catering Ar-Risalah* ini sejenis *catering* yang sudah melegenda khususnya pada cabang di Kota Bekasi disebelah itu ditemukan beberapa permasalahan bermula dari kualitas produk oleh rasa yang kurang sepadan, terdapat kurang lebih produk yang dinikmati dengan pelanggan kurang sepadan oleh kapasitas nya, makanan sudah disiapkan namun pengantaran makanan ke konsumen lambat membuat kualitas makanan kurang fresh dan kurang layak ketika dinikmati pelanggan, kualitas pelayanan yang kurang bagus jadi menyebabkan pelanggan kurang nyaman untuk membeli di tempat ini.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi dan apakah terdapat pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi.

Dari kejadian, masalah serta berbagai penelitian terdahulu, kemudian peneliti hendak melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Catering Ar-Risalah* Di Kota Bekasi”**.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Dalam siklus pemilihan produk/penelitian Kualitas Produk menjadi hal yang penting. Selain itu, dalam mempertimbangkan faktor harga, kualitas produk juga turut diperhitungkan, sehingga perusahaan atau tempat makan *catering* harus mengutamakan dan kemudian mengupayakan kualitas dari produk yang dihasilkannya (Journal et al., 2017) dalam

penelitian (Sholikhah & Hadita, 2023). Menurut Taguchi (1982) dalam penelitian (Sholikhah & Hadita, 2023) menunjukkan betapa esensialnya desain produk dan pengoperasian metode dalam mendapatkan produk bermutu. Menurut (Rosyidi Ririn, 2020) dalam penelitian (Maryati & Khoiri.M, 2021) kualitas produk secara keseluruhan dapat memiliki ciri-ciri maupun serta dari sifat sebuah kualitas produk yang dapat berpengaruh kemampuan untuk memuaskan kualitas produk kita kepada konsumen maupun pelanggan. Semakin bagus sebuah kualitas produk kita membuat varian baru agar konsumen tertarik produk kita. Pada keterangan ketiga ahli tersebut bisa disimpulkan bahwa kualitas suatu produk terletak pada metode pembuatannya, dan penampilan bahkan harga produk dapat menjadi aspek yang dapat sebagai pertimbangan pelanggan perihal membeli produk itu.

Dimensi kualitas produk menurut (Garvin, 1987) Penelitian (Daniswara & Rahardjo, 2023) membedakan delapan dimensi kualitas produk karena kualitas bersifat multidimensi dan dimensinya dapat digunakan lebih detail untuk menggali manfaatnya. Terdapat tujuh dimensi kualitas produk menurut Garvin: (1) Yang menjadi subyek pesanan adalah sifat-sifat pokok barang itu. (2) Fitur adalah fitur tambahan yang meningkatkan daya tarik produk di mata pelanggan. Ini adalah aspek sekunder dari kinerja. (3) Kelebihan ialah jika sebuah produk kemungkinan kecil tidak berhasil dalam kurun waktu tersebut ketika digunakan. (4) Sesuai merupakan keakuratan dimana produk dan jasa masuk dalam spesifikasi sesuai dengan standar. (5) Daya tahan mengukur umur suatu produk. Fungsionalitas berarti kecepatan, kemudahan, dan biaya pengembalian produk yang rusak. (6) Estetika mengacu pada tampilan, sentuhan, suara, dan lain-lain suatu produk. Ini adalah pertanyaan individual tentang penilaian dan sudut pandang orang tertentu. (7) Kualitas yang patut ditaati dalam hidup merupakan ciri-ciri yang melekat pada pelanggan, namun persepsi tidak selalu sesuai dengan kenyataan.

Kualitas Pelayanan

Gronroos (1982, 1984) dalam penelitian (Ali & Rizky, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah kombinasi teknis dan fungsional dimana kualitas pelayanan fungsional mengacu pada spesifikasi penerimaan pelayanan kepada pelanggan dan kualitas pelayanan teknis mengacu pada apa yang pelanggan terima. Model Gronroos bersifat umum dan tanpa menawarkan metode apa pun untuk memperkirakan kualitas khusus dan praktis. Kualitas pelayanan memang sangat membutuhkan dengan cara-cara yang sudah ada dan dari kepribadian manusia sendiri tanpa membutuhkan sebuah cara yang khusus dan tertentu.

