

HUBUNGAN KEBIJAKAN FOOD SAFETY DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DI RUMAH POTONG AYAM (RPA) PT: EXPRAVET NASUBA

*The Relationship Of Food Safety Policy With Customer Satisfaction At Animal Home Cut (Rpa) Pt:
Expravet Nasuba*

Zainal Arifin¹Zuraida²

Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama, Medan
Jl.K.L.Yos Sudarso Km 6.5 No.3 A Tanjung Mulia Medan
za228323@gmail.com zuraidazura1988@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kebijakan food safety dengan kepuasan pelanggan di Rumah Potong Ayam (RPA). Subjek penelitian ini berjumlah 60 orang. Sistem analisis data yang dipungsikan dalam penelitian ini adalah Analisis Korelasi Product Moment dari Pearson. Maka ini dilakukan sesuai dengan judul penelitian dan identifikasi variabel-variabelnya, dimana Analisis Korelasi Product Moment digunakan untuk menganalisis suatu hubungan antara satu variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi suatu variabel bebas X adalah kebijakan food safety, yang menjadi variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan. Menurut jumlah perhitungan analisis korelasi product Moment, bisa diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kebijakan food safety dengan kepuasan pelanggan. Berarti semakin baik kebijakan food safety, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin buruk kebijakan food safety, berarti semakin rendah kepuasan pelanggan. Jumlah ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,517$; $sig < 0,010$. Dengan demikian maka hipotesis yang diajukan, dinyatakan diterima. Kebijakan food safety memberikan pengaruh sebesar 26,7%. Ini berarti masih terdapat 73,3% pengaruh dari faktor lain terhadap kepuasan pelanggan, diantaranya adalah kemampuan dari suatu perusahaan di dalam memberikan segala sesuatu yang menjadi suatu harapan pelanggannya atau dengan kata lain baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyediaan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kata kunci : Kebijakan Food Safety, Kepuasan Pelanggan, Rumah Potong Ayam (RPA) PT. Expravet Nasuba.

ABSTRACT

The purpose of this study aims to determine the relationship of food safety policies with customer satisfaction in Chicken Slaughterhouses (RPA). The subjects of this study were 60 people. The data analysis system used in this study is Product Moment Correlation Analysis from Pearson. This is done in accordance with the research title and identification of the variables, where Product Moment Correlation Analysis is used to analyze a relationship between one independent variable and the dependent variable. In this research, the independent variable X is the food safety policy, the dependent variable is customer satisfaction. According to the number of product moment correlation analysis calculations, it can be seen that there is a significant positive relationship between food safety policies and customer satisfaction. Means the better the food safety policy, the higher the customer satisfaction, conversely the worse the food safety policy, means the lower customer satisfaction. This number is proven by the correlation coefficient $r_{xy} = 0.517$; $sig < 0.010$. Thus, the hypothesis put forward was declared accepted. Food safety policy has an effect of 26.7%. This means that there are still 73.3% influence from other factors on customer satisfaction, including the ability of a company to provide everything that becomes a customer's expectations or in other words whether the quality of service depends on the ability to provide consistently meeting customer expectations .

Keywords : *food safety, customer satisfaction, Chicken Slaughterhouse (RPA).*

1. PENDAHULUAN

Peningkatan bidang industri menjadi semakin canggih seiring berjalannya waktu. Juga harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya, suatu perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas produk dan proses produksi, hingga kepuasan pelanggan benar-benar di prioritaskan.

Setiap proses produksi harus mampu menjalankan penerapan kebijakan *food safety*, sampai dengan kepuasan pelanggan memiliki kendala masing-masing dilihat dari segi pengoptimalannya guna terwujudnya peningkatan kualitas perusahaan. Proses produksi harus benar-benar dijaga oleh *quality* demi menjaga dan meningkatkan kualitas barang khususnya untuk mempertahankan kepuasan pelanggan PT. Expravet Nasuba, distribusi maupun pemasaran *product* merupakan bagian dari kebijakan *food safety* itu sendiri maka ini sangat rentan terjadi pada industri dan restoran-restoran yang menjual *seafood*, terutama *product* ayam dan ikan *frozen* bila tidak ada penerapan *food safety* yang serius pada makanan-makanan tersebut, maka akan sangat rentan terhadap kasus keracunan makanan. Hal inilah yang menjadi alasan penulis memilih PT.Expravet Nasuba yang bergerak dibidang pengolahan ayam dan ikan serta seperti *chicken ball* dan *chicken nugget* untuk dijadikan objek penelitian. (Menurut Suryowati, 2014). [12]

Berdasarkan uraian diatas proses produksi harus benar-benar dijaga oleh *quality* demi menjaga dan meningkatkan kualitas barang khususnya untuk mempertahankan kepuasan.

Penyediaan distribusi menjadi hal yang penting bagi perusahaan dan merupakan salah satu komponen yang memberikan pengaruh terhadap suatu perusahaan, sehingga perlu dilakukan peningkatan kinerja distribusi yang handal di dalam perusahaan. Hal ini dikarenakan *product* yang didistribusikan perlu sampai tepat waktu dan terjaga kualitasnya sampai di tempat yang ditentukan demi menjaga kepuasan pelanggan, barang yang dalam kondisi utuh dan baik mulai dari fisik barang hingga kemasannya. Penyediaan distribusi ini dapat berjalan lebih efektif dan efisien, perusahaan menerapkan sistem pembentukan jadwal dan urutan-urutan rute dalam transportasi. Kebutuhan teknologi informasi rute perjalanan dari satu lokasi ke lokasi yang lain secara efisien semakin meningkat seiring dengan pesatnya laju kinerja masyarakat (Larsen, Eilersten, & Elvevoll, 2011). [8]

