

## **Analisis Kualitas Makanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Darjeeling Restaurant, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat**

**Siti Reisa Salsabila**

Program Studi Manajemen Pariwisata, Stiepar Yapari Bandung

Jl. Prof. Dr. Sutami No.81-83, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40163

E-mail: [streisasalsabila@gmail.com](mailto:streisasalsabila@gmail.com)

### **Abstract**

*The research was conducted at Darjeeling restaurant which is located on Jl. Terusan Sergeant Bajuri No.72, Cihideung, Kec, Parompong, KBB, West Java 40559. The purpose of the research that the author made was to find out the relationship between food quality and price on consumer satisfaction at Darjeeling restaurant Restaurant which carries an interesting theme on each menu and in each interior a restaurant with the feel of a bar, seats, tables, windows, walls and every corner is perfect for making an instagramable photo spot. Therefore, these things attract people to visit Darjeeling Restaurant. And also Darjeeling restaurant is one that comes from the development of restaurants or places to hang out which has an interesting concept and also has its own characteristics, because this restaurant is in the upper area of Bandung, the view that is presented is also very beautiful from the place. The prices provided on each menu vary greatly. This research method uses a qualitative descriptive method in which qualitative data is research that produces descriptive data in the form of written words or from the mouth of the people being observed. The author uses several respondents to examine how the assessment of food quality and price affects customer satisfaction. The results obtained are good from the respondents.*

**Keywords:** *Darjeeling restaurant, Food Quality, and Price*

### **Abstrak**

Penelitian dilakukan di Darjeeling restaurant yang terletak di Jl. Terusan Sersan Bajuri No.72, Cihideung, Kec, Parompong, KBB, Jawa Barat 40559. Maksud dari penelitian yang penulis buat untuk mengetahui hubungan kualitas makanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Darjeeling restaurant Restaurant yang mengusung tema menarik pada setiap menyunya dan dalam setiap interior restaurant dengan nuansa bar, tempat duduk, meja, jendela, dinding dan setiap sudut sangat cocok untuk dijadikan spot foto yang instagramable. Maka dari itu hal-hal tersebut menjadi daya tarik masyarakat untuk berkunjung ke Darjeeling Restaurant. Dan juga Darjeeling restaurant merupakan salah satu yang hadir dari perkembangan restaurant atau tempat nongkrong yang mempunyai konsep yang menarik dan juga dengan memiliki ciri khas tersendiri, karena restaurant ini berada di daerah kawasan atas bandung maka view yang di hadirkan juga sangat indah dari tempat. Harga yang disediakan pada setiap menu sangat bervariasi. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mana data kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau dari lisan orang-orang yang diamati. Penulis menggunakan beberapa responden untuk meneliti bagaimana penilaian dari kualitas makanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang diperoleh yaitu baik dari responden.

**Kata kunci:** Darjeeling restaurant, Kualitas Makanan, Harga

## **I. LATAR BELAKANG**

Saat ini telah melebarnya bisnis kuliner di berbagai daerah. Banyak pengelola bisnis di Indonesia membuat bisnis kuliner, karena bisnis yang bergerak di bidang kuliner ini mempunyai prospek yang menjanjikan dan banyak diminati masyarakat di era globalisasi. Maka di era globalisasi masyarakat yang sudah terbiasa menggunakan media sosial untuk berbagai hal salah satunya eksistensinya di media sosial itu sendiri adalah salah satu alasan sebuah *restaurant* mengusung tema yang unik dan berbeda untuk menarik perhatian masyarakat, dan strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang relevan dan memberikan suasana yang nyaman bagi konsumen.

