

## Pengaruh *Job Engagement*, *Organization Engagement* Terhadap *Service Performance* Dimediasi Oleh *Job Satisfaction* Pada Karyawan Resto Cepat Saji di Jakarta Pusat

Nurizahara Romadhania<sup>1</sup>; Dita Oki Berliyanti<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Universitas Trisakti, Email: [nurizahara060199@gmail.com](mailto:nurizahara060199@gmail.com); [dita.oki@trisakti.ac.id](mailto:dita.oki@trisakti.ac.id)

**ARTICLES INFORMATION**

**ABSTRACT**



**JURNAL ILMIAH  
 MANAJEMEN FORKAMMA**

Vol.6, No.1, November 2022

Halaman : 137 - 151

ISSN (*online*) : 2599-171X

ISSN (*print*) : 2598-9545

**Keyword :**

*Job Engagement; Organization Engagement; Job Satisfaction; Service Performance*

**JEL. classification : M31**

**Permalink:**

DOI: 10.32493/skt.v6i1.23384

**Article info :**

Received : August 2023

Revised : October 2023

Accepted : February 2024

**Licenses :**



<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

**Contact Author :**

© LPPM & PRODI MM UNPAM

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang Tangerang

Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

e-mail : [forkamma@unpam.ac.id](mailto:forkamma@unpam.ac.id)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh keterikatan kerja dan keterikatan organisasi terhadap kinerja layanan yang dimediasi oleh kepuasan kerja. Survey menghasilkan 152 responden. Metode yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah, uji instrumental seperti validitas dan reliabilitas serta uji hipotesis dan uji sobel menggunakan analisis program SPSS, SEM dan Sobel test kalkulator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterikatan kerja berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, keterikatan kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja layanan, keterikatan organisasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, keterikatan organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja layanan, kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja layanan, keterikatan kerja dan keterikatan organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja layanan yang dimediasi oleh kepuasan kerja.

*The purpose of this study was to analyze the effect of job engagement and organization engagement on service performance mediated by job satisfaction. The survey produced 152 respondents. The methods used to analyze this research are, instrumental tests such as validity and reliability as well as hypothesis tests and sobel test using SPSS program analysis, SEM and Sobel test calculators. The results showed that job engagement has a positive effect on job satisfaction, job engagement has a negative effect on service performance, organization engagement has a positive effect on job satisfaction, organization engagement has a positive effect on service performance, job satisfaction has a positive effect on service performance, job engagement and organization engagement have a positive effect on service performance mediated by job satisfaction.*

## A. PENDAHULUAN

Sektor jasa memainkan peranan yang signifikan dalam struktur ekonomi suatu negara, termasuk Indonesia. Bisnis Restoran Cepat Saji menjadi salah satu sektor jasa terbesar yang memiliki keterikatan yang erat dengan kehidupan sehari-hari (Wahhab *et al.*, 2020). Pada tahun belakangan ini, semakin beragam instansi yang memasuki industri makanan dan minuman yang menghasilkan banyak pilihan Restoran Cepat Saji atau *fast food* yang ditawarkan kepada masyarakat (Putri & Yosepha, 2023). Bisnis restoran ini menyediakan produk dan layanan secara bersamaan, dimana pelanggan tidak hanya menerima produk, tetapi juga menerima layanan dari fasilitas yang disediakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, sektor ini perlu terus meningkatkan aspek layanan untuk mendukung produk yang mereka tawarkan (Wahhab *et al.*, 2020). Sadiq *et al.*, (2022) menegaskan bahwa ketika pelanggan merasakan kepuasan terhadap layanan atau produk yang diterima dan merasa dihargai akan ada peningkatan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan, biasanya hal ini merupakan hasil dari *Service Performance* yang dilakukan oleh karyawan.

Dalam konteks ini, memahami cara meningkatkan dan mempertahankan *Service Performance* karyawan sangat penting. Dari berbagai Restoran Cepat Saji yang terdapat di Indonesia, mayoritas diantaranya menjadi favorit masyarakat. Menurut survey yang dilakukan oleh *Top Brand Award*, Kentucky Fried Chicken (KFC) merupakan Restoran Cepat Saji yang paling populer di Indonesia pada tahun 2022.

Berikut data Resto Cepat Saji paling populer di Indonesia tahun 2022:

**Tabel 1 Resto Cepat Saji Paling Populer di Indonesia tahun 2022**

No.	Nama	Nilai/Persen
1	Kentucky Fried Chicken (KFC)	27,2
2	Mc Donald's	26,2
3	Hokben	9,4
4	A&W	7,6
5	Richeese Factory	4,7

Sumber: Top Brand Award, 2022

Berdasarkan tabel di atas ini, tercatat bahwa KFC memperoleh Top Brand Index (TBI) tertinggi di antara restoran cepat saji lainnya, yaitu sebesar 27,2%. MC Donald's mendapatkan nilai TBI sebesar 26,2%, diikuti oleh Hokben dengan nilai 9,4% sebagai posisi ketiga. A&W dan Richeese Factory menempati posisi berikutnya dengan nilai masing-masing 7,6% dan 4,7% (Top Brand Award, 2022).

Dalam hal produk dan pelayanan, KFC dan MC Donald's memiliki banyak kesamaan. Salah satu kesamaannya adalah keduanya menawarkan ayam goreng krispy yang sangat lezat, sehingga populer di kalangan berbagai usia, terutama anak-anak yang merayakan ulang tahun dan remaja yang mencari tempat untuk berkumpul atau sekadar makan bersama. Hal ini membuat KFC dan MC Donald's menjadi salah satu jenis makanan yang masih umum dikonsumsi masyarakat Indonesia dan mudah ditemukan dimana saja termasuk di daerah Jakarta Pusat. Masyarakat memiliki keinginan dan gaya hidup yang mengutamakan kemudahan dan praktisitas. Oleh karena itu, ketersediaan makanan cepat saji dianggap sangat tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Makanan cepat saji memberikan kemudahan dalam hal waktu, kecepatan, dan kenyamanan, sehingga cocok dengan gaya hidup yang serba praktis yang diinginkan oleh masyarakat saat ini.

Perusahaan yang beroperasi dalam industri jasa selalu berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan/masyarakat dengan baik. Untuk mencapai *Service Performance* yang baik, karyawan perlu memiliki kesiapan dalam bekerja dan kemampuan berkomunikasi yang baik. Di tengah era globalisasi saat ini, perhatian terhadap *Job Engagement* menjadi sangat penting bagi perusahaan-perusahaan. Kurniawati, (2014) menekankan pentingnya perhatian serius dari eksekutif di bidang SDM terhadap *Job Engagement* sebagai upaya untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Namun demikian, ada kesadaran yang semakin meningkat bahwa *Organization Engagement* sangat penting sehingga saat ini perusahaan lebih mengandalkan pada penerapan pengetahuan dan pengembangan karyawan untuk mencapai pertumbuhan yang maksimal (Machmud *et al.*, 2022). Melalui penciptaan suasana yang positif bagi karyawan akan mengarah pada *Job Satisfaction* (Ali & Anwar, 2021). Jika karyawan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik maka akan cenderung memiliki *Job Satisfaction* terhadap pekerjaannya (Elena & Michael, 2022).

Oleh karna itu kebaruan penelitian ini adalah memilih Resto Cepat Saji di Jakarta Pusat karena memiliki lokasi yang strategis dengan aksesibilitas yang baik, hal ini berpotensi menarik perhatian pelanggan yang melintas atau bekerja di sekitar wilayah tersebut. Tingginya antusiasme masyarakat terhadap makanan cepat saji ini menjadikan potensi pasar yang sangat menjanjikan. Selain itu, hal ini juga berpotensi untuk memperkuat perusahaan dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan daya saing bisnis dengan menciptakan *Job Satisfaction* bagi karyawan yang pada akhirnya akan meningkatkan *Service Performance* yang tinggi.

Berdasarkan penjelasan di atas, judul yang diajukan oleh penulis adalah "Pengaruh *Job Engagement*, *Organization Engagement* terhadap *Service Performance* dimediasi oleh *Job Satisfaction* pada Karyawan Resto Cepat Saji di Jakarta Pusat".

## **B. KAJIAN LITERATUR**

### ***Job Engagement***

Menurut Widodo, (2014) *Job Engagement* dapat dijelaskan sebagai proses aktif dimana karyawan menjalankan investasi energi, pikiran, dan perasaan dengan penuh dalam pekerjaan yang akan memanfaatkan semua potensi pekerjaannya. Dalam hal ini *Job Engagement* melibatkan keterlibatan emosional dan mental yang kuat dari karyawan terhadap tugas dan tanggung jawab yang ada (Farndale *et al.*, 2014). Namun menurut Noermijati *et al.*, (2020) *Job Engagement* dapat didefinisikan sebagai keadaan positif yang memberikan kepuasan kepada karyawan yang berkaitan erat terhadap profesi dan ditinjau oleh dedikasi, potensi serta penyerapannya. Selanjutnya Salma & Hanoum, (2021) mengemukakan definisi *Job Engagement* sebagai penguasaan yang dimiliki karyawan terhadap tugas dalam menjalankan pekerjaan agar karyawan merasa terikat dan terhubung secara erat dengan pekerjaannya. Sehingga Braganza *et al.*, (2022) mengungkapkan bahwa karyawan yang memiliki tingkat keterikatan tinggi secara aktif terhubung dengan pekerjaan mereka dengan tingkat energi dan konektivitas yang tinggi.

### ***Organization Engagement***

Farndale *et al.*, (2014) menjelaskan bahwa *Organization Engagement* adalah kondisi dimana karyawan merasa sangat positif terhadap organisasi tempat karyawan bekerja. Namun Haji *et al.*, (2019) berpendapat bahwa *Organization Engagement* mencerminkan tingkat keterlibatan yang lebih luas dan melibatkan karyawan dengan berbagai aspek organisasi seperti struktur organisasi, kepemimpinan, kebijakan, dan budaya, hal ini berbeda dengan keterlibatan kerja yang lebih fokus pada tugas dan tanggung jawab karyawan dalam pekerjaan. Kemudian Machmud *et al.*, (2022) memaknai *Organization Engagement* menjadi persepsi bersama dari karyawan tentang energi dan keterlibatan yang secara sukarela difokuskan terhadap pencapaian tujuan organisasi. Selanjutnya Saks *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa *Organization*

*Engagement* dapat didefinisikan sebagai penggunaan diri oleh anggota organisasi dalam peran organisasinya. Hal ini melibatkan penggunaan dan ekspresi fisik, kognitif, dan emosional individu saat melaksanakan tugas dan tanggung jawab karyawan di dalam organisasi. Dalam konteks ini Nababan *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa *Organization Engagement* melibatkan partisipasi aktif individu dalam kegiatan organisasi termasuk pengambilan keputusan dan kontribusi karyawan untuk memecah masalah yang terdapat di Perusahaan.