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ayam yaitu PT.Expravet Nasuba yang memiliki beberapa pengolahan makana dalam proses produksi dan distribusi makanan yang merupakan anak dari perusahaan PT. Mabar Feed Indonesia produksi seperti pemotongan ayam, *ice block*, *nugget* dan bakso. Ada beberapa *product* yang diproduksi oleh PT. Expravet Nasuba, namun yang menjadi produk andalannya adalah *product whole chicken* yang dipasarkan meluas hampir ke seluruh hotel, restaurant dan cafe yang ada di wilayah kota Medan juga beberapa daerah di luar kota Medan hingga luar kota Medan seperti Batam, Padang, Jakarta. Dalam satu harinya PT. Expravet Nasuba mendistribusikan *product whole chicken* untuk 60 pembeli tetap yang ada di kota Medan. Melihat jumlah pelanggan tetap yang kian meningkat, maka perlu dilakukan pengoptimalan kebijakan *food safety* demi menjaga kepuasan pelanggan dalam hal ini rute distribusi pengantarannya benar-benar diperhatikan jangan sampai mengecewakan pembeli. Hal ini perlu dilakukan penerapan rute baik demi menjaga *product* yang diantar masih dalam keadaan baik dan sampai pada tepat waktu berdasarkan jumlah pelanggan yang semakin hari semakin meningkat dan mencapai jumlah yang banyak seperti kondisi saat ini, Intuisi supir perusahaan. Berakibat pada total jarak tempuh serta waktu yang digunakan dalam pendis-tribusian *product* menjadi cukup besar. Sugianto dan sugiharto (2013) [7]

Demi kemajuan kinerja sistem distribusi sebuah perusahaan dapat dilakukan dengan cara menentukan rute distribusi *product* yang efisien dengan ketersediaan armada distribusi yang cukup baik di perusahaan sehingga diperoleh biaya distribusi yang minimum, yang nantinya akan berakibat pada peningkatan keuntungan perusahaan. Dalam peningkatan sistem distribusi yang optimum, perlu adanya pemahaman terhadap pemerhatian yang kuat terhadap proses *product* sebelum pengemasan dan pengiriman demi menjaga kualitas *product* dan kepuasan pelanggan atau distribusi yang dimulai

dari titik awal pendistribusian menuju lokasi keberadaan pelanggan hingga akhirnya akan kembali ke titik awal pendistribusian, dengan memperhatikan keseimbangan dalam sub rute yang dibentuk. bertujuan untuk merancang sebuah rute optimal dimana armada kendaraan yang ada digunakan untuk melayani satu kelompok pelanggan, demi mengatasi adanya suatu kendala, serta dengan memperhatikan keutuhan barang dan kemasan, batasan kapasitas maksimum muatan kendaraan yang digunakan dalam pengangkutan, sehingga diperoleh jalur yang efisien dan biaya transportasi yang optimal. Keistimewaan untuk menjadwalkan sejumlah terbatas kendaraan dengan memperhatikan kapasitas maksimum kendaraan yang sama maupun berlainan yang digunakan. Manajemen pemasaran Sugianto dan sugiharto (2013). [7]

Maka berdasarkan uraian di atas peneliti saat melakukan observasi dilapangan menemukan barang yang diantar oleh kendaraan pengangkat barang perusahaan, barang di kembalikan keperusahaan. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "hubungan kebijakan *food safety* dengan kepuasan pelanggan di Rumah Potong Hewan (RPA) PT. Expravet Nasuba medan".

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Jasa atau pelayanan lebih sama-sama diprioritaskan. Hal tersebut disebabkan faktor kualitas pelayanan jasa lebih sulit diidentifikasi. Tetapi beberapa pakar pemasaran telah menemukan dimensi atau faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan jasa. Menurut Lupiyoadi (2013:148), didalam kualitas jasa terdapat 5 (lima) faktor untuk mengukur kepuasan pelanggan, diantaranya:

1. Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan kemampuannya kepada pihak eksternal harus baik dan benar juga penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan.
2. Keandalan dan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya juga kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan tanpa mengecewakan sedikitpun, dengan penyampaian informasi yang jelas. Menurut Lupiyoadi (2013:148). Membiarkan konsumen menunggu lama tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan merupakan kepuasan juga kesopansantunan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan daya tarik para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. Perhatian merupakan hal yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan beru paya memahami keinginan mereka. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2013). [9]

Berdasarkan uraian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkat kemampuan dari suatu perusahaan di dalam memberikan segala sesuatu yang menjadi harapan pelanggannya atau dengan kata lain baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyediaan jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Food Safety

Faktor-Faktor yang mempengaruhi kebijakan food safety adalah program *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP) Arisman (2012). Suatu program pengawasan, pengendalian, dan prosedur pengaturan yang dirancang untuk menjaga agar makanan tidak tercemar sebelum disajikan. Seperti instrumen penilaian, HACCP tentu saja tidak dapat berdiri sendiri. Hal yang masuk dalam program persyaratan tersebut, antara lain adalah :

Pelatihan bagi para pekerja agar mereka mengerti peran mereka bagi keamanan makanan

- a. Kebersihan dan kesehatan pekerja
- b. Penanganan rantai pasokan makanan
- c. Pengendalian makan yang baik

- d. Tata cara pelaksanaan standar baku SOP¹
- e. Tata cara pelaksanaan standar kebersihan baku
- f. Prokram persyaratan ini mengatur mulai dari fasilitas pabrik hingga pengendalian hama. Arisman (2012) [1]