Di Indonesia tepatnya di Jawa Barat yang terkenal dengan kulinernya yang diminati masyarakat dari kuliner asli Indonesia hingga *western* seperti *mac and cheese, pasta, salad, mushroom soup*, nasi bakar, nasi ayam pedas dan sebagainya. Dan seperti halnya *angel hair aglio olio* merupakan menu dari *darjeeling restaurant* yang terkenal seperti dalam penjelasannya *sauteed angel hair pasta with garlic, chili flakes and olive oil*, karena *darjeeling restaurant* mengusung tema yang menarik pada setiap menu nya dan pada setiap interior *restaurant* yang tentunya sangat menarik dengan nuansa bar, tempat duduk, meja, jendela, dinding dan setiap sudut sangat cocok untuk dijadikan spot foto yang *instagramable*. Maka dari itu hal-hal tersebut menjadi daya tarik masyarakat untuk berkunjung ke *darjeeling restaurant*. Mengetahui lebih lanjut tentang *Darjeeling Restaurant* merupakan salah satu yang hadir dari perkembangan *restaurant* atau tempat nongkrong yang mempunyai konsep yang menarik dan juga dengan memiliki ciri khas tersendiri, karena *restaurant* ini berada di daerah kawasan atas Bandung maka view yang di hadirkan juga sangat indah. Harga yang disediakan pada setiap menu sangat bervariasi.

Ada penelitian yang menjelaskan “kualitas makanan adalah atribut yang paling penting bagi pelanggan, diikuti oleh kualitas lingkungan fisik dan layanan” (Zhang, 2013). Kualitas makanan telah diukur dengan menggunakan sejumlah atribut, seperti presentasi, variasi item menu, pilihan sehat, rasa, kesegaran, dan suhu (Zhang, 2013). Ada hasil studi lainnya bahwa “rasa dianggap sebagai komponen utama yang mempengaruhi pemilihan restoran dan kepuasan pelanggan” (Zhang, 2013). Ada studi menarik lainnya diungkapkan bahwa “suatu hal yang penting pada variabel harga adalah keadilan harga, dan hal ini mengacu pada sejauh mana pelanggan mengevaluasi harga yang tepat, masuk akal, dan dapat diterima” (Ramanathan, 2015). Variabel adalah kunci dalam menunjukkan kepuasan pelanggan karena kemampuannya memikat pelanggan atau sebaliknya (Ramanathan, 2015). Kepuasan konsumen dalam bisnis kuliner merupakan perspektif paling utama yang perlu diberi perhatian khusus. Kepuasan

konsumen yaitu dimana kepentingan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi dan akan memicu terjadinya pembelian ulang atau loyalitas pembelian produk. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin senang dan puas. Ikatan emosional antara konsumen dan perusahaan terjadi karena kepuasan atau rasa senang yang tinggi dari pengalaman dan mendorong minat beli ulang, hal ini harusnya menjadi sorotan para manajer untuk melihat dan membuat strategi yang dapat meningkatkan berkelanjutannya kepuasan konsumen. Nah dari penjelasan sebelumnya penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Kualitas Makanan, dan Harga pada *Darjeeling restaurant*”

## II. KAJIAN TEORITIS

Widiastuti 2006, menjelaskan bahwa saat ini Bandung telah mengalami *transformasi informal*. informalitas ini tidak hanya settingan ulang sendiri peluang kemajuan baru tetapi juga mengubah Bandung sebagai kota dengan wajah berbeda, jika dulu Bandung dikenal sebagai Kota Kembang maka sekarang Bandung diidentifikasi sebagai tempat makanan dan pakaian.

### **Kualitas Makanan**

Salah satu faktor yang dapat membuat konsumen puas adalah kualitas makanan. Dalam usaha memberikan kepuasan konsumen, sebuah *restaurant* dituntut untuk selalu menjaga kualitas makanannya sesuai dengan standar yang telah dipasangkan. Kualitas makanan menjadi salah satu komponen yang utama dari keseluruhan pengalaman konsumen di *restaurant*. Kualitas makanan adalah seluruh kepastian (Alli, 2004) yang telah ditetapkan berhubungan dengan keunikan yang dibutuhkan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen (Alli, 2004). Apabila kualitas makanan yang diberikan baik maka akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak *restaurant* akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi pelanggan akan mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Dengan demikian kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memajukan keberhasilan dalam bisnis restoran (Namkung dan Jang, 2007) dalam Wijaya (2017).

Potter dan Hotchkiss (2012, p.1) *food quality* atau kualitas makanan yaitu tampilan mutu dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti rasa, tekstur, konsistensi, warna, bentuk, dan ukuran. Makanan enak dan *fresh* membawa peran penting dalam upaya untuk melebihi *kompetitor*. Dengan begitu, kualitas makanan menjadi salah satu cara utama untuk meningkatkan keberhasilan dalam bisnis *restaurant*. Sedangkan menurut West, Wood

dan Harger (2006); Gaman dan Sherrington (1996); serta Jones (2000) menyatakan bahwa secara menyeluruh dimensi *food quality* terdiri dari:

1. Warna Warna dari bahan-bahan makanan dimodif serupa supaya tidak terlihat pudat atau warnanya tidak setimpal. Modifikasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.
2. Penampilan Makanan harus menjadi paling pertama dilihat saat disajikan, Karena hal tersebut adalah faktor penting. Kebersihan juga kesegaran dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati.
3. Porsi Dalam setiap penyajian makanan sudah di (Wijaya, 2017) patok porsi standarnya yang disebut *standard portion size*. *Standard portion size* diterangkan sebagai volume item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan.
4. Bentuk Bentuk makanan mengangkat peranan penting dalam daya pikat mata. Bentuk makanan yang menarik bisa didapatkan lewat cara pemotongan bahan makanan yang bermacam-macam.
5. Temperatur Konsumen menyukai variasi temperatur yang diperoleh dari makanan satu dengan lainnya, karena temperatur juga bisa mempengaruhi rasa.
6. Tekstur Ada banyak macam tekstur makanan yaitu halus atau tidak, keras atau lembut, padat atau cair, empuk atau tidak.
7. Aroma Aroma adalah tindakan dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.
8. Tingkat kematangan Tingkat kematangan makanan akan merajai tekstur dari makanan. Misalnya, lobak yang direbus di dalam air mendidih yang lama akan membuat lobak menjadi lunak. Untuk makanan tertentu seperti *steak* setiap orang memiliki selera masing-masing untuk tingkat kematangan.
9. Rasa Titik perasa dari lidah adalah kecakapan mendeteksi rasa yaitu, pahit, asam, manis, asin. Dalam makanan tertentu empat rasa ini disatukan di dalam makanan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

### **Persepsi Harga**

Persepsi harga adalah harga yang diterka atau dibayangkan oleh konsumen. biasanya konsumen tidak mengingat betul harga yang pernah dibeli, tapi terkadang konsumen yang sering berkunjung dapat mengingat bahwa harga produk yang dimaksud adalah “murah” atau “mahal”, “sesuai” atau “tidak sesuai” dengan kualitas makanan yang disajikan kepada konsumen. Schiffman dan Kanuk (2013, p.182) menyatakan bahwa persepsi konsumen

terhadap harga, apakah mendekati normal, rendah dan tinggi dipengaruhi oleh substansi pembelian dan kepuasan dalam pembelian tersebut. Setiap individu memiliki penilaian yang berbeda dalam penilaian harga produk semisal yang mahal dikatakan normal atau rendah dan sebaliknya ada individu yang menganggap sebuah produk mahal, jadi penilaian produk belum tentu sama, karena individu tergantung pada pengaruh lingkungan dan kondisi kehidupan jika harga pada suatu produk dan pelayanan telah sesuai dengan yang diharapkan maka akan meningkatkan kepuasan. Juga sebaliknya jika persepsi harga pada produk tidak mencakup pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan maka akan menimbulkan ketidakpuasan.

Harga juga biasanya menjadi faktor penentu dalam pembelian, disamping tidak menutup kemungkinan faktor lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), harga ialah total yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau total nilai yang konsumen tukar untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Menurut Esingger dan Wylie (2003); Zeithaml dan Bitner (2003) mengungkapkan bahwa restoran seharusnya menetapkan harga yang layak dan terjangkau dengan semua tingkat kalangan konsumen. Harga yang ditetapkan harusnya sesuai dengan keuntungan yang didapat konsumen dan sesuai dengan ekspektasi konsumen terhadap harga yang harus dibayar oleh konsumen.

Menurut Kotler P., & Armstrong G. (2011) ada beberapa indikator ciri harga adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkaun harga. Harga yang dapat diperoleh oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih oleh pelaku usaha.
2. Kecocokan harga dengan kualitas makanan. Konsumen biasanya akan sangat merasa puas jika kualitas yang mereka dapat sesuai dengan harga yang mereka keluarkan.
3. Daya saing harga, harga yang ditawarkan lebih tinggi umumnya daripada kompetitor.
4. Kemiripan harga dengan keuntungan produksi. Konsumen akan merasakan puas jika mendapat keuntungan setelah mengonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan yang mereka keluarkan nilainya.
5. Harga mempengaruhi daya beli pelanggan. Harga yang sudah dipasang dan di tafsirkan akan sangat berpengaruh terhadap keinginan beli konsumen apalagi jika harga dimaksud sesuai dengan keunggulan produknya.
6. Harga dapat merajai konsumen didalam mengambil keputusan ketika harga yang konsumen inginkan tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapat keuntungan setelah mengonsumsi, konsumen biasanya mengambil keputusan yang negatif artinya konsumen tidak akan melakukan pembelian berikutnya. Begitu juga

sebaliknya jika harga sesuai konsumen akan mengambil keputusan positif yakni melakukan pembelian kembali.

### **Kepuasan pelanggan**

(Nugroho, 2015) menegaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu perwujudan penting dalam pengembangan performa pemasaran dalam suatu perusahaan. Dari terbentuknya tingkat kepuasan pelanggan yang optimum maka menumbuhkan terciptanya rasa puas di benak pelanggan yang merasa puas itu sendiri. Menurut (Sangadji, 2013) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan yaitu perwujudan perasaan senang atau sebaliknya seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau nyata dengan perkembangan produk yang diharapkan. Secara universal, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara performa produk dan pelayanan yang diterima dengan performa produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Masih menurut (Sangadji, 2013) kepuasan konsumen dapat mewujudkan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terwujudnya loyalitas konsumen; membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan restoran. Berdasarkan warta tersebut, dapat dipahami bahwa kepuasan konsumen merupakan kepuasan yang diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi.

Faktor yang merajai kepuasan pelanggan Menurut (Sodexo, 2019) ada 6 faktor yang dapat merajai kepuasan pelanggan secara efektif, yaitu:

1. Mutu Produk Hal yang harus diawasi yakni mutu produk di mana sebuah perusahaan harus bisa menggunakan bahan pokok yang berkualitas, sampai nantinya pelanggan akan merasa puas dan tidak ragu untuk membeli kembali produk yang restoran tersebut tawarkan.
2. Kualitas Pelayanan komponen lain yang juga bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan pasalnya, persepsi pelanggan terhadap bisnis akan dipengaruhi oleh kualitas layanan itu sendiri.
3. Penetapan harga Sebelum memutuskan membeli produk, biasanya pelanggan akan melakukan perbandingan harga produk yang sama dari pesaing. Jadi diharapkan perusahaan selalu melakukan riset pasar sebelum menetapkan harga.
4. Pengalaman belanja yang menyenangkan yakni pengalaman berbelanja juga berpengaruh.
5. Testimoni orang lain Pengalaman orang lain juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan baru di mana dengan adanya informasi dari pengalaman orang lain maka bisa jadi mempengaruhi minat dan persepsi pelanggan baru.

6. Strategi pemasaran Tanpa disadari dalam membuat iklan atau promosi juga berpengaruh pada ekspektasi pelanