



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITA RASA MAKANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WANGI DAUN CATERING

Rachmadani Utami Dewi¹, Yose Cahyo Benardi W, SE, M.Si²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Indonesia

rachmadaniutamidewi@gmail.com¹, yosethekahyangan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan dan cita rasa makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda, Adapun jumlah sampel sebanyak 100 responde

n. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis secara parsial menunjukan bahwa, kualitas pelayanan dan cita rasa makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, secara hasil ujhipotesis secara simultan, kedua variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Implikasi dari hasil ini menekankan pentingnya Wangi Daun Catering untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan cita rasa makanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat membantu dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar perusahaan. Penelitian lebih lanjut dianjurkan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri katering, sehingga dapat memberikan wawasan tambahan yang lebih komprehensif. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan katering perlu memberikan perhatian khusus pada peningkatan kualitas pelayanan dan cita rasa makanan sebagai strategi utama untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang dapat berkontribusi positif terhadap citra merek dan keberlanjutan bisnis secara keseluruhan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to investigate the effect of service quality and food taste on customer satisfaction at Wangi Daun Catering. To achieve this goal, this study uses multiple linear regression analysis method. The number of samples is 100 respondents. The results of the study indicate that the results of partial hypothesis testing indicate that service quality and food taste have a significant effect on customer satisfaction. In addition, the results of simultaneous hypothesis testing, both variables also show a significant effect on customer satisfaction. The implications of these results emphasize the importance of Wangi Daun Catering to continue to improve the quality of service and food taste in order to increase customer satisfaction, which in

turn can help maintain and expand the company's market share. Further research is recommended to explore other factors that may affect customer satisfaction in the catering industry, so as to provide additional, more comprehensive insights. The practical implications of this study are that catering companies need to pay special attention to improving service quality and food taste as a primary strategy to maintain and increase customer satisfaction, which can contribute positively to brand image and overall business sustainability.

Keywords: Service Quality, Taste, Customer Satisfaction

(*) Corresponding Author: Rachmadani Utami Dewi, rachmadaniutamidewi@gmail.com, 085283363388

INTRODUCTION

Dalam industri jasa kuliner, kualitas pelayanan dan cita rasa makanan merupakan dua elemen penting yang sangat menentukan kepuasan pelanggan (Citra Savitri & Flora Patricia Anggela, 2020; Savitri & Anggela, 2018). Pada Wangi Daun Catering, yang telah lama beroperasi dalam menyediakan layanan catering, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi krusial untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mencakup aspek kecepatan dan ketepatan, tetapi juga sikap dan perhatian yang diberikan kepada pelanggan (Fuadi & Media, 2022; Ricky, 2019). Demikian pula, cita rasa makanan adalah inti dari pengalaman kuliner yang ditawarkan, yang dapat menjadi penentu utama dalam mempertahankan dan menarik pelanggan.

Pentingnya kualitas pelayanan dan cita rasa makanan telah dibahas dalam berbagai penelitian sebelumnya. Misalnya, penelitian oleh Setiawan (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di industri restoran. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh bagaimana layanan tersebut disampaikan. Begitu juga, penelitian oleh Sari dan Yuliana (2022) menemukan bahwa cita rasa makanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada bisnis kuliner, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan bisnis jangka panjang (Budiyono et al., 2022).

Namun, dalam konteks catering, khususnya di Wangi Daun Catering, masih diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan cita rasa makanan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun telah banyak penelitian terkait, kebanyakan dari studi tersebut berfokus pada restoran atau bisnis kuliner lain, sementara penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi layanan catering masih terbatas. Selain itu, dinamika bisnis kuliner yang terus berkembang, terutama setelah pandemi COVID-19, menuntut adanya pembaruan data dan analisis terkait dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan saat ini.