Hubungan Kebijakan Food Safety Dengan Kepuasan Pelanggan

Zeithaml, Bitner, dan Dwayne (2009) Mengungkapkan lima hubungan kebijakan *food safety* dengan kepuasan pelanggan dominan atau penentu kualitas jasa yaitu :

1. Reliability yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga sekaligus keamanan pangan. Apabila dikaitkan dengan bidang usaha jasa restoran, maka karyawan yang handal adalah karyawan yang selalu tepat menyajikan menu makanan sesuai dengan pesananan pelanggan.
2. Respon siveness yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberi jasa dengan cepat demi menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Bila dikaitkan dalam bidang jasa restoran, maka sebagai contohnya, konsumen tidak harus menunggu pelayanan lama.
3. Assurance yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin. Contohnya seperti bank, asuransi, obat-obatan, dan broker.
4. Emphaty yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dipahami.
5. Tangible yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai dan material yang dipasang. Keller (2009). [7]

Hubungan kebijakan ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Hal ini meliputi lingkungan fisik seperti exterior dan interior bangunan, penampilan personil yang rapi dan menarik saat memberikan jasa. maka karyawannya memakai seragam yang rapi dan seluruh peralatan makan seperti meja dan kursi tertata rapi dan bersih. Menurut Zeithaml, Keller (2009) [7]

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Alasannya adalah karena peneliti ingin menggeneralisasikan suatu fenomena pada suatu kelompok. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan fenomena yang berkaitan dengan alam Wikipedia. Metode yang dipakai dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode noneksperimental yaitu menggunakan metode korelasional. Alasannya adalah karena peneliti ingin melihat hubungan antara dua variabel peneliti. Kebijakan *food safety* diungkapkan dengan menggunakan skala yang disebar kepada para pembeli.

Identifikasi Variabel Arikunto S (2010) [2]

Variabel ini merupakan yang menjadi objek penelitian. Variabel-variabel penelitian yang akan diteliti dapat diklarifikasi sebagai berikut:

- a. variabel bebas atau independen variabel disimbolkan dengan x merupakan variabel kebijakan *food safety*.
- b. variabel terikat atau dependent variabel disimbolkan dengan y yang merupakan variabel y yaitu kepuasan pelanggan.

Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variable-variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi:

Variabel Bebas: Persepsi terhadap manajemen perusahaan PT. Expravet Nasuba Dalam Menerapkan Kebijakan Food Safety.

Variabel Terikat: Kepuasan pelanggan atau pembeli dalam keputusan membeli di sebuah perusahaan PT. Expravet Nasuba Medan.

Persepsi Terhadap Manajemen Perusahaan PT. Expravet Nasuba Dalam Menerapkan Kebijakan Food Safety.

Secara operasional Menurut Sugianto dan Sugiharto (2012) *kebijakan food safety* product merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasaran untuk memuaskan para pelanggan dan kebutuhan dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa product merupakan segala sesuatu yang diciptakan perusahaan dapat ditawarkan untuk mendapatkan hasil dibutuhkan oleh kebutuhan konsumen. Aspek yang perlu diperhatikan mengenai product adalah kualitas product. Kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas product berhubungan dengan kemampuan product untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan product, keandalan, ketepatan, kemudahan dan keamanan.

Pengoperasian dan perbaikan lainnya jadi kualitas product merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, yang merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu product. Product yang ditawarkan setiap badan usaha akan berbeda dan pasti mempunyai karakteristik yang membedakan produk itu dengan product pesaing walaupun jenis productnya sama sehingga product itu memiliki keunikan, keistimewaan, keunggulan dalam meraih pasar yang ditargetkan. Sugianto dan Sugiharto (2013) [13]

Dari uraian diatas secara operasional, semakin tinggi skor skala kebijakan *food safety* semakin tinggi nilai suatu kualitas product dan semakin di minati oleh konsumen.

Sebaliknya: semakin rendah skor skala kebijakan *food safety* semakin rendah nilai kualitas *product* dan semakin tidak diminati oleh konsumen.

Kepuasan Pelanggan atau Pembeli dalam Keputusan Membeli di Sebuah Perusahaan PT. Expravet Nasuba Medan.

Secara operasional dalam buku manajemen pemasaran (2012). Kepuasan pelanggan adalah suatu kecenderungan individu untuk mengarahkan perhatian dan rasa ketertarikan yang dapat membuat pelanggan puas membeli barang. Seseorang akan melihat hal-hal yang mereka anggap membantu memuaskan kebutuhan-kebutuhannya dan mengabaikan pada hal-hal yang mengganggu. Individu yang mempunyai persepsi citra yang tinggi maka akan memungkinkan individu tersebut mempunyai minat beli yang tinggi pula, kelangsungan bisnis terjamin, perusahaanpun jadi lebih unggul di tengah persaingan.

Jika product perusahaan memiliki harga yang relatif lebih murah tapi memiliki kualitas, maka pelanggan akan merasa puas. Bisnispun akan bernilai lebih di mata pelanggan jika harganya sebanding dengan kualitas. membuat pelanggan bangga dan puas dengan suatu merek tertentu. Pembeli ingin mendapatkan suatu product dengan mudah. Makanya banyak perusahaan yang menjanjikan kemudahan dalam proses pembelian karena tidak ingin membuang banyak waktu pelanggan untuk membelinya. Hindari biaya tambahan dan proses transaksi yang rumit agar pelanggan puas menggunakan product perusahaan. Ada tidaknya minat membeli dalam diri konsumen akan dilihat tinggi rendahnya skor nilai yang di dapat dari angket kepuasan pelanggan . manajemen pemasaran (2012) [11]

Dari uraian diatas secara operasional, semakin tinggi skor skala kepuasan pelanggan, semakin tinggi kepuasan pelanggan

Sebaliknya: semakin rendah skala kepuasan pelanggan, maka semakin rendah kepuasan pelanggan.