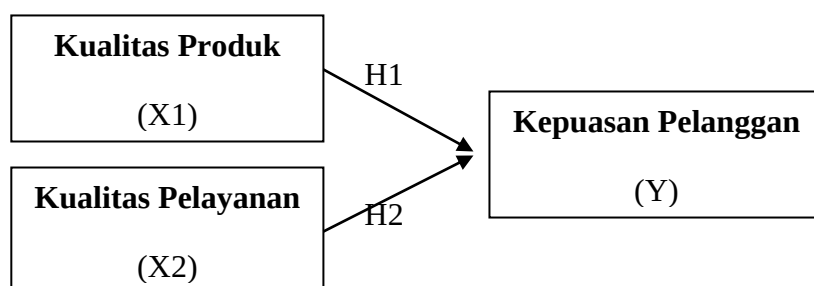
Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009, p. 111) didalam sebuah penelitian (Djimantoro & Gunawan, 2020), terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu: (1) Keandalan,

yang muncul waktu itu juga dari keahlian pegawai yang cakap untuk menyajikan pelayanan bebas kesalahan serta bisa mengandalkannya. (2) Reaktivitas, daya tanggap artinya sebagai kemahiran pegawai dalam menanggapi dan menyikapi pelanggan secara singkat dan tepat waktu. (3) Asuransi dan jaminan dapat dikaitkan langsung dengan perilaku pegawai, seperti kesopanan dan pengetahuan. (4) Empati, dipadukan dengan kepedulian untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan individu. (5) Secara khusus yang bersifat nyata adalah usaha perusahaan agar menunjukkan keberadaannya dan bisa menerapkan pelayanan yang bagus dari segi pelayanan aktual, teknologi yang digunakan karyawan, dan peralatan yang tersedia.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan meninjau pelanggan dengan produk serta pelayanan untuk apa produk atau pelayanan mencakup fungsi serta keyakinan pelanggan. (Zeithaml, 2003) dalam penelitian (Mardikaningsih, 2021). Menurut (Ria Octavia, 2019: 36) dalam penelitian (Jeany, 2020) kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara anggapan terhadap hasil kinerja baik merasakan senang ataupun kecewa, dimana kepuasan sama seperti penilaian sesudah menggunakan suatu alternatif yang dipilih paling tidak menepati atau melampaui harapan. Dapat disimpulkan apabila pelanggan di rasa sudah cukup senang terhadap produk serta pelayanan diberikan oleh perusahaan oleh karena itu pelanggan selalu membeli produk serta menggunakan pelayanan jasa itu. Kepuasan pelanggan telah menjadi tolak ukur untuk karakter yang harus menjadi fokus manajer perusahaan keunggulan kompetitif memuaskan pelanggan lebih baik daripada saingan nya, melampaui kebutuhan pelanggan, dan menginginkan yang lebih baik darinya pesaing (Dewi & Herning, 2023).

Kerangka Berpikir



Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang paling mendekati dalam hasil penelitian untuk mencari tahu kebenarannya. Berikut adalah hipotesis penelitian ini:

H1: Diduga Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

H2: Diduga Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

METODE PENELITIAN

Pada penelitian digunakan Metode Kuantitatif yang membutuhkan Kuesioner sebagai data primer yang diisi oleh pelanggan *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi. Populasinya adalah Pelanggan *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi yang dimana jumlah pelanggannya tidak terbatas atau tidak terhitung. Sehingga peneliti menggunakan teknik *Quota sampling* untuk menetapkan jumlah target. Pada penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan 100 pelanggan sebagai sampel. Data dari hasil kuesioner tersebut akan diolah menggunakan SPSS 27 Version dan akan dilakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Regresi Berganda, dan juga Uji Hipotesis (Uji parsial atau Uji T). Penelitian juga menggunakan beberapa data sekunder yang bersumber dari Artikel dan Jurnal sebagai referensi dan penunjang keberhasilan pada penelitian (Saputra et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Pengujian Validitas

Correlations				
		X1	X2	Y
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	1	,562**	,667**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
	N	100	100	100
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	,562**	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
	N	100	100	100
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	,667**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	100	100	100

Berdasarkan tabel uji validitas dapat disimpulkan bahwa setiap indikator dinyatakan valid, karena memiliki signifikansi dibawah 0,05 (<0.05).

Tabel 2. Pengujian Reabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Conclusion
Kualitas Produk	,829	Reliable
Kualitas Pelayanan	,729	Reliable
Kepuasan Pelanggan	,702	Reliable

Pada hasil uji Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Seluruh data tersebut mempunyai hasil Cronbach's Alpha $> 0,6$ sehingga variabel tersebut Realible.

Tabel 3. Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,18725884
Most Extreme Differences	Absolute	0,082
	Positive	0,079
	Negative	-0,082
Test Statistic		0,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,095 ^c

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,095 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 4. Pengujian Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4,587	1,352	
	KUALITAS PRODUK	0,211	0,042	0,369
	KUALITAS PELAYANAN	0,398	0,056	0,530

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 4.587 + 0,211 X_1 + 0,398 X_2 + e$$

Hasil pengujian regresi berganda dapat diuraikan sebagai berikut:

- Kepuasan Pelanggan sebesar 4.587 jika Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai 0.
- Apabila koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,211 maka, nilai pada variabel “Kualitas Produk” akan mengalami peningkatan sebanyak 1 unit dan variabel Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat sebanyak 0,211.
- Apabila koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,398 maka, nilai pada variabel “Kualitas Pelayanan” akan mengalami peningkatan sebanyak 1 unit dan variabel Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat sebanyak 0,398.

Tabel 5. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,798 ^a	0,637	0,629

Pada data diatas diketahui bahwa terdapat hasil sebesar 0,629 ($0,629 \times 100\% = 62,9\%$) yang berarti Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh sebesar 62,9% pada Kepuasan Pelanggan sedangkan lainnya terpengaruhi oleh variabel lainnya diluar dari model regresi saat ini.

Tabel 6. Pengujian Hipotesis (Uji T)

Model	t	Sig	Kesimpulan
Costanta	3,392	0,001	
Kualitas Produk	4,995	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	7,159	0,000	Signifikan

a; Depedent Variabel: Kepuasan Pelanggan

T tabel = 1,984

Hipotesis Pertama (H1)

Pada hipotesis pertama pengujian parsial Kualitas Produk pada Kepuasan Pelanggan memiliki hasil t_{hitung} 4,995 yang berarti lebih besar $> t_{tabel}$ 1,984 dengan hasil signifikasi sebesar $0,000 < 0,05$ disimpulkan Kualitas Produk terpengaruh signifikasi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sehingga (H1) diterima.

Hipotesis Kedua (H2)

Pada hipotesis kedua pengujian parsial Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan memiliki hasil t_{hitung} 7,159 yang berarti lebih besar $> t_{tabel}$ 1,984 dengan hasil signifikasi sebesar $0,000 < 0,05$ disimpulkan Kualitas Pelayanan terpengaruh signifikasi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sehingga (H2) diterima.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan hasil penelitian adalah (1) Variabel Kualitas Produk terpengaruh secara signifikansi terhadap Kepuasan Pelanggan. Mengenai ini memperlihatkan bahwa bertambah bagus kualitas produk pada *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi kemudian bertambah tinggi juga kepuasan pelanggan upaya melangsungkan pembelian di *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi. (2) Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Mengenai ini memperlihatkan bahwa bertambah bagus kualitas pelayanan yang diterapkan dengan karyawan *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi kemudian bertambah puas pelanggan melangsungkan pembelian di *Catering Ar-Risalah* di Kota Bekasi.

DAFTAR REFERENSI

- Ali, K., & Rizky, R. N. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Pencairan Dana Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (Kppn) Medan I. *Dinamika Governance : Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 11(2), 331–342. <https://doi.org/10.33005/jdg.v11i2.2772>
- Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 87. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11263>
- Bahri, A., Mulbar, U., & Suliana, A. (2019). Kajian Pemberdayaan UMKM Kota Makassar Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Pelaku Usaha. *Jurnal Inovasi Dan Pelayanan Publik Makassar*, 1(1), 37–53.
- Br Tarigan, Z. N. A., Dewi, F. N., & Pribadi, Y. (2022). Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Masa Pandemi: Dukungan Kebijakan Pemerintah. *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 15(1), 12–23. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v15i1.666>
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1.
- Dewi, M. K., & Herning, B. K. K. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Kembali dan Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Intervening: Pada Penggunaan Layanan Jasa Pengiriman J&T Cargo. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 111-119.
- Djimantoro, J., & Gunawan, V. C. (2020). PENGARUH e-WOM, KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN KAKKK AYAM GEPREK. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, X(X), 187–196.
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Gunawan, H., & Megawati, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Swarna Dwipa. *MDP Student Conference*, 2(2), 333–337. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4246>
- Hadita. (2019). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food. *Bisnis Dan Manajemen*, 3, 25–38.

- Hadita, H., Widjanarko, W., & Hafizah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), 261–268. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>
- Jannah, N. N., Suryana, Y., & Khoeruddin, H. (2022). Strategi Pemasaran Madrasah Berbasis Digital Hubungannya dengan Minat Peserta Didik. *Jurnal Kependidikan Islam*, 12(2), 127–137. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2022.12.2.127-137>
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Jeany, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR Artha Prima Perkasa. *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 7(3), 330–341.
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Putri, A., Arif, M., & Kunci, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. 6(1), 194–208.
- Saputra, F., Masyuroh, A. J., Putra Danaya, B., Maharani, S. P., Ningsih, N. A., Ricki, T. S., Aliefiani, G., Putri, M., Jumawan, J., & Hadita, H. (2023). Determinasi Kinerja Karyawan: Analisis Lingkungan Kerja, Beban Kerja dan Kepemimpinan pada PT Graha Sarana Duta. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 329–341.
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 57–63. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/12660/2345>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai

Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 1–24.