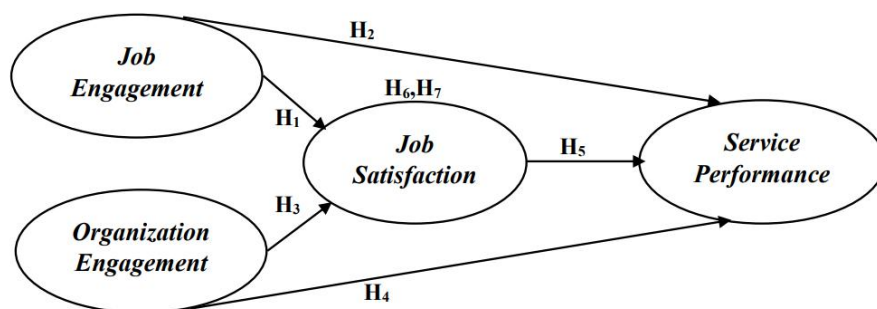
### Job Satisfaction

Menurut Supriyanto, (2013) *Job satisfaction* merujuk pada sikap keseluruhan individu terhadap pekerjaan yang karyawan lakukan. Individu yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi cenderung menampilkan perilaku baik pada pekerjaannya. Namun, jika seseorang merasa tak mendapat kepuasan dalam pekerjaannya cenderung menampilkan perilaku negatif pada pekerjaannya. Kemudian Pouramini & Fayyazi, (2015) *Job Satisfaction* dapat didefinisikan menjadi kondisi emosional yang baik sehingga muncul atas penilaian kepada profesi maupun pengalaman kerjanya. Hal tersebut menjelaskan jika *Job Satisfaction* berkaitan dengan perasaan subjektif individu kepada hasil kerja serta pengalaman kerja yang dialami karyawan. Namun Partono Prasetio *et al.*, (2017) menjelaskan bahwa *Job Satisfaction* terjadi saat karyawan merasakan bahwa harapan pribadi sejalan terhadap harapan karyawan terhadap beberapa aspek pekerjaan. Dalam konteks ini Irawanto *et al.*, (2021) *Job Satisfaction* dapat didefinisikan dan diukur baik sebagai konstruksi global maupun dimensi multi-dimensi. Hal ini mencerminkan korelasi yang dirasakan antara harapan-harapan karyawan terhadap pekerjaan dan persepsi karyawan terhadap apa yang telah ditawarkan oleh pekerjaan tersebut. Dalam pengukuran *Job Satisfaction*, dapat melibatkan berbagai aspek atau dimensi yang berbeda yang mencakup kepuasan terhadap gaji, lingkungan kerja, kesempatan pengembangan, dan lain sebagainya. Selanjutnya *Job Satisfaction* dimaknai menjadi perilaku yang baik dan timbul pada karyawan sebagai respon terhadap kegiatan karyawan (Nemțeanu *et al.*, 2022).

### Service Performance

Menurut Purwanto, (2015) *Service Performance* adalah hasil dari pelayanan yang didapat oleh pelanggan. Pelanggan hanya dapat mengevaluasi kualitas suatu layanan berdasarkan pengalaman langsung yang pelanggan rasakan. Kemudian Wayan Anggayani *et al.*, (2017) mendefinisikan *Service Performance* sebagai keadaan yang dinamis sehubungan terhadap barang, layanan, SDM, tahap, serta lingkungannya yang mencakup keinginan pelanggan. Selanjutnya Nawang Sigit *et al.*, (2017) mendefinisikan *Service Performance* menjadi hasil pemikiran yang muncul atas perbandingan diantara keinginan pelanggan terhadap kinerja aktual atas layanan yang diberikan. Jowianto & Zuhdi, (2019) juga mendefinisikan *Service Performance* sebagai evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu layanan secara keseluruhan. Namun Shokhsanam & Ahn, (2021) mendefinisikan *Service Performance* sebagai tindakan yang dilakukan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.

### Rerangka Konseptual



Gambar 1 Rerangka Konseptual

Sumber: Sadiq *et al.*, (2022)

**Hipotesis**

- H1: *Job Engagement* berpengaruh positif terhadap *Job Satisfaction*
- H2: *Job Engagement* berpengaruh positif terhadap *Service Performance*
- H3: *Organization Engagement* berpengaruh positif terhadap *Job Satisfaction*
- H4: *Organization Engagement* berpengaruh positif terhadap *Service Performance*
- H5: *Job Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Service Performance*
- H6: *Job Engagement* berpengaruh positif terhadap *Service Performance* dimediasi oleh *Job Satisfaction*
- H7: *Organization Engagement* berpengaruh positif terhadap *Service Performance* dimediasi oleh *Job Satisfaction*

**C. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian tersebut mengacu kepada riset sebelumnya dari (Sadiq *et al.*, 2022). Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif yang dilaksanakan dalam dua perusahaan Resto Cepat Saji di Jakarta Pusat, yakni Kentucky Fried Chicken (KFC) dan MC Donald’s. Metode pengujian yang digunakan adalah *hypothesis testing*, dimana dugaan sementara dirumuskan dan dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Pengumpulan data dilakukan dalam bentuk *cross sectional*, yang mengumpulkan data pada satu titik waktu dan disebar melalui kuesioner

Metode yang digunakan untuk mendapat data primer pada penelitian ini akan dikumpulkan melalui kuesioner yang akan dibagikan kepada responden di undang melalui link Google Form yang sudah disediakan secara online, dan data kuesioner akan tersimpan secara otomatis setelah responden men *submit* jawaban. Kuesioner terdiri dari 21 item dari 4 variabel guna mendapat informasi yang relevan dari karyawan Resto Cepat Saji di Jakarta Pusat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, yaitu pendekatan dalam menentukan sampel yang dilakukan dengan kesengajaan oleh peneliti berdasarkan pertimbangannya. Peneliti dengan sengaja memilih sampel yang dianggap paling memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian

**D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil statistik deskriptif dari variabel *Job Engagement*, *Organization Engagement*, *Job Satisfaction* dan *Service Performance* ditentukan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2 Statistik Deskriptif *Job Engagement***

No.	<i>Job Engagement</i>	Mean
1	Saya merasakan energi dan semangat yang kuat alam menjalani pekerjaan	4,052
2	Saya merasakan antusias terhadap kinerja saya	4,092
3	Saya merasakan bangga dengan hasil kerja yang dicapai	3,763
4	Saat saya terbangun, saya merasa bersemangat untuk memulai pekerjaan	3,881
5	Saya merasa senang ketika saya bekerja dengan intens	3,848
6	Saya selalu sibuk dengan pekerjaan, saya sehingga sering lupa waktu	3,993
<b>Mean</b>		<b>3,938</b>

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 24

Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada variabel *Job Engagement*, ditemukan bahwa rata-rata nilai adalah 3,938. Ini mengindikasikan bahwa para karyawan Resto Cepat Saji mengalami tingkat *Job Engagement*. Data yang diolah juga mengungkapkan bahwa nilai rata-

rata terendah adalah 3,763, menunjukkan jika karyawan mempunyai sedikit rasa bangga terhadap pekerjaan yang mereka lakukan. Di sisi lain, nilai rata-rata tertinggi adalah 4,092, mencerminkan jika para karyawan merasakan tingkat antusiasme yang tinggi terhadap pekerjaannya.

**Tabel 3 Statistik Deskriptif *Organization Engagement***

No.	<i>Organization Engagement</i>	Mean
1	Saya merasa tertarik dengan organisasi ini	4,065
2	Terlibat dengan perusahaan ini memberi saya energi	4,223
3	Saya mengerti apa yang terjadi di perusahaan saya	3,953
4	Menjadi karyawan diperusahaan ini sangat menyenangkan bagi saya	3,940
5	Saya sangat terlibat dalam organisasi ini	3,888
<b>Mean</b>		<b>4,014</b>

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 24

Berdasarkan analisis statistik deskriptif terhadap variabel *Organization Engagement*, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata adalah 4,014. Ini mengindikasikan jika para karyawan Resto Cepat Saji merasakan adanya tingkat *Organization Engagement* dalam pekerjaan mereka. Data yang diolah juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata terendah adalah 3,888, menggambarkan jika karyawan merasakan keterlibatan yang minim dengan organisasi. Sementara itu, nilai rata-rata tertinggi adalah 4,223, menjelaskan jika keterlibatan dengan organisasi memberikan energi bagi para karyawan.

**Tabel 4 Statistik Deskriptif *Job Satisfaction***

No.	<i>Job Satisfaction</i>	Mean
1	Saya siap bekerja dengan giat dalam membantu perusahaan ini berhasil	3,921
2	Saya merasa senang bekerja di perusahaan ini	3,927
3	Saya merasakan rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan ini	3,782
4	Saya akan mengajak teman untuk bekerja di perusahaan ini	3,980
5	Secara menyeluruh, saya merasakan puas bekerja di perusahaan ini	4,006
<b>Mean</b>		<b>3,923</b>

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 24

Berdasarkan analisis statistik deskriptif dalam variabel *Job Satisfaction*, terungkap jika nilai rata-rata adalah 3,923. Hal tersebut menjelaskan jika para karyawan Resto Cepat Saji merasakan adanya tingkat kepuasan kerja (*Job Satisfaction*). Hasil pengolahan data juga mengungkapkan bahwa nilai rata-rata terendah adalah 3,782, menandakan bahwa karyawan merasakan kurangnya rasa kepemilikan yang kuat terhadap perusahaan. Di sisi lain, nilai rata-rata tertinggi adalah 4,006, mencerminkan jika secara umum, para karyawan merasa puas dengan bekerja di perusahaan ini.

**Tabel 5 Statistik Deskriptif Service Performance**

No.	Service Performance	Mean
1	Kinerja yang dihasilkan lebih baik dari harapan saya	3,973
2	Saya bekerja lebih baik dibandingkan dengan karyawan lainnya	4,039
3	Atasan saya senang dengan kinerja saya	3,967
4	Saya selalu bersikap ramah dan membantu pelanggan	3,986
5	Saya selalu mendengarkan dan mencari tahu apa yang diinginkan pelanggan	4,039
<b>Mean</b>		<b>4,001</b>

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 24

Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada variabel *Service Performance*, dapat diidentifikasi jika nilai rata-rata adalah 4,001. Hasil tersebut mencerminkan jika para karyawan Resto Cepat Saji mampu memberikan kinerja layanan yang baik. Data yang dianalisis juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata terendah adalah 3,976, menunjukkan bahwa atasan memiliki sedikit ketidakpuasan terhadap kinerja karyawan. Di sisi lain, nilai rata-rata tertinggi adalah 4,039, mengindikasikan jika karyawan merasa bekerja lebih unggul dibandingkan rekan-rekan lainnya, dan selalu berusaha untuk mendengarkan serta memahami keinginan pelanggan.

### Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode statistik melalui analisis *Structural Equation Model* (SEM). Penelitian ini menguji tujuh hipotesis dengan menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 5% ( $p\text{-value} \leq 0,05$ ). Dalam konteks pengambilan keputusan terhadap uji hipotesis, pedoman yang diikuti adalah berdasarkan pendekatan yang diuraikan oleh Hair *et al.*, (2019) yaitu:

1. Apabila  $p\text{-value} \leq 0,05$  maka  $H_0$  tidak terdukung dan  $H_a$  terdukung (Terdapat pengaruh)
2. Apabila  $p\text{-value} > 0,05$  maka  $H_0$  terdukung dan  $H_a$  tidak terdukung (Tidak terdapat pengaruh)

**Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis 1**

Hipotesis	Estimate	p-value ( $\leq 0,05$ )	Keputusan
JE → JS	0,593	0,001	H1 terdukung

Sumber: Sumber: Data diolah dengan AMOS versi 22

*Job Engagement* memiliki nilai estimate 0,593, hasil uji tersebut menjelaskan tanda beta menyesuaikan hipotesa yang telah diberikan dimana *Job Engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *Job Satisfaction*. Berdasarkan hasil uji tersebut, didapatkan nilai  $p\text{-value} 0.001 \leq 0,05$  (alpha 5%) sehingga  $H_0$  tidak terdukung atau  $H_a$  terdukung dan dari hasil ini bisa ditarik kesimpulan jika secara statistik, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Job Engagement* dan *Job Satisfaction*. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *Job Engagement* di perusahaan, semakin meningkatkan tingkat *Job Satisfaction*.

**Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis 2**

Hipotesis	Estimate	p-value ( $\leq 0,05$ )	Keputusan
JE → SP	-0,036	0,434	H2 tidak terdukung

Sumber: Sumber: Data diolah dengan AMOS versi 22

*Job Engagement* memiliki nilai estimate sebesar -0,036, hasil tersebut menjelaskan jika *Job Engagement* memiliki pengaruh negatif terhadap *Service Performance*. Dari hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai  $p\text{-value} 0.434 > 0,05$  (alpha 5%) sehingga  $H_0$  terdukung atau  $H_a$  tidak terdukung dan bisa ditarik kesimpulan jika secara statistik terdapat pengaruh negatif antara *Job*

*Engagement terhadap Service Performance*, artinya semakin tinggi tingkat *Job Engagement* di perusahaan maka semakin berpotensi menurunkan tingkat *Service Performance*.

**Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis 3**

Hipotesis	Estimate	p-value (≤ 0,05)	Keputusan
OE → JS	0,632	0,000	H3 terdukung

Sumber: Sumber: Data diolah dengan AMOS versi 22

*Organization Engagement* memiliki nilai estimate sebesar 0,632, hasil uji tersebut menjelaskan tanda beta menyesuaikan dengan hipotesa yang diberikann dimana *Organization Engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *Job Satisfaction*. Dari hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai p-value  $0.000 \leq 0,05$  (alpha 5%) sehingga Ho tidak terdukung atau Ha terdukung dan dari hasil ini bisa ditarik kesimpulan jika secara statistik, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Organization Engagement* dan *Job Satisfaction*. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *Organization Engagement* di perusahaan, semakin meningkatkan tingkat *Job Satisfaction*.

**Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis 4**

Hipotesis	Estimate	p-value (≤ 0,05)	Keputusan
OE → SP	0,379	0,024	H4 terdukung

Sumber: Sumber: Data diolah dengan AMOS versi 22

*Organization Engagement* memiliki nilai estimate sebesar 0,379, hasil uji tersebut menjelaskan tanda beta menyesuaikan dengan hipotesa yang diberikan dimana *Organization Engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *Service Performance*. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai p-value  $0.024 \leq 0,05$  (alpha 5%) sehingga Ho tidak terdukung atau Ha terdukung dan dari hasil ini bisa ditarik kesimpulan jika secara statistik, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Organization Engagement* dan *Service Performance*. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi *Organization Engagement* di perusahaan, semakin berpotensi meningkatkan persepsi *Service Performance*.

**Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis 5**

Hipotesis	Estimate	p-value (≤ 0,05)	Keputusan
JS → SP	0,830	0,000	H5 terdukung

Sumber: Sumber: Data diolah dengan AMOS versi 22

*Job Satisfaction* memiliki nilai estimate sebesar 0,830, hasil tersebut menjelaskan tanda beta menyesuaikan hipotesa yang diberikan dimana *Job Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Service Performance*. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai p-value  $0.000 \leq 0,05$  (alpha 5%) sehingga Ho tidak terdukung atau Ha terdukung dan dari hasil ini bisa ditarik kesimpulan jika secara statistik, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Job Satisfaction* dan *Service Performance*. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *Job Satisfaction* di perusahaan, semakin meningkatkan tingkat *Service Performance*.

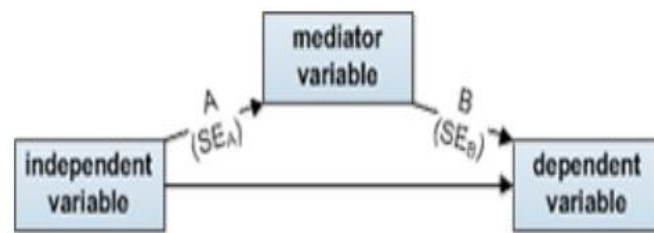
**Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis 6**

Hipotesis	Estimate	p-value (≤ 0,05)	Keputusan
JE → JS → SP	0,492	0,007	H6 terdukung

Sumber: Sumber: Data diolah dengan Sobel Test Calculator

Untuk menguji pengaruh negatif antara *Job Engagement* terhadap *Service Performance* yang dimediasi oleh *Job Satisfaction* digunakan Sobel Test yang selanjutnya hasilnya ditunjukkan sebagai berikut:





A:  ?

B:  ?

SE<sub>A</sub>:  ?

SE<sub>B</sub>:  ?

**Calculate!**

**Sobel test statistic:** 2.45735096  
**One-tailed probability:** 0.00699829  
**Two-tailed probability:** 0.01399659

**Gambar 2 Sobel Test Hipotesis 6**

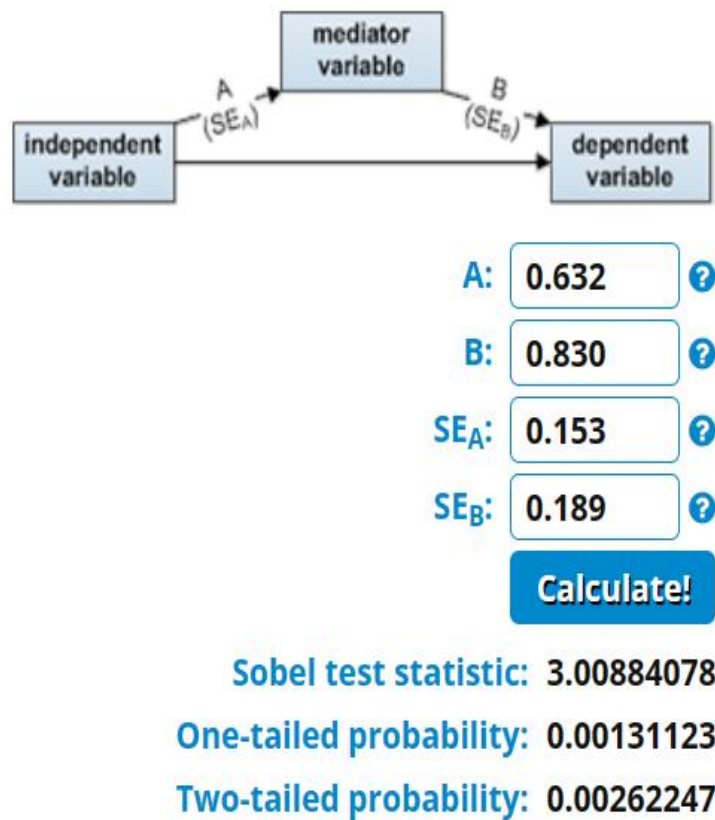
Berdasarkan hasil uji sobel dengan menggunakan kalkulator online terlihat pada nilai estimate sebesar 0,492 yang artinya secara statistik *Job Satisfaction* memiliki peran full mediasi dalam mempengaruhi *Job Engagement* terhadap *Service Performance*, hal ini dapat dilihat dari perbandingan dengan H2 yang memiliki nilai estimate -0,036. Nilai *p-value*  $0,007 \leq 0,05$  yang memperkuat bahwa adanya pengaruh secara signifikan peranan mediasi *Job Satisfaction* dalam mempengaruhi *Job Engagement* terhadap *Service Performance*. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *Job Engagement* terhadap *Service Performance* melalui *Job Satisfaction*.

**Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis 7**

Hipotesis	Estimate	p-value ( $\leq 0,05$ )	Keputusan
OE → JS → SP	0,524	0,001	H7 terdukung

Sumber: Sumber: Data diolah dengan *Sobel Test Calculator*

Untuk menguji pengaruh negatif antara *Organization Engagement* terhadap *Service Performance* yang dimediasi oleh *Job Satisfaction* digunakan *Sobel Test* yang selanjutnya hasilnya ditunjukkan sebagai berikut:



**Gambar 3 Sobel Test Hipotesis 7**

Berdasarkan hasil uji sobel dengan menggunakan kalkulator online terlihat pada nilai estimate sebesar 0,524 yang artinya secara statistik *Job Satisfaction* memiliki peran full mediasi dalam mempengaruhi *Organization Engagement* terhadap *Service Performance*, hal ini dapat dilihat dari perbandingan dengan H4 yang memiliki nilai estimate 0,379. Nilai *p-value*  $0,001 \leq 0,05$  yang memperkuat bahwa adanya pengaruh secara signifikan peranan mediasi *Job Satisfaction* dalam mempengaruhi *Organization Engagement* terhadap *Service Performance*. Sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif antara *Organization Engagement* terhadap *Service Performance* melalui *Job Satisfaction*.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Hipotesis 1**

Dari hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan pengaruh positif yang signifikan antara *Job Engagement* dan *Job Satisfaction*. Temuan ini sejalan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Braganza *et al.*, (2022), di mana mereka juga menemukan adanya pengaruh positif antara *Job Engagement* dan *Job Satisfaction*. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat *Job Engagement*, semakin meningkatkan tingkat kepuasan kerja (*Job Satisfaction*) bagi para karyawan. Temuan ini mencerminkan bahwa *Job Engagement* mengacu pada tingkat keterikatan, dedikasi, dan energi yang dirasakan oleh karyawan terhadap pekerjaan mereka, yang pada akhirnya cenderung meningkatkan tingkat kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan pada karyawan Resto Cepat Saji di Jakarta Pusat, ditemukan bahwa karyawan menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi terhadap pekerjaan mereka. Hal ini tercermin dalam perilaku mereka yang selalu tampil dengan

senyuman dan teliti dalam menyiapkan makanan sesuai dengan pesanan. Karyawan merasa puas dengan pekerjaan yang dilakukan, dan hal ini menjadi faktor yang dapat memotivasi mereka untuk mencapai kesuksesan dalam menjalankan tugas-tugas mereka. Hal ini dapat dilihat dari demografis responden usia 25-35 tahun karena karyawan dalam kelompok usia ini seringkali memiliki energi dan ambisi yang tinggi untuk mencapai kesuksesan dalam karir karyawan sehingga ini dapat mendorong karyawan untuk bekerja dengan antusias dan penuh komitmen.

### **Hipotesis 2**

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Job Engagement* dan *Service Performance*. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Sadiq *et al.*, (2022) di mana dalam penelitian mereka juga mengungkapkan adanya hubungan yang negatif antara *Job Engagement* dan *Service Performance*.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan, terlihat bahwa karyawan cenderung memiliki sedikit rasa kebanggaan terhadap pekerjaan yang dilakukan. Hal ini dapat berdampak negatif pada persepsi atasan terhadap kinerja karyawan. Adanya keterlibatan yang berlebihan dari atasan dalam pekerjaan dapat menyebabkan tingkat stres yang tinggi bagi karyawan, karena karyawan merasa terus-menerus dipantau oleh atasan. Hal ini dapat mengurangi rasa percaya diri karyawan dan pada akhirnya berdampak negatif pada *Service Performance*.

### **Hipotesis 3**

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *Organization Engagement* dan *Job Satisfaction*. Temuan ini sejalan dengan temuan dalam penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Saks *et al.*, (2022). Dalam penelitian mereka, diungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara *Organization Engagement* dan *Job Satisfaction*, yang berarti semakin tinggi tingkat *Organization Engagement*, semakin meningkatkan tingkat kepuasan kerja (*Job Satisfaction*) pada karyawan. Hasil ini menggambarkan bahwa semakin besar kesesuaian dan kedalaman ikatan emosional antara karyawan dan perusahaan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan kerja karyawan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan, Karyawan Resto Cepat Saji merasakan terlibat dalam organisasi dapat memberikan energi, karyawan memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja, di mana mereka saling mendukung dan bekerja sama. Semua faktor ini menyebabkan karyawan merasa puas dengan pekerjaan yang dilakukan karena karyawan merasa dihargai dan memiliki hubungan yang baik dengan orang-orang di sekitar mereka. Usia 25-35 tahun seringkali merupakan periode di mana karyawan memiliki keinginan untuk bersosialisasi dan membangun hubungan dengan rekan kerja. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan karyawan terhadap pekerjaan karena karyawan merasakan memiliki lingkungan kerja yang mendukung dan ramah.

### **Hipotesis 4**

Hasil pengujian hipotesis keempat mengungkapkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *Organization Engagement* dan *Service Performance*. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Farndale *et al.*, (2014). Dalam penelitiannya, mereka menemukan adanya hubungan positif antara *Organization Engagement* dan *Service Performance*, yang berarti semakin tinggi tingkat *Organization Engagement*, semakin meningkatkan tingkat *Service Performance* pada karyawan. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin kuat keterikatan dan komitmen antara karyawan dan perusahaan, semakin tinggi pula tingkat kinerja layanan yang dihasilkan oleh karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan, hal ini terlihat ketika karyawan diberikan pengakuan dan penghargaan yang layak atas kontribusi yang dilakukan, karyawan merasa dihargai dan diakui atas usaha dan kinerja mereka seperti adanya *employee of the month* yang diberikan kepada karyawan yang telah menunjukkan kinerja yang luar biasa. Karyawan yang mendapatkan penghargaan tersebut merasa dihargai dan diakui atas upaya dan dedikasinya. Pemberian penghargaan seperti ini dapat memberikan dorongan tambahan bagi karyawan untuk terus berprestasi dan memberikan pelayanan yang lebih baik. Karyawan merasa termotivasi untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi agar dapat mempertahankan atau meraih penghargaan tersebut.