Subjek Penelitian

Populasi wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli atau pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan di PT.Expravet Nasuba Jl. Kl. Yos Sudarso 8,8 No.88 Medan yang berjumlah 60 orang.

Teknik Pembuatan Sampel

Sempel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi terlalu besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka sampel harus diambil dari populasi yang harus bersifat mewakili (*representative*) (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *total sampling* (sampel total) adalah cara pengambilan sampel berdasarkan seluruh jumlah populasi karena jumlah populasi tidak melebihi dari seratus (Bungin, 2011). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 pembeli atau pelanggan perusahaan di PT.Expravet Nasuba Jl. KL.Yos Sudarso 8,8 No.88 Medan.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data ialah dengan menggunakan skala psikologis, dimana skala psikologis ini merupakan suatu alat ukur dengan menggunakan daftar pernyataan-pernyataan yang telah disiapkan dan disusun sedemikian rupa sehingga responden memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Metode skala digunakan karena data yang ingin diukur berupa konstruk atau konsep psikologis yang dapat diungkap secara langsung mulai dari indikator-indikator perilaku yang diterjemahkan dalam bentuk aitem-aitem pertanyaan, alasan dijadikannya skala dalam suatu penelitian didasarkan pada . Metode skala psikologis digunakan asumsi sebagai berikut :

- Subjek yang diteliti orang yang paling mengetahui tentang dirinya.
- Dinyatakan subjek kepada peneliti benar dan dapat dipercaya.
- Interpretasi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepa subjek cenderung dengan yang dimaksud peneliti.

Skala yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert yang merupakan metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respon sebagai penentuan nilai skalanya . Kedua skala diatas menjadi 4 jawaban yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang mendukung (*favourable*) dan tidak mendukung (*unfavourable*) “sangat setuju” [SS], “setuju” [S], “tidak setuju” [ST], dan “sangat tidak setuju” [STS]. Penilaian butir favourable bergerak dari angka 4 sangat setuju [SS], 3 setuju [S], 2 tidak setuju [TS], angka 1 sangat tidak setuju [STS]. Penilaian butir unfavourable bergerak dari angka 1 sangat setuju (SS), 2 setuju [S], 3 tidak setuju [TS], dan angka 4 sangat tidak setuju [STS]. Sugiyono, 2013 [14]

Validitas Dan Reliabilitas

Validitas adalah yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan (mampu mengukur apa yang hendak diukur) dan kecermatan merupakan suatu pengukuran melakukan fungsi ukurnya, yaitu dapat memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil-kecilnya antara subjek yang lain. Sebuah alat ukur dapat dinyatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsinya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dikenakannya alat ukur tersebut. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur (skala) adalah teknik korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson, dengan formulanya sebagai berikut (Arikunto, 2010). [2]

$$R_{xy} = \frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{N} \cdot \sqrt{\left\{ \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N} \right\}}$$

Keterangan :

R_{xy} : Koefisien korelasi x dan y

N : Keseluruhan subjek

X : Aitem

Y : Total

$\sum x$: S aitem

$\sum y$: Kor total

$\sum x^2$: Kuadrat aitem

$\sum y^2$: Kuadrat total

Reliabilitas merupakan dari kata *reliability*. Suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel. Gagasan yang terkandung dalam konsep reliabilitas sejauh hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya, Azwar (dalam Windi Yesika putri 2017). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach sebagai berikut (Arikunto, 2010) : [2]

$$R_{II} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

r_{II} = Reliabilitas instrument.

K = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal.

Σob^2 = Jumlah varians butir.

$\Sigma \sigma^2$ = Varians total.

Alasan yang digunakannya teknik reliabilitas Alpha Cronbach ini adalah:

- Jenis data *continue*
- Tingkat kesukaran seimbang
- Merupakan tes kemampuan (*power test*), bukan tes kecepatan (*speed test*).

Menurut Nisfiannor (dalam saragih, 2014), teknik Alpha Cronbach lebih maju daripada reliabilitas lainnya, karena tidak ditentukan oleh ikatan syarat-syarat tertentu. Teknik Alpha Cronbach tidak terikat untuk butir-butir yang tingkat kesukarannya seimbang dan hampir seimbang. Dapat digunakan untuk menguji kuesioner dan jika ada jawaban yang kosong kasusnya bisa digugurkan saja.

Teknik Analisis Data

Teknik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistika. Disamping itu pertimbangan lain menggunakan statistika adalah:

- Statistik bekerja dengan angka-angka
- Statistik bersifat objektif
- Statistik bersifat universal yang dapat digunakan pada semua bidang penelitian

Metode analisis data yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah *Product moment* dari Karl Person. Alasan digunakannya korelasi ini dalam penelitian untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (kebijakan *food safety*) dengan variabel terikat (kepuasan pelanggan) dengan rumusnya sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{N} \cdot \sqrt{\left\{ \frac{\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2}{N} \right\}}$$

Sebelum data ini dianalisis dengan teknik analisis *Product Moment* maka data yang diperoleh terlebih dahulu harus diuji asumsi. Uji asumsi yang dimaksud adalah:

- Uji Asumsi, yaitu untuk melihat apakah penelitian yang telah diperoleh memiliki sebaran normal atau mengikuti bentuk kurva normal.
- Uji Linearitas, yaitu untuk melihat apakah data variabel bebas (kebijakan *food safety*) memiliki hubungan linear dengan data dari variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Penelitian

Penelitian meliputi persiapan administrasi yaitu tentang persiapan penelitian secara informal yang dilanjutkan dengan pengurusan surat pengantar penelitian, hingga sampai pada persiapan alat ukur penelitian.

Persiapan Administrasi

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu penulis melakukan beberapa persiapan yang berkaitan dengan administrasi penelitian. Peneliti mengurus surat pengantar izin penelitian dari Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama Medan, kemudian peneliti menghubungi pihak PT. Expravet Nasuba Medan. Setelah mengetahui dan mengikuti beberapa prosedur yang diberikan PT. Expravet Nasuba Medan, maka permohonan izin penelitian diterima.

Persiapan Alat Ukur Penelitian

Persiapan alat ukur dimulai dengan penyusunan butir-butir pernyataan skala dari kedua variabel penelitian yang nantinya digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian, yakni skala kebijakan *food Safety* dan kepuasan pelanggan.

Skala Kebijakan Food Safety

Skala kebijakan *food safety* dalam penelitian ini disusun berdasarkan ciri-ciri kebijakan *food safety*, yakni jaminan *food safety*, produk yang berkualitas, jaminan produk halal, aturan penyimpanan produk, SOP sanitasi, Fasilitas pendingin dan pembeku. Berikut adalah tabel penyebaran butir-butir pernyataan skala kebijakan *food safety* pada saat uji coba.

Skala Kepuasan Pelanggan

Skala kepuasan pelanggan disusun berdasarkan aspek-aspek kepuasan pelanggan, yaitu berfokus pada pelanggan, memperhatikan mutu proses dan melibatkan seluruh karyawan. Berikut adalah tabel penyebaran butir-butir pernyataan skala kepuasan pelanggan pada saat uji coba.

Dengan skala di atas disusun menggunakan skala Likert 4 pilihan jawaban yang berisikan pernyataan yang mendukung favourable dan tidak mendukung (*unfavourable*). Penilaian yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pernyataan favourable adalah; sangat sesuai [SS] mendapat nilai 4, jawaban sesuai [S] mendapat nilai 3, jawaban tidak sesuai [TS] mendapat nilai 2, dan jawaban sangat tidak sesuai [STS] mendapat nilai 1. Untuk pernyataan yang bersifat *unfavourable* penilaian yang diberikan adalah; sangat sesuai [SS] mendapat nilai 1, jawaban sesuai [S] mendapat nilai 2, jawaban tidak sesuai [TS] mendapat nilai 3 dan jawaban sangat tidak sesuai [STS] mendapat nilai 4.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara yang dilakukan dalam pengambilan data penelitian ini menggunakan model *try out* terpakai, dimana data yang dipakai pada saat uji coba sekaligus menjadi data penelitian, dan sampel yang digunakan pada saat uji coba sekaligus menjadi sampel penelitian. Dengan demikian, dimulainya pelaksanaan uji coba ini juga bersamaan dengan dimulainya penelitian, yakni tanggal 15 Agustus 2019

Penelitian ini akan dilaksanakan pada pegawai yang bekerja di PT. Expravet Nasuba Medan. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi para pelanggan di tempat kerjanya masing-masing. Sebelum peneliti memberikan skala kepada para pelanggan, terlebih dahulu peneliti mengadakan kontak atau penjelasan kepada para pelanggan bahwa penelitian ini hanya sebatas untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Diharapkan dengan penjelasan ini, para pelanggan berkenan memberikan jawaban sebagaimana adanya.

Pada saat pelaksanaan penelitian, peneliti dibantu oleh seorang rekan, karena mengingat waktu dan sampel yang harus ditangani terbagi pada beberapa tempat. Sebelum penelitian dimulai, peneliti dan rekan memperkenalkan diri dan menjelaskan maksud dan tujuan dari penelitian, serta tata cara pengisian skala penelitian. Pengambilan data penelitian berlangsung dalam waktu 12 hari. Langkah selanjutnya sehubungan dengan penelitian ini, setelah keseluruhan pelanggan yang berjumlah 60 pelanggan dari berbagai tempat, maka selanjutnya melakukan penyekoran terhadap kedua skala. Hal pertama yang dilakukan adalah membuat kunci jawaban sesuai dengan pernyataan yang bersifat *favourable* dan *unfavourable*, kemudian melakukan penyekoran. Setelah diketahui nilai-nilai untuk setiap pernyataan maka selanjutnya nilai tersebut dimasukkan dalam tabulasi dan dijumlahkan, sehingga diperoleh nilai total setiap pegawai untuk skala gaya kepemimpinan otoriter dan skala motivasi kerja. Dari sinilah diperoleh data induk penelitian. Kemudian selanjutnya dianalisis untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya dari kedua skala tersebut.

Berdasarkan hasil uji coba skala gaya kebijakan *food safety* menunjukkan bahwa dari 72 butir pernyataan, terdapat 4 (empat) butir yang gugur dan 68 butir yang valid. Butir yang valid memiliki koefisien korelasi antara $r_{bt} = 0,316$ sampai $r_{bt} = 0,704$. Kemudian berdasarkan uji reliabilitas yang menggunakan rumus alpha cronbach diperoleh hasil $r_{tt} = 0,956$. Artinya reliabel. Berikut adalah tabel distribusi penyebaran butir pernyataan skala kebijakan *food safety* setelah uji coba.

Kemudian berdasarkan pengujian validitas dari butir-butir pernyataan skala kepuasan pelanggan yang terdiri dari 54 butir pernyataan, diketahui terdapat 6 butir yang gugur dan 48 butir yang valid. Angka korelasi butir yang valid, bergerak dari $r_{bt} 0,350$ sampai $r_{bt} 0,726$. Selanjutnya dari pengujian reliabilitas yang menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, diperoleh hasil r_{tt} sebesar 0,944. Dari hasil ini maka dapat dinyatakan bahwa skala kepuasan pelanggan ini reliabel atau dapat dipercaya atau dapat diandalkan untuk digunakan pada saat yang lain.

Untuk hasil uji coba skala kebijakan *food safety*, diketahui 72 butir pernyataan terdapat 4 butir yang gugur dan 68 butir yang valid. Kemudian untuk skala kepuasan pelanggan, diketahui bahwa 54 butir terdapat 6 butir yang gugur dan 48 butir yang valid. Sejalan dengan sistem yang digunakan dalam penelitian ini, maka data dari butir-butir valid tersebut diambil untuk digunakan sebagai data penelitian. Maksudnya adalah nilai dari butir-butir valid masing-masing variabel dijumlahkan kembali, kemudian setelah diketahui jumlah nilai masing-masing variabel dipasangkan sesuai dengan identitas diri pelanggan. Dari sini dapat dinyatakan sebagai variabel bebas

(X) adalah gaya kebijakan *food safety* dan sebagai variabel terikat (Y) adalah kepuasan pelanggan kerja.

Analisis Data dan Hasil

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, Analisis Korelasi *Product Moment* dari Pearson. Hal ini dilakukan sesuai dengan judul penelitian dan identifikasi variabel-variabelnya, dimana Analisis Korelasi *Product Moment* digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas X adalah kebijakan *food safety* dan yang menjadi variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan.

Sebelum data dianalisis dengan teknik Analisis korelasi *Product Moment*, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap variabel yang menjadi pusat perhatian, yaitu data kebijakan *food safety* dan kepuasan pelanggan, yang meliputi uji normalitas sebaran dan uji linieritas hubungan.

Normalitas Sebaran

Normalitas sebaran ini adalah untuk membuktikan bahwa penyebaran data penelitian yang menjadi pusat perhatian, menyebar berdasarkan prinsip kurve normal. Uji normalitas sebaran dianalisis dengan menggunakan rumus Kolmogorov dan Smirnov (K-S). Berdasarkan analisis tersebut, maka diketahui bahwa data variabel kebijakan *food safety* dan kepuasan pelanggan, mengikuti sebaran normal, yaitu berdistribusi sesuai dengan prinsip kurve normal Ebbing Gauss. Sebagai kriterianya apabila bilangan $\text{sig} > 0,050$ maka sebarannya dinyatakan normal, sebaliknya apabila bilangan $\text{sig} < 0,050$ sebarannya dinyatakan tidak normal (Hadi dan Pamardiningsih, 2000). Tabel berikut ini merupakan rangkuman hasil perhitungan uji normalitas sebaran.

Linieritas Hubungan

Linieritas hubungan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Artinya apakah kebijakan *food safety* dapat menerangkan timbulnya kepuasan pelanggan. Berdasarkan linieritas dapat diketahui apakah variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini dapat atau tidak dianalisis secara korelasional. Hasil analisis menunjukkan bahwa antara variabel kebijakan *food safety* mempunyai hubungan yang linier terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sebagai kriterianya apabila bilangan $\text{sig} < 0,050$ maka dapat dinyatakan mempunyai derajat hubungan yang linier (Hadi dan Pamardiningsih, 2000). Nilai-nilai hubungan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Berdasarkan perhitungan Analisis Korelasi *Product Moment*, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kebijakan *food safety* dengan kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik kebijakan *food safety*, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin buruk kebijakan *food safety*, maka semakin rendah kepuasan pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,517$; $\text{sig} < 0,010$. Dengan demikian maka hipotesis yang diajukan, dinyatakan diterima.

Mean Hipotetik

Variabel kebijakan *food Safety*, jumlah butir yang dipakai adalah sebanyak 68 butir yang diformat dengan skala Likert dalam 4 jawaban, maka mean hipotetiknya adalah $\{(68 \times 1) + (68 \times 4)\} : 2 = 170$. Kemudian untuk variabel kepuasan pelanggan, jumlah butir yang dipakai adalah 48 butir yang juga diformat dengan skala Likert dalam 4 jawaban, maka mean hipotetiknya adalah $\{(48 \times 1) + (48 \times 4)\} : 2 = 120$.

Mean Empirik

Berdasarkan analisis data seperti yang terlihat dari analisis uji normalitas sebaran dan statistik induk diketahui bahwa, mean empirik kebijakan *food safety* sebesar 201,783 dengan bilangan SD sebesar 27,247, sedangkan untuk variabel kepuasan pelanggan nilai rata-rata empiriknya adalah 145,700 dengan bilangan SD sebesar 22,335.

Kriteria

Dalam upaya mengetahui bagaimana kondisi kebijakan *food Safety* dan kepuasan pelanggan, maka perlu dibandingkan antara mean/nilai rata-rata empirik dengan mean/nilai rata-rata hipotetik dengan memperhatikan besarnya bilangan SD dari masing-masing variabel. Dari besarnya bilangan SD masing-masing variabel, maka untuk variabel kebijakan *food Safety*, apabila mean/nilai rata-rata hipotetik < mean/nilai rata-rata empirik, dimana selisihnya melebihi 27,247, maka dinyatakan bahwa kebijakan *food Safety* tergolong baik dan apabila mean/nilai rata-rata hipotetik > mean/nilai rata-rata empirik, dimana selisihnya melebihi 27,247, maka dinyatakan bahwa kebijakan *food Safety* tergolong buruk. Kemudian bila mean/nilai rata-rata empirik dengan mean/nilai rata-rata hipotetik tidak melebihi bilangan 27,247, maka kebijakan *food Safety* dinyatakan sedang. Berdasarkan data yang telah diperoleh diketahui bahwa kebijakan *food Safety* tergolong tinggi, sebab mean empirik > mean hipotetik dan besarnya melebihi bilangan SD. Untuk variabel kepuasan pelanggan, apabila mean/nilai rata-rata hipotetik < mean/nilai rata-rata empirik, dimana selisihnya melebihi 22,335, maka dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan tinggi dan apabila mean/nilai rata-rata hipotetik > mean/nilai rata-rata empirik, dimana selisihnya melebihi 22,335, maka dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan rendah. Kemudian bila mean/nilai rata-rata empirik dengan mean/nilai rata-rata hipotetik tidak melebihi bilangan 22,335, maka kepuasan pelanggan tergolong sedang. Berdasarkan data yang telah didapatkan diketahui bahwa kepuasan pelanggan tergolong tinggi, sebab mean empirik > mean hipotetik dan selisihnya melebihi bilangan SD.

4. KESIMPULAN

Menurut hasil perhitungan Analisis Korelasi *Product Moment*, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kebijakan *food safety* dengan kepuasan pelanggan.

Semakin baik kebijakan *food safety*, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin buruk kebijakan *food safety*, maka semakin rendah kepuasan pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,517$; sig < 0,010. Maka hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima.

Kebijakan *food safety* memberikan pengaruh sebesar 26,7%. Ini berarti masih terdapat 73,3% pengaruh dari faktor lain terhadap kepuasan pelanggan, diantaranya adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan segala sesuatu yang menjadi harapan pelanggan atau dengan kata lain baik tidaknya kualitas produk tergantung pada kemampuan penyedia barang untuk memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Zeithaml, Bitner, dan Dwayne (2009) Mengungkapkan ada lima penentu kualitas barang seperti Reliability (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan barang yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dalam arti luas berarti bahwa perusahaan memberikan jaminan tentang penyediaan barang bagus, penyelesaian masalah, dan harga sekaligus keamanan pangan. Apabila dikaitkan dengan bidang usaha jasa restoran, maka karyawan yang handal adalah karyawan yang selalu tepat menyajikan menu makanan sesuai dengan pesanan pelanggan. Responsiveness (daya tanggap) yaitu kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberi jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Bila dikaitkan dalam bidang jasa restoran, maka sebagai contohnya, konsumen tidak harus menunggu pelayanan lama. Assurance (kepastian) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin. Empathy (empati) yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dipahami. Tangible (berwujud) yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Bitner, dan Dwayne (2009)

Kelima dimensi ini merupakan dasar-dasar dari kebijakan *food safety* sebuah perusahaan. Jadi jika perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan muncul. Selanjutnya dari penelitian ini diketahui bahwa kebijakan *food safety* dari PT. Expravet Nasuba tergolong baik menurut para pelanggan demikian juga halnya dengan kepuasan pelanggan dinyatakan tinggi.

Berdasarkan hasil-hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kebijakan *food safety* dengan kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik kebijakan *food safety*, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin buruk kebijakan *food safety* hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,517$; $\text{sig} < 0,010$. Dengan demikian maka hipotesis yang diajukan, dinyatakan diterima..
2. Kebijakan *food safety* memberikan pengaruh sebesar 26,7%. Terdapat 73,3% yang disebabkan oleh pengaruh lain terhadap kepuasan pelanggan, diantaranya adalah tingkat kemampuan dari suatu perusahaan di dalam memberikan segala sesuatu yang menjadi harapan pelanggannya atau dengan kata lain baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyediaan jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.
3. Kebijakan *food safety* dari PT. Expravet Nasuba tergolong baik menurut para pelanggan. Demikian juga halnya dengan kepuasan pelanggan dinyatakan tinggi karena mean empirik lebih besar dari mean hipotetik.

5. SARAN

Sejalan dengan kesimpulan yang telah dibuat, maka berikut ini dapat diberikan beberapa saran, antara lain:

1. Saran Kepada Instansi Terkait
kebijakan *food safety* yang tergolong baik menurut pelanggan, maka diharapkan perusahaan mampu mempertahankan sekaligus meningkatkan kebijakan yang mengarah kepada pelayanan sehingga pelanggan selalu merasa puas.
2. Saran Kepada Para Pelanggan
kepada subjek penelitian diharapkan agar terus memperhatikan pelayanan yang diberikan dan memberikan kritikan agar perusahaan dapat lebih meningkatkan kebijakan *food safety*nya. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat lebih meningkatkan profesionalitasnya dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan.
3. Saran kepada peneliti berikutnya
penelitian ini masih memiliki berbagai kekurangan, maka disarankan kepada peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini dengan mencari faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya tingkat kemampuan dari suatu perusahaan di dalam memberikan segala sesuatu yang menjadi harapan pelanggannya atau dengan kata lain baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyediaan jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Diharapkan kepada peneliti lanjutan yang ingin melakukan penelitian yang sama supaya memperoleh pengetahuan yang lebih lengkap mengenai kebijakan *food safety* dan kepuasan pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama karena telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arisman 2012. Buku ajaran ilmu gizi keracunan makanan edisi asli. Hak cipta dilindungi undang-undang no. 19 tahun 2002
- [2] Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian. Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [3] Badan Pengawasan Obat dan Makanan. (2014). Retrieved March 3, 2015, from <http://ik.pom.com.go.id/v2014/> -setiawan, William.surabaya
- [4] Badan Pusat Statistik. (2012, August 6). Indeks Tendensi Bisnis dan Indeks Tendensi Konsumen Triwulan II-2012. Retrieved March 3, 2015, from <http://www.bps.go.id/> Bennion

