

ISSN (ONLINE) 2598-9928



INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC
PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article.....	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol. 21 No. 2 (2026): May
DOI: 10.21070/ijler.v21i2.1563

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Wisnu Pangah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Consumer Satisfaction Aligns With Price Product Quality and Service Quality: Kepuasan Konsumen Selaras Dengan Harga Kualitas Produk dan Pelayanan

Syafati Nadya, 2261271011@triatmamulya.ac.id (*)

Program Studi Manajemen K.Jembrana, Universitas Triatma Mulya, Indonesia

Komang Sudarsana, komang.sudarsana@triatmamulya.ac.id

Program Studi Manajemen K.Jembrana, Universitas Triatma Mulya, Indonesia

Made Dwipa Negara, dwipa.negara@triatmamulya.ac.id

Program Studi Manajemen K.Jembrana, Universitas Triatma Mulya, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background: Customer satisfaction is essential for maintaining competitiveness in culinary businesses. **Specific Background:** This study focuses on a coastal seafood restaurant where consumer satisfaction is linked to price, product quality, and service quality. **Knowledge Gap:** Limited empirical attention has addressed these three factors in seafood restaurants with coastal dining characteristics and fluctuating consumer visits. **Aims:** This study analyzes the partial and simultaneous relationships between price, product quality, service quality, and customer satisfaction. **Results:** Based on data from 40 purposively selected respondents and SPSS analysis, price, product quality, and service quality showed positive and significant relationships with customer satisfaction, both partially and simultaneously. **Novelty:** The study offers empirical evidence from a coastal seafood culinary setting. **Implications:** Restaurant managers should maintain suitable pricing, fresh and consistent food quality, and responsive service to strengthen customer satisfaction.

Highlights

- Each predictor showed a significant positive partial relationship.
- The combined statistical model produced a significant simultaneous result.
- Freshness, taste, hygiene, consistency, and responsiveness require managerial priority.

Keywords

Consumer Satisfaction; Price; Product Quality; Service Quality; Coastal Culinary

Published date: 2026-05-22

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner pada era modern berkembang sangat pesat sehingga persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Kondisi ini menuntut perusahaan mampu mempertahankan pasar dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemahaman tersebut menjadi dasar penting dalam Menyusun strategi pemasaran guna menciptakan kepuasan pelanggan dan mempertahankan daya saing usaha [1].

Perkembangan usaha kuliner juga terjadi di berbagai wilayah Bali, termasuk Kabupaten Jembrana yang menunjukkan peningkatan jumlah rumah makan dan restoran setiap tahun. Sebagai wilayah dengan Kawasan pesisir yang luas, Jembrana memiliki potensi geografis yang dapat dimanfaatkan pelaku usaha untuk menarik konsumen. Daerah Pebuahan, Pengambangan, dan sekitarnya dikenal sebagai Kawasan Pantai sehingga banyak usaha kuliner mengusung konsep seafood. Factor Lokasi tersebut berpengaruh terhadap strategi usaha, seperti daya saing, fleksibilitas, dan pengelolaan permintaan konsumen [2].

Salah satu usaha kuliner di Desa Pebuahan adalah Rumah Makan Seafood Pondok Waru. Rumah makan ini menawarkan berbagai menu olahan seafood seperti ikan bakar, udang bakar, dan cumi bakar. Dibandingkan usaha sejenis, Lokasi Rumah Makan Seafood Pondok Waru dinilai strategis karena berada di tepi Pantai sehingga pengunjung dapat menikmati pemandangan laut saat makan. Selain itu, mayoritas masyarakat Pebuahan bekerja sebagai nelayan sehingga ketersediaan bahan baku seafood cukup mendukung usaha tersebut [3].

Selain menu seafood, Rumah Makan Seafood Pondok Waru juga menyediakan menu non seafood agar konsumen yang datang bersama keluarga memiliki pilihan makanan yang lebih beragam dan tidak mudah merasa bosan. Populasi pada penelitian ini tertuju pada pembeli Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan, dimana populasi ini tidak di satu desa saja melainkan dari berbagai desa untuk berkunjung mencicipi dari masakan Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan. Jembrana juga memiliki makanan khas yakni ayam betutu gilimanuk, ayam bakar, ikan bakar, lontong jukut serapah, lawar klungah dan lain sebagainya dimana saya tertarik untuk meneliti Rumah Makan Seafood Pondok Waru yang berada di Desa Pebuahan [4].