Wangi Daun Catering, dengan visinya untuk terus berkembang dan memperluas pangsa pasar, perlu mendapatkan wawasan yang lebih jelas mengenai apa yang benar-benar

mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Apakah kualitas pelayanan masih menjadi faktor dominan, ataukah cita rasa makanan memiliki peran yang lebih besar? Atau mungkin kedua faktor tersebut memiliki pengaruh yang sama besar? Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dan memberikan rekomendasi strategis bagi Wangi Daun Catering untuk terus meningkatkan layanan mereka.

Dengan mempertimbangkan temuan dari penelitian sebelumnya dan relevansi konteks saat ini, penelitian ini tidak hanya akan berkontribusi pada literatur akademik, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi Wangi Daun Catering dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan, pada akhirnya, keberhasilan bisnis mereka. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan strategi layanan yang lebih efektif dan efisien, sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan masa kini.

METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan cita rasa makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang bersifat numerik dan melakukan analisis statistik yang dapat mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti secara objektif (Hair et al., 2019). Dalam hal ini, sampel yang digunakan berjumlah 100 orang pelanggan Wangi Daun Catering, yang dipilih untuk memberikan gambaran representatif mengenai populasi pelanggan secara keseluruhan. Dengan ukuran sampel ini, diharapkan hasil penelitian dapat digeneralisasi untuk keseluruhan pelanggan Wangi Daun Catering.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Metode ini dipilih karena mampu mengukur sejauh mana kualitas pelayanan dan cita rasa makanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Regresi linear berganda memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan dan cita rasa makanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan), tetapi juga untuk melihat bagaimana interaksi antar variabel independen tersebut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam dan berbasis data untuk membantu Wangi Daun Catering dalam merancang strategi peningkatan layanan yang lebih efektif. -spasi-

RESULTS & DISCUSSION

Results

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini sebanyak 100 responden, untuk melihat demografi responden berdasarkan jenis kelamin, umur, Pendidikan terakhir dan status dengan mengetahui demografi responden maka akan mengetahui karakteristik responden dalam hal ini konsumen Wangi Daun Catering.

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Karakteristik | Keterangan | Jumlah | (%) |
|-------------------|-------------------|------------|-------------|
| Jenis Kelamin | Laki-Laki | 43 | 43,00 |
| | Perempuan | 57 | 57,00 |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Umur | < 20 Tahun | 0 | 0 |
| | 21 – 30 Tahun | 32 | 32,00 |
| | 31-40 Tahun | 57 | 57,00 |
| | > 41 Tahun | 11 | 11,00 |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Pendidikan | SMP | 0 | 0 |
| | SMA/K | 29 | 29,00 |
| | Sarjana/S-1 | 62 | 62,00 |
| | Magister/S-2 | 9 | 9,00 |
| | Doktor/S-3 | 0 | 0 |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Status Pernikahan | Belum Kawin | 33 | 33,00 |
| | Kawin | 67 | 67,00 |
| Jumlah | | 100 | 100% |
| Pekerjaan | PNS/ASN | 6 | 6,00 |
| | Karyawan Swasta | 72 | 72,00 |
| | Wiraswasta | 13 | 13,00 |
| | Mahasiswa/Pelajar | 9 | 9,00 |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan data karakteristik pelanggan Wangi Daun Catering, mayoritas pelanggan adalah perempuan (57%) dan sebagian besar berada dalam rentang usia 31-40 tahun (57%), diikuti oleh usia 21-30 tahun (32%). Pelanggan Wangi Daun Catering juga sebagian besar memiliki latar belakang pendidikan yang cukup tinggi, dengan 62% di antaranya berpendidikan Sarjana (S-1). Sebagian besar pelanggan sudah menikah (67%), dan mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta (72%). Profil ini menunjukkan bahwa Wangi Daun Catering banyak digunakan oleh perempuan dewasa muda hingga paruh baya dengan latar belakang pendidikan yang baik dan status sosial yang mapan.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur. Guna melihat valid atau tidaknya sebuah data maka kolom yang dilihat adalah kolom Corrected Item-Total Correlation. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan $\alpha = 0,05$. dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N oleh karena itu $N = 100$, maka derajat bebasnya adalah $n-2 = 98$. Nilai r tabel pada $df = 98$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0.19.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

| No | Item | rhitung | rtabel | Simpulan |
|----|-------|---------|--------|----------|
| 1 | X1_1 | .436 | 0,197 | Valid |
| 2 | X1_2 | .427 | 0,197 | Valid |
| 3 | X1_3 | .511 | 0,197 | Valid |
| 4 | X1_4 | .498 | 0,197 | Valid |
| 5 | X1_5 | .574 | 0,197 | Valid |
| 6 | X1_6 | .571 | 0,197 | Valid |
| 7 | X1_7 | .540 | 0,197 | Valid |
| 8 | X1_8 | .521 | 0,197 | Valid |
| 9 | X1_9 | .577 | 0,197 | Valid |
| 10 | X1_10 | .571 | 0,197 | Valid |

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa

| No | Item | rhitung | rtabel | Simpulan |
|----|------|---------|--------|----------|
| 1 | X2_1 | .457 | 0,197 | Valid |
| 2 | X2_2 | .561 | 0,197 | Valid |
| 3 | X2_3 | .487 | 0,197 | Valid |
| 4 | X2_4 | .535 | 0,197 | Valid |
| 5 | X2_5 | .544 | 0,197 | Valid |
| 6 | X2_6 | .529 | 0,197 | Valid |
| 7 | X2_7 | .534 | 0,197 | Valid |
| 8 | X2_8 | .521 | 0,197 | Valid |

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

| No | Item | rhitung | rtabel | Simpulan |
|----|-------|---------|--------|----------|
| 1 | Y1_1 | .501 | 0,197 | Valid |
| 2 | Y1_2 | .529 | 0,197 | Valid |
| 3 | Y1_3 | .481 | 0,197 | Valid |
| 4 | Y1_4 | .523 | 0,197 | Valid |
| 5 | Y1_5 | .436 | 0,197 | Valid |
| 6 | Y1_6 | .501 | 0,197 | Valid |
| 7 | Y1_7 | .529 | 0,197 | Valid |
| 8 | Y1_8 | .481 | 0,197 | Valid |
| 9 | Y1_9 | .523 | 0,197 | Valid |
| 10 | Y1_10 | .436 | 0,197 | Valid |

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat bahwa semua item pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan, cita rasa dan kepuasan pelanggan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0.197 sehingga dapat disimpulkan seluruh item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan bila alat pengukur tersebut digunakan berkali-kali untuk mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang atas pertanyaan yang disampaikan konsisten dari waktu ke waktu. Dikatakan handal (reliabel) jika memiliki koefisien keandalan atau cronbach's alpha sebesar 0,60 atau lebih. Di bawah ini penulis sajikan daftar Cronbach Alpha untuk semua variabel penelitian yang ada baik variabel bebas maupun variabel terikatnya atas dasar perhitungan dengan menggunakan SPSS.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Cronbach α | Simpulan | Keterangan |
|----|--------------------|-------------------|----------|---------------------------------|
| 1 | Kualitas Pelayanan | .831 | Reliabel | Karena Cronbach $\alpha > 0,60$ |
| 2 | Cita Rasa | .807 | Reliabel | Karena Cronbach $\alpha > 0,60$ |
| 3 | Kepuasan Pelanggan | .813 | Reliabel | Karena Cronbach $\alpha > 0,60$ |

Berdasarkan Tabel 5 di atas, menunjukkan bahwa semua nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel atau handal.

Persamaan Regresi Linear Berganda

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan program SPSS, didapat pada Coefficients dari tabel tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda

| Model | Coefficients ^a | | | | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 19.473 | 3.544 | | 5.495 | <.001 |
| | Kualitas Pelayanan | .226 | .068 | .294 | 3.338 | .001 |
| | Cita Rasa | .397 | .091 | .385 | 4.381 | <.001 |

a. Dependent Variable: Kepuasan

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 19.473 + 0.226 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0.397 \text{ Cita Rasa}$$

Model persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 19.473 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan dan cita rasa dianggap nol maka variabel kepuasan pelanggan sebesar 19.473.
2. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0.226 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat satu satuan dan variabel cita rasa makanan dianggap konstan, maka variabel kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0.226
3. Nilai koefisien variabel cita rasa makanan sebesar 0.397 yang artinya jika variabel cita rasa makanan meningkat satu satuan dan variabel kualitas pelayanan dianggap konstan, maka variabel kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0.397.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis secara Simultan (Uji-F)

Uji hipotesis secara simultan bertujuan untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan dan cita rasa makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun hasil pengujian disajikan pada tabel Anova dibawah ini.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

| Model | ANOVA ^a | | | | | |
|-------|--------------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 434.883 | 2 | 217.442 | 18.819 | <.001 ^b |
| | Residual | 1120.757 | 97 | 11.554 | | |
| | Total | 1555.640 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel 7 di atas, menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 18.819 dan nilai F_{tabel} sebesar 3.09, dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan cita rasa makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering.

Uji Hipotesis secara Parsial (Uji-t)

Uji hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel kualitas pelayanan dan cita rasa makanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering, berdasarkan hasil pengolahan dapat disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)

| Variabel | t | | Sig. | | Kesimpulan |
|--------------------|--------------|-------------|-------|----------------|------------------------|
| | t_{hitung} | t_{tabel} | Hasil | $\alpha = 5\%$ | |
| Kualitas Pelayanan | 3.338 | 1,98 | .001 | < 0.05 | Berpengaruh Signifikan |
| Cita Rasa | 4.381 | 1,98 | .001 | < 0.05 | Berpengaruh Signifikan |

Pada tabel 8.di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3.338 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.98 dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$,

maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering.

Pada tabel 8 di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel cita rasa makanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4.381 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.98 dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, maka dapat disimpulkan variabel cita rasa makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk melihat seberapa besar variabel kualitas pelayanan dan cita rasa makanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan, hasil pengujian disajikan pada tabel model summary dibawah ini.

Tabel 9. Koefisien Determinasi (R^2)

| Model | R | R Square | Model Summary ^b | |
|-------|-------------------|----------|----------------------------|----------------------------|
| | | | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .529 ^a | .280 | .265 | 3.399 |

a. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan

Pada Tabel 9 di atas, menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0.265 atau 26.5%. hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dan cita rasa makanan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering sebesar 26.5 % dan sisanya sebesar 73.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pengaruh Dominan

Guna mengetahui variabel bebas mana yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat adalah dengan cara melihat nilai *Standardized Coefficients*, berdasarkan hasil perhitungan nilai terbesar terdapat pada variabel cita rasa makanan yaitu 0.385, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa makanan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering.

Discussion

Hasil uji hipotesis secara parsial yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering memiliki implikasi yang penting bagi manajemen perusahaan. Pertama, kesimpulan ini menegaskan pentingnya fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan mengetahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, manajemen Wangi Daun Catering dapat lebih memprioritaskan pengembangan dan peningkatan kualitas layanan yang disediakan. Ini dapat mencakup peningkatan pelatihan bagi karyawan, peningkatan sistem pengawasan kualitas, dan penerapan praktik terbaik dalam memberikan pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan.

Kedua, hasil ini juga menunjukkan bahwa investasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dapat memberikan hasil yang positif dalam jangka panjang. Dengan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan

profitabilitas. Ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan tidak hanya penting untuk mempertahankan pelanggan yang ada, tetapi juga untuk menarik pelanggan baru dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Ketiga, manajemen Wangi Daun Catering dapat menggunakan temuan ini sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang lebih efektif dalam perencanaan strategis perusahaan. Dengan mengetahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien dan efektif untuk meningkatkan kualitas layanan. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki atau diperbaharui, serta merancang strategi yang lebih tepat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Keempat, hasil ini juga menggarisbawahi pentingnya feedback pelanggan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan terus mengumpulkan umpan balik dari pelanggan tentang pengalaman mereka dengan layanan perusahaan, manajemen Wangi Daun Catering dapat terus memperbaiki dan menyesuaikan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Hal ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan, wawancara pelanggan, atau melalui platform online yang memungkinkan pelanggan memberikan umpan balik secara langsung. Dengan demikian, perusahaan dapat tetap responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar.

Hasil uji hipotesis secara parsial yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel cita rasa makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering memiliki implikasi penting bagi manajemen perusahaan.

Pertama, temuan ini menyoroti pentingnya menjaga dan meningkatkan kualitas cita rasa makanan dalam operasional restoran atau layanan katering. Dengan mengetahui bahwa cita rasa makanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, manajemen Wangi Daun Catering dapat memperkuat fokusnya pada pengembangan menu yang berkualitas tinggi dan memperhatikan detail dalam penyajian makanan. Ini mungkin melibatkan penggunaan bahan-bahan berkualitas, teknik memasak yang tepat, dan perhatian terhadap presentasi visual makanan.

Kedua, hasil ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan berbasis pelanggan dalam mengelola restoran atau layanan katering. Dengan memprioritaskan cita rasa makanan sebagai salah satu faktor kunci dalam kepuasan pelanggan, manajemen Wangi Daun Catering dapat lebih berfokus pada memahami preferensi dan ekspektasi pelanggan. Ini dapat dicapai melalui survei kepuasan pelanggan, interaksi langsung dengan pelanggan, dan analisis data untuk mengidentifikasi tren dan pola perilaku konsumen.

Ketiga, implikasi manajerial dari hasil ini adalah perlunya investasi dalam inovasi menu dan pengembangan cita rasa yang menarik. Dengan mengetahui bahwa cita rasa makanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, manajemen Wangi Daun Catering dapat mempertimbangkan untuk terus melakukan riset dan pengembangan menu baru yang inovatif dan menarik bagi pelanggan. Hal ini tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang ada, tetapi juga dapat membantu menarik pelanggan baru dan mempertahankan daya saing di pasar.

Keempat, hasil ini menegaskan pentingnya pelatihan dan pengembangan karyawan dalam memastikan konsistensi dalam penyajian makanan dan cita rasa yang konsisten. Manajemen Wangi Daun Catering perlu memastikan bahwa semua karyawan dilatih dengan baik dalam mempersiapkan dan menyajikan makanan dengan standar kualitas tertinggi. Ini dapat mencakup pelatihan tentang teknik memasak, pemeliharaan kebersihan, dan pentingnya konsistensi dalam penyajian. Dengan demikian, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap pengalaman pelanggan di Wangi Daun Catering mencerminkan standar kualitas yang tinggi dan memenuhi harapan pelanggan.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan cita rasa makanan secara parsial masing-masing memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Wangi Daun Catering. Selain itu, secara simultan, kedua variabel tersebut—kualitas pelayanan dan cita rasa makanan—juga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menegaskan pentingnya kedua faktor ini dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan di Wangi Daun Catering.

REFERENCES

- Budiyono, R., Sarbullah, S., & Kuswiyono, A. N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cherry Pet Shop Purwokerto. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 18(1), 9–17. <https://doi.org/10.53845/infokam.v18i1.313>
- Citra Savitri, & Flora Patricia Anggela. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XXX Buana Ilmu, 4(2). <https://doi.org/10.36805/bi.v4i2.1137>
- Fuadi, S., & Media, L. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Di Kota Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(1). <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i1.1043>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis, Multivariate Data Analysis*. In Book (Vol. 87, Issue 4).
- Ricky, W. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(1).
- Savitri, C., & Anggela, F. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Xxx. *Buana Ilmu*, 4(2), 234–252.