- [5] Huriyati, Ratih. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Alfabetha: Bandung.
- [6] Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian). Salemba Empat: Jakarta.
- [7] Kotler, P. and Keller, K.L. (2009). *Marketing Management: 13th Edition*. New Jersey: Upper Saddle River. *jurnal* vol no.1 (2013) sugianto & sugiaharto Surabaya.
- [8] Larsen, R., Eilersten, K. E., & Elvevoll, E. O. (2011). Health Benefits of Marine Foods and Ingredients. *Biotechnology Advances*, 508-518. Setiawan, William. Surabaya.
- [9] Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- [10] Lim, Hoon. (2010). *Understanding American Customer Perception Of Japanese Food And Services in the U.S*. University of Las Vegas. *jurnal* vol no.1 (2013) sugianto & sugiaharto Surabaya
- [11] Limakrisna & Wilhelmus Hary 2012. Buku manajemen pemasaran .Mitra Wacana edisi asli, hak cipta dilindungi undang-undang no.9 tahun 2002.jakarta
- [12] Suryowati, (2014,February) [http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/02/05/1306096/Inilah_Sektor_85573-ID-analisa-food-safety-pada-product\(1\).PDF-Setiawan, William. Surabaya](http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/02/05/1306096/Inilah_Sektor_85573-ID-analisa-food-safety-pada-product(1).PDF-Setiawan,_William.Surabaya)
- [13] Sugianto dan Sugiharto. (2013) Jurusan Manajemen Pemasaran Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya. *Jurnal* Vol. 1, No. 2, (2013) 1-10
- [14] Sugiyono. 2013. Metode penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [15] Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. (2012). http://codexindonesia.bsn.go.id/uploads/download/UU_Pangan_No.18_pdf Setiawan, William. Surabaya
- [16] Yusi, M. Syahriman dan Umiyati, Idris. 2009. Metodologi Penelitian Ilmu Sosial: Pendidikan Kuantitatif. Indonesia. Penerbit: Citra Books Indonesia.
- [17] Zethaml, Bitner, dan Dwayne (2009, p.104). *jurnal* vol no.1 (2013) sugianto & sugiaharto Surabaya
- [18] Mirawati, M. (2019). Kematangan Sosial Siswa Kelas Xii Di SMK TI Swasta Budi Agung Ditinjau Dari Keyakinan Diri Akademik Dan Jenis Kelas. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 2(1), 15-29.
- [19] Mirawati, M. (2018). Meningkatkan Harga Diri Melalui Pemberian Reinforcement Untuk Mengurangi Intensitas Menyontek Pada Mata Pelajaran Matematika Di SD Negeri 064015 Medan. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 1(2), 165-179.
- [20] Mirawati, M. (2019). Penggunaan Layanan Bimbingan Kelompok Dan Kekompakan Kelompok Dalam Memantapkan Perencanaan Karir Siswa SMA Budi Agung Medan. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 3(1), 11-22.
- [21] Oktariani, O. (2019). Hubungan Self Efficacy Dan Dukungan Sosial Teman Sebaya Dengan Self Regulated Learning Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama Medan. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 2(2), 98-112.
- [22] Oktariani, O. (2018). Peranan Self Efficacy Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 3(1), 41-50.
- [23] Rahmalia, D., & Sary, N. (2017, November). Makna Pernikahan Pada Istri Yang Menggugat Cerai Suami. In Prosiding Seminar Nasional Darmajaya (Vol. 1, No. 1, pp. 83-100).
- [24] Rahmalia, D., & Sary, N. (2018). Dinamika Psikologis pada Wanita Menggugat Cerai Suami. *Biblio Couns: Jurnal Kajian Konseling dan Pendidikan*, 1(2), 59-66.
- [25] Rahmalia, D. (2017). Kepuasan Kompensasi Ekstrinsik Dan Instrinsik Terhadap Intensi Keluar. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 1(1), 1-11.
- [26] Rahmalia, D. (2019). Makna Hidup Pada Wanita Dewasa Madya Yang Belum Menikah. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 3(1), 23-32.
- [27] Nasution, F. Z. (2019). Gambaran Konflik Emosi Remaja Dengan Orang Tua Menggunakan Metode SACK'S Sentence Completion Test. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 2(2), 122-135.
- [28] Zahara, F. (2019). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama Medan. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 2(2), 77-87.

- [29] Zahara, F. (2019). Hubungan Antara Kecemasan Dengan Tekanan Darah Pada Penderita Hipertensi Di Rsu Pku Muhammadiyah Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 2(1), 42-53.
- [30] Zahara, F. (2018). Pengendalian Emosi Ditinjau Dari Pola Asuh Orangtua Pada Siswa Usia Remaja Di SMA Utama Medan. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 1(2), 94-109.
- [31] Zahara, F. (2012). Hubungan Dukungan Sosial Orangtua dan Motivasi Belajar dengan Kemandirian Belajar Siswa di SMA Negeri 7 Medan.
- [32] Zuraida, Z. (2019). Hubungan Kecerdasan Emosional Dan Dukungan Sosial Dengan Kebermaknaan Hidup Ramaja Di Panti Asuhan Al Jam'iyatul Washliyah. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 3(1), 01-10.
- [33] Zuraida, Z. (2019). Konsep Diri Pada Remaja Dari Keluarga Yang Bercerai. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 2(2), 88-97.
- [34] Zuraida, Z. (2019). Hubungan Prokrastinasi Akademik Dengan Prestasi Belajar Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 2(1), 30-41.
- [45] Zuraida, Z. (2018). Konsep Diri Penderita Skizofrenia Setelah Rehabilitasi. *Jurnal Psikologi Kognisi*, 1(2), 110-124.