Dalam Operasionalnya Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan mengalami kendala dalam penjualannya yang dapat dilihat pada table 1 Berikut tabel data penjualan dan pendapatan Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Periode Januari- Desember 2024 sebagai berikut:

Tabel 1 . Data Penjualan dan Pendapatan Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Periode Januari - Desember 2024

No	Bulan	Jumlah Penjualan (Porsi)	Rata-Rata Harga per-porsi (Rp)	Pendapatan (Rp)
1	Januari	120	200.000	24.000.000
2	Februari	70	200.000	14.000.000
3	Maret	90	200.000	18.000.000
4	April	100	200.000	20.000.000
5	Mei	110	200.000	22.000.000
6	Juni	95	200.000	19.000.000
7	Juli	95	200.000	19.000.000
8	Agustus	80	200.000	16.000.000
9	September	60	200.000	12.000.000
10	Oktober	90	200.000	18.000.000
11	November	90	200.000	18.000.000
12	Desember	120	200.000	24.000.000
	Total	1,120	-	264,000.000

Sumber : Rumah Makan Seafood Pondok Waru 2024

Berdasarkan Tabel 1, penjualan Seafood Pondok Waru sepanjang tahun 2024 mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh hari raya adat, musim wisata, serta pergerakan jamaah haji. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Januari dan Desember dengan total pendapatan 24.000.000 porsi, disebabkan oleh libur Natal dan Tahun Baru yang meningkatkan kunjungan wisatawan ke Bali melalui Pelabuhan Gilimanuk. Selain itu, bulan Mei juga menunjukkan peningkatan signifikan karena liburan sekolah. Sementara itu, penjualan menurun pada bulan September dan Februari, yang merupakan periode tanpa hari besar atau kegiatan adat besar di Bali. Fluktuasi ini menunjukkan bahwa faktor budaya, keagamaan, dan musim wisata sangat memengaruhi tingkat penjualan di Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan [5].

Kepuasan konsumen menjadi perhatian utama bagi para pencinta wisata kuliner, setiap usaha kuliner harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan bagian terpenting dalam mewujudkan keberhasilan sebuah usaha. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan dari pada terus menerus menarik konsumen baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Menurut Park (Hasan, 2009) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi, dimana akan timbul perasaan senang, puas, atau kecewa [6]. Hal tersebut akan menjadi hasil yang menentukan kepuasan atau tidakpuasan dari suatu produk. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Menurut Irawan (2004) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa

faktor yakni harga, kualitas produk, kualitas layanan, emosional dan kemudahan [7].

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Rumah Makan Seafood di Desa Pebuahan perlu memahami perilaku pembelian konsumen, terutama dari aspek harga. Harga merupakan nilai tukar yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk atau jasa sehingga penetapannya perlu disesuaikan dengan kualitas barang dan pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler (2008), harga merupakan sejumlah nilai yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Harga juga menjadi factor utama dalam menentukan Keputusan pembelian serta satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur lainnya menimbulkan biaya. Harga juga menjadi tolak ukur untuk mencapai kepuasan konsumen dikarenakan harga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk, harga yang terjangkau dan diimbangi dengan kualitas yang baik bisa membuat pelanggan menggunakan suatu produk makanan dikarenakan harga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk, harga yang terjangkau dan diimbangi dengan kualitas yang baik bisa membuat pelanggan menggunakan suatu produk makanan.

Selain harga, pelanggan akan memperhatikan kualitas dari produk yang ditawarkan oleh sebuah usaha kuliner, dimana kehygienisan makanan, rasa makanan, tampilan makanan, konsistensi makanan ialah faktor yang harus diperhatikan karena pelanggan mempunyai harapan yang tinggi terhadap suatu produk yang dipesannya, sehingga pelaku usaha akan mempunyai kualitas jika mampu memberikan produk serta layanan yang sesuai atau melebihi eketasi pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, keandalan, dan ketetapan secara menyeluruh [9]. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk maupun jasa agar konsumen merasa puas dan terdorong melakukan pembelian ulang

Menurut Windarti dan Ibrahim (2017), kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas perlu dijaga melalui standar mutu agar produk konsisten dan tetap dipercaya konsumen. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian Kembali atau tidak. Oleh karena itu, pemain usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. kebutuhan yan tidak dapat memenuhi harapan konsumen, haruslah cepat ditanggapi oleh perusahaan, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Assauri, 2012). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen [10].

Dan Selain kualitas produk, pelanggan akan memperhatikan kualitas pelayanan dimana pelayanan berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi konsumen, jika konsumen merasa puas terhadap suatu pelayanan maka akan menjadi konsumen yang setia dan loyal terhadap perusahaan yang memberikan pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik bisa diberikan ketika perusahaan mengerti keinginan dan kebutuhan pelanggan dan mempraktekkan langsung dalam tindakan yang nyata. Menurut Sinambela (2011) kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Adapun pelayanan yang harus dilakukan terhadap konsumen misalnya, melayani pelanggan dengan ramah, cepat dan tepat, sopan santun terhadap pelanggan, kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu oleh Wijaya, W.R., Widayati, C.C., dan Perkasa, D.H. (2023) pada Rumah Makan Ikan Bakar Jingkrak menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil serupa juga ditemukan oleh Worotikan dan Tawas (2021) pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang, di mana kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [11]. Selanjutnya, Sinaga (2023) menyimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Ayat Penyet Seafood 2000 di Kota Medan. Penelitian Prambudi (2022) juga menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya [12]. Sementara itu, Febby Gita (2016) menemukan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar.

Meskipun penelitian sebelumnya membahas pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, penelitian ini memiliki perbedaan pada objek, Lokasi, dan karakteristik konsumennya. Penelitian ini berfokus pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan yang mengusung konsep wisata kuliner pesisir dengan konsumen yang dipengaruhi factor wisata, budaya local, dan kondisi geografis Pantai.

Kebaruan penelitian terletak pada pengkajian kepuasan konsumen usaha kuliner seafood di Kawasan pesisir Kabupaten Jembrana yang memiliki kondisi fluktuatif akibat musim wisata, hari raya adat, dan aktivitas masyarakat. Selain meneliti harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, penelitian ini juga mengaitkannya dengan daya Tarik wisata Pantai dan menu khas seafood sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris bagi strategi pemasaran dan peningkatan kepuasan konsumen pada usaha kuliner berbasis wisata pesisir.

Penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki banyak keterbatasan seperti faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan yang dalam penelitian ini hanya meneliti tiga yaitu harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas. Sedangkan masih banyak yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu diuji lain variabel lainnya selain seperti citra merek, store atmosphere, WOM (World Of Mouth) dan promosi.

METODE

A. Identifikasi Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru yang berlokasi di Desa Pebuahan, Kecamatan Negara, Kabupaten Jember.

2. Signifikansi lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Seafood Pondok Waru Desa Pebuahan, Kabupaten Jember karena usaha kuliner ini memiliki potensi yang relevan untuk mengkaji kepuasan konsumen. Rumah makan tersebut cukup dikenal dan memiliki pengunjung yang beragam, sehingga memudahkan peneliti memperoleh data yang representatif mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, lokasi yang strategis dan ramai pengunjung mendukung kelancaran proses penelitian. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola usaha dalam meningkatkan pelayanan serta memberikan manfaat bagi perkembangan usaha kuliner dan perekonomian masyarakat sekitar.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama tujuh bulan, dari bulan Oktober 2025 hingga April 2026.

B. Identifikasi Variabel

1. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3)
2. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

C. Definisi Operasional Variabel

1. Harga (X_1)

Harga merupakan sejumlah nilai tukar yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa dalam konteks penelitian ini, harga pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Kabupaten Jember diartikan sebagai persepsi konsumen terhadap tingkat keterjangkauan dan kesesuaian harga dengan kualitas serta manfaat yang diperoleh.

2. Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan standar yang diharapkan.

3. Kualitas Pelayanan (X_3)

Kualitas pelayanan adalah kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan.

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan atas suatu produk atau jasa yang dikonsumsi [14].

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Pada penelitian ini observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap pembelian yang terjadi pada RUMAH MAKAN SEAFOOD PONDOK WARU JEMBER yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti.

2. Wawancara

Pada penelitian ini digunakan teknik wawancara menggunakan tanya jawab langsung kepada pembeli dan pemilik usaha pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru Jember terhadap permasalahan yang akan diteliti di dalam penelitian ini.

3. Kuesioner

Pada penelitian ini kuesioner sering digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif, dengan memberikan item pernyataan yang akan dijawab oleh responden dari pembeli pada Rumah

Makan Seafood Pondok Waru Jembrana dengan menggunakan skala likert. Tujuan dari kuesioner tersebut yaitu untuk menciptakan suatu kondisi yang cukup baik sehingga responden dengan sukarela memberikan data obyektif dengan cepat.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh penulis. Menurut Sugiyono (2020), instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur atau mengamati fenomena yang diteliti, baik fenomena alam maupun sosial. Jenis dan Sumber Data

F. Jenis Data

1. Data Kualitatif Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat atau gambar.
2. Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau scoring.

G. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari pihak yang terkait dengan penelitian ini melalui wawancara. Data yang dimaksud berupa respon atau jawaban dari hasil wawancara atau pengisian Kuesioner yang berkaitan dengan judul yang dingkat penulis.

2. Teknik Penentuan Sampel

a. Populasi

Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pembeli rumah makan seafood pondok waru di desa pebuahan kabupaten jembrana.

b. Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 40 orang pengunjung.

H. Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum menguji dan menganalisis data penelitian dengan model regresi dengan bantuan program Statistical Package For the Sosial Science (SPSS).

- a. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual pada model regresi berdistribusi normal.
- b. Uji multikolinearitas bertujuan menguji adanya hubungan atau korelasi antar variable bebas dalam model regresi.
- c. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan varians residual antar pengamatan pada model regresi.

2. Uji Regresi linier Berganda

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh signifikan dua atau lebih variable independent terhadap variable dependen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan variasi pada variable dependen.

I. Teknik Penyajian Analisis Data

Teknik penyajian analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif dan inferensial agar hasil penelitian mudah dipahami. Data disajikan melalui tabel, grafik, dan uraian naratif untuk menggambarkan pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penyajian deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden dan tanggapan terhadap variabel penelitian, sedangkan penyajian inferensial digunakan untuk menampilkan hasil uji statistik seperti validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Setiap hasil analisis dijelaskan secara singkat agar interpretasi data menjadi lebih jelas dan sistematis [15].

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana. Dengan demikian,

Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya, Widayati, dan Perkasa (2023) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [16]. Selain itu, penelitian Worotikan dan Tawas (2021) juga menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [11].

Menurut Kotler dan Keller (2016), harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa [9]. Harga menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen karena berkaitan langsung dengan kemampuan daya beli dan persepsi nilai yang diterima.

Dengan demikian, apabila konsumen merasa harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Seafood Pondok Waru sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang diperoleh, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, apabila harga dianggap tidak sesuai, maka kepuasan konsumen akan menurun.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variable harga memiliki nilai signifikan di bawah 0,05 sehingga berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menandakan bahwa konsumen Rumah Makan Seafood Pondok Waru mempertimbangkan kesesuaian harga dengan kualitas makanan, porsi, dan suasana yang diperoleh.

Pada rumah makan seafood di Kawasan pesisir Pebuahan, harga menjadi factor penting karena konsumen berasal dari masyarakat local maupun wisatawan. Konsumen cenderung merasa puas apabila harga yang dibayar sebanding dengan kualitas seafood, Lokasi tepi Pantai, dan pengalaman bersantap yang dirasakan.

B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana

Hasil analisis menunjukkan bahwa variable kualitas produk (X₂) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Seafood Waru Di Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana, sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya, semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka kepuasan konsumen juga meningkat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Maulani, Nurfarida, dan Suroso (2023) serta Afif, Saryadi, dan Werdani (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [17][18]. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, serta kesesuaian dengan kebutuhan konsumen [19].

Dalam usaha kuliner, kualitas produk mencakup rasa, kebersihan, tampilan, dan konsistensi makanan. Rumah Makan Seafood Pondok Waru yang mampu menyajikan makanan lezat, higienis, menarik, dan konsisten akan meningkatkan kepuasan serta pembelian ulang. Hasil uji menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif signifikan ($\text{sig} < 0,05$), sehingga menjadi factor utama pemilihan rumah makan seafood. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kesegaran bahan, cita rasa, kebersihan, dan konsistensi rasa karena kualitas bahan dan proses pengolahan sangat menentukan.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X₃) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana. Dengan demikian, H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Worotikan dan Tawas (2021) serta Prambudi (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [11]. Menurut Fandy Tjiptono (2014), kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui pelayanan yang tepat, cepat, ramah, dan profesional [20].

Pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru, pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional mampu memberikan pengalaman yang nyaman bagi konsumen sehingga meningkatkan kepuasan. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan di bawah 0,05. Di Rumah Makan Seafood Pondok Waru, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh keramahan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan melayani dengan baik. Pelayanan yang cepat dan ramah meningkatkan kenyamanan dan mendorong kunjungan ulang.

D. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana

Berdasarkan uji F, harga (X₁), kualitas produk (X₂), dan kualitas pelayanan (X₃) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Seafood Pondok Waru, Desa Pebuahan, Kabupaten Jembrana, sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Maulani, Nurfarida, dan Suroso (2023) serta Muazaroh, Febriansah, dan Indayani (2024) yang juga menemukan pengaruh signifikan ketiga variable tersebut secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen [17][21].

Harga yang sesuai, kualitas produk yang memenuhi harapan, dan pelayanan yang baik saling mendukung dalam

menciptakan kepuasan, sehingga konsumen yang merasakan ketiga aspek tersebut cenderung memiliki tingkat kepuasan tinggi. Oleh karena itu, ketiga faktor tersebut perlu terus dijaga dan ditingkatkan secara bersamaan untuk mempertahankan kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil uji F, nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menandakan bahwa kepuasan konsumen terbentuk dari kombinasi persepsi harga, kualitas makanan, dan pelayanan yang diterima.

Pada Rumah Makan Seafood Pondok Weru, konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas seafood dan kenyamanan pelayanan. Selain itu, Lokasi di Kawasan pesisir turut mendukung pengalaman bersantap konsumen. Oleh karena itu, pengelola perlu menjaga keseimbangan antara harga, kualitas produk, dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian secara parsial menunjukkan hasil bahwa harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Seafood Pondok Waru di Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana. Semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.
2. Pengujian secara parsial menunjukkan hasil bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan, seperti rasa, kebersihan, tampilan, dan konsistensi makanan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.
3. Pengujian secara parsial menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan, seperti keramahan, kecepatan, dan profesionalisme karyawan, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
4. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Seafood Pondok Waru, Desa Pebuahan, Kabupaten Jembrana. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama meningkatkan kepuasan, terutama jika konsumen memperoleh harga yang sesuai, makanan berkualitas, dan pelayanan yang memuaskan.

Pengelola disarankan memprioritaskan peningkatan kualitas produk karena berpengaruh paling besar, melalui menjaga kesegaran bahan baku, seafood, cita rasa, kebersihan, dan konsistensi penyajian, tanpa mengabaikan harga yang sesuai serta pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penyusunan artikel ini, khususnya Rumah Makan Seafood Pondok Waru Desa Pebuahan Kabupaten Jembrana dan para responden penelitian. Semoga artikel ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan usaha kuliner.

References

- [1] S. Amilia, "Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. 6, no. 1, pp. 660–669, 2024.
- [2] Y. Astuti, "Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa," *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, vol. 5, no. 1, 2021.
- [3] O. Dhanny and M. Kadafi, "Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sepeda motor merek Honda di Samarinda tahun 2019," *Jurnal Eksis*, vol. 15, no. 1, 2021.
- [4] A. T. Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2022.
- [5] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2023.
- [6] S. E. Hasan and A. MM, *Marketing*. Yogyakarta: PT MedPress, 2025.
- [7] Irawan, "Manajemen pemasaran modern," pp. 1–14, 2024.
- [8] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed. Pearson Education, 2018.
- [9] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.
- [10] A. Izzuddin and M. Muhsin, "Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen," 2025.

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol. 21 No. 2 (2026): May
DOI: 10.21070/ijler.v21i2.1563

- [11] A. L. Worotikan, J. D. Massie, and H. N. Tawas, "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 9, no. 3, pp. 1277–1285, 2021.
- [12] G. Y. Prambudi, "Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen (Studi kasus pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi)," Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2022.
- [13] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [14] C. Gunawan, *Mahasiswa & Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- [15] D. A. Wicaksono, T. A. Laksanawati, and D. B. Ningsih, "Pengaruh harga dan kualitas pelayanan serta kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Bakso Pak Miad Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang," *Value*, vol. 2, no. 2, pp. 91–100, 2021.
- [16] A. Wijaya, R. Widayati, and D. H. Perkasa, "Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen," *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 25–34, 2023.
- [17] N. Maulani, I. Nurfarida, and Suroso, "Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 45–56, 2023.
- [18] M. Afif, Saryadi, and R. E. Werdani, "Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 120–130, 2022.
- [19] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed. Pearson Education, 2018.
- [20] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- [21] S. Muazaroh, R. Febriansah, and L. Indayani, "Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan," *Jurnal Manajemen Terapan*, vol. 9, no. 2, pp. 88–98, 2024.