#### **Hipotesis 5**

Hasil pengujian hipotesis kelima mengindikasikan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *Job Satisfaction* dan *Service Performance*. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sadiq *et al.*, (2022). Dalam penelitian mereka, diungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara *Job Satisfaction* dan *Service Performance*, yang berarti semakin tinggi tingkat kepuasan kerja (*Job Satisfaction*), semakin meningkatkan tingkat kinerja layanan (*Service Performance*) pada karyawan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin puas karyawan dengan pekerjaan mereka, semakin tinggi pula kinerja layanan yang dapat mereka capai.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, Karyawan Resto Cepat Saji bersedia untuk membantu memilihkan makanan sesuai dengan preferensi pelanggan, menyediakan opsi makanan yang sesuai dengan kebutuhan, atau menawarkan layanan pengiriman untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Hal ini menunjukkan rasa kepuasan dalam bekerja membuat karyawan dapat memberikan *Service Performance* yang baik.

#### **Hipotesis 6**

Hasil uji hipotesis keenam menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *Job Engagement* dan *Service Performance* yang mediasi oleh *Job Satisfaction*. Temuan ini sejalan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Sadiq *et al.*, (2022). Dalam penelitian mereka, diungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *Job Engagement* dan *Service Performance*, yang berarti semakin tinggi *Job Satisfaction*, semakin meningkatkan keterikatan pekerjaan (*Job Engagement*) yang pada gilirannya akan memengaruhi peningkatan kinerja layanan (*Service Performance*) pada karyawan. Penelitian ini juga menggali mekanisme yang mendasari hubungan yang kompleks antara *Job Engagement* dan *Service Performance*. Temuan ini juga memperluas pemahaman mengenai peran yang lebih menonjol dari *Job Engagement* dalam membentuk tingkat kepuasan kerja (*Job Satisfaction*).

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, adanya full mediasi dari *Job Satisfaction* membuat Karyawan Resto Cepat Saji merasa puas dengan pekerjaan sehingga memiliki motivasi yang tinggi untuk meningkatkan pelayanan, Karyawan yang terlibat secara emosional dengan pekerjaan mereka akan merasa senang dan bangga dengan pekerjaan yang dilakukan. Karyawan akan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, dengan memberikan perhatian dan respons yang cepat terhadap permintaan pelanggan, seperti memberikan rekomendasi produk, menjaga kebersihan area restoran, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Ini menunjukkan jika *Job Satisfaction* mampu meningkatkan *Job Engagement* terhadap *Service Performance* pada Karyawan Resto Cepat Saji di Jakarta Pusat.

#### **Hipotesis 7**

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara *Organization Engagement* terhadap *Service Performance* yang dimediasi oleh *Job Satisfaction*. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sadiq *et al.*, (2022), di mana mereka menemukan adanya pengaruh positif antara *Organization Engagement* dan *Service Performance*. Ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan kerja (*Job Satisfaction*),

semakin meningkatkan keterikatan organisasi (*Organization Engagement*) yang pada akhirnya akan berdampak positif pada peningkatan kinerja layanan (*Service Performance*) karyawan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, adanya full mediasi dari *Job Satisfaction* membuat Karyawan merasa puas dengan pekerjaan akan cenderung memiliki sikap positif terhadap perusahaan dan rekan kerja, yang dapat berkontribusi pada suasana kerja yang harmonis dan kolaboratif, karyawan yang terlibat secara organisasional akan memiliki pemahaman yang mendalam tentang standar layanan yang ditetapkan oleh perusahaan dan berusaha untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Karyawan akan berkomunikasi dengan pelanggan secara efektif, mendengarkan dengan seksama kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta memberikan solusi yang memadai, ini menunjukkan jika *Job Satisfaction* mampu meningkatkan *Organization Engagement* terhadap *Service Performance* pada Karyawan Resto Cepat Saji di Jakarta Pusat.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan dari penelitian ini yang berkaitan dengan Pengaruh *Job Engagement*, *Organization Engagement* terhadap *Service Performance* dimediasi oleh *Job Satisfaction* pada Karyawan Restoran Cepat Saji di Jakarta Pusat, dapat diambil kesimpulan bahwa hasil uji hipotesis menunjukkan beberapa hal. Pertama, *Job Engagement* berpengaruh positif terhadap *Job Satisfaction*. Kedua, *Job Engagement* berpengaruh negatif terhadap *Service Performance*. Ketiga, *Organization Engagement* berpengaruh positif terhadap *Job Satisfaction*. Keempat, *Organization Engagement* berpengaruh positif terhadap *Service Performance*. Kelima, *Job Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Service Performance*. Keenam, terdapat pengaruh positif yang dimediasi oleh *Job Satisfaction* antara *Job Engagement* terhadap *Service Performance*. Dan terakhir, terdapat pengaruh positif yang dimediasi oleh *Job Satisfaction* antara *Organization Engagement* terhadap *Service Performance*.

Saran untuk peneliti berikutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian dengan meneliti bidang jasa lainnya sebagai objek penelitiannya dan juga diharapkan dapat meningkatkan jumlah responden agar bisa mendapat informasi dengan akurat. Disamping itu, riset selanjutnya diharapkan mampu menambahkan data lama bekerja responden agar dapat memperoleh hasil yang lebih tepat serta disarankan untuk mengkaji hubungan variabel lain seperti *Workload* dan *Work Life Balance* yang diyakini dapat memberikan pandangan komprehensif terkait *Job Engagement*, *Organization Engagement*, *Job Satisfaction*, dan *Service Performance*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). An Empirical Study of Employees' Motivation and its Influence Job Satisfaction. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*. <https://doi.org/10.22161/ijeem.5.2>
- Braganza, A., Chen, W., Canhoto, A., & Sap, S. (2022). Gigification, job engagement and satisfaction: the moderating role of AI enabled system automation in operations management. *Production Planning and Control*, 33(16), 1534–1547. <https://doi.org/10.1080/09537287.2021.1882692>
- Elena, P., & Michael, G. (2022). The Big Five Model in the Workplace: The Transition from Job Satisfaction to Job Engagement. *Journal of Psychology Research*, 12(12). <https://doi.org/10.17265/2159-5542/2022.12.010>
- Farndale, E., E. Beijer, S., J.P.M. Van Veldhoven, M., Kelliher, C., & Hope-Hailey, V. (2014). Work and organisation engagement: aligning research and practice. *Journal of Organizational Effectiveness*, 1(2), 157–176. <https://doi.org/10.1108/JOEPP-03-2014-0015>

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eight Edition* (8th ed.). www.cengage.com/highered
- Haji, A. B., Ghani, A., Kaliappen, N., & Jermsittiparsert, K. (2019). Enhancing Malaysian SME Employee Work Engagement: The Mediating Role of Job Crafting in the Presence of Task Complexity, Self-Efficacy and Autonomy. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 6(11), 1–18. www.ijicc.net
- Irawanto, D. W., Novianti, K. R., & Roz, K. (2021). Work from home: Measuring satisfaction between work–life balance and work stress during the covid-19 pandemic in indonesia. *Economies*, 9(3). <https://doi.org/10.3390/economies9030096>
- Jowianto, M., & Zuhdi, S. (2019). Pengaruh Facility Support, Service Performance, dan Customer Satisfaction Terhadap Word of Mouth (Studi Kasus RS Sentra Medika Cibinong). *JIMKES Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 313–318.
- Kurniawati, I. D. (2014). Masa Kerja Dengan Job Engagement Pada Karyawan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 02(02), 2301–8267.
- Machmud, F., Rahayu, A., Adi Wibowo, L., Pendidikan Indonesia Jl Setiabudi No, U., Sukasari, K., Bandung, K., & Jawa Barat Indonesia, P. (2022). Pengaruh Iklim Keterlibatan Organisasi Dan Keterlibatan Karyawan Terhadap Kinerja Organisasi Sektor Industri Manufaktur Indonesia. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(2), 253–273.
- Nababan, H. S., Simanjuntak, R., & Pane, D. S. P. (2022). Peran Keterlibatan Karyawan, Lingkungan Kerja dan Pembelajaran Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 9–17. <https://doi.org/10.26905/jbm.v9i1.6902>
- Nawang Sigit, K., Soliha, E., & Stikubank Semarang Jl Kendeng Bendan Ngisor Semarang, U. V. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp>
- Nemţeanu, M. S., Dinu, V., Pop, R. A., & Dabija, D. C. (2022). Predicting Job Satisfaction and Work Engagement Behavior in The Covid-19 Pandemic: A Conservation of Resources Theory Approach. *E a M: Economie a Management*, 25(2), 23–40. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2022-2-002>
- Noermijati, N., Wongviboonrath, S., Itlay, W., & Sudiro, A. (2020). Emotional Exhaustion: Their Influence on the Turn-over Intention of indigenous Papuan Female Employees. *Universitas Brawijaya Journal of Applied Management (JAM)*, 18(1), 1–13. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.01.01>
- Partono Prasetyo, A., Yuniarsih, T., & Ahman, E. (2017). Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behaviour in State-owned Banking. *Universal Journal of Management*, 5(1), 32–38. <https://doi.org/10.13189/ujm.2017.050104>
- Pouramini, Z., & Fayyazi, M. (2015). The Relationship between Positive Organizational Behavior with Job Satisfaction, Organizational Citizenship Behavior, and Employee Engagement. *International Business Research*, 8(9). <https://doi.org/10.5539/ibr.v8n9p57>
- Purwanto, A. B. (2015). Pengaruh Service Performance dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Effect of Service Performance and Relationship Marketing Towards Consumer Loyalty. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 10(1), 88–101. <http://teknoliputan6.com>
- Putri, D., & Yosepha, Y. (2023). Pengaruh Promosi Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King di Jatiasih. In *Jurnal Ilmiah M-Progress* (Vol. 13, Issue 1).
- Sadiq, M. A., Indra Gunawan, A., Sosianika, A., & Alty Amalia, F. (2022). The Link between Engagement and Service Performance: The Mediation Role of Job Satisfaction and Customer-Oriented Behavior. *International Journal of Applied Business Research*, 2022(1), 50–64. <https://doi.org/10.35313/ijabr.v4i1.208>
- Saks, A. M., Gruman, J. A., & Zhang, Q. (2022). Organization engagement: a review and comparison to job engagement. *Journal of Organizational Effectiveness*, 9(1), 20–49. <https://doi.org/10.1108/JOEPP-12-2020-0253>

- Salma, H., & Hanoum, S. (2021). Pengaruh Employee Communication dan Job Engagement terhadap Organizational Commitment pada Saat Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(1), 2337–3520.
- Shokhsanam, Z., & Ahn, Y. J. (2021). Employee service quality at uzbekistani halal restaurants amid the covid-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 13(10). <https://doi.org/10.3390/su13105712>
- Supriyanto, A. S. (2013). Role of Procedural Justice, Organizational Commitment and Job Satisfaction on job Performance: The Mediating Effects of Organizational Citizenship Behavior. *International Journal of Business and Management*, 8(15). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n15p57>
- Top Brand Award. (2022). *Restoran Cepat Saji Paling Populer di Indonesia pada 2022, Siapa Teratas?* Kata Data Insight (KIC).
- Wahhab, A., Rengganis, K., & Hanina, S. N. (2020). Pengukuran Performa Layanan dan Dampaknya Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen Pada Restoran KFC. *Industrial Research Workshop and National Seminae*, 1214–1220.
- Wayan Anggayani, N., Flaviana Osin, R., Triatma Mulya, S., & Komunitas MAPINDO, A. (2017). Pengaruh Service Performance Terhadap Nilai Sekolah Kepuasan Dan Loyalitas Pelajar Pada SMK Pariwisata Triatma Jaya Tabanan. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia*, 1(1), 28–35.
- Widodo, C. W. (2014). Pengaruh Total Reward Terhadap Job Engagement Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal MIX, IV* (3), 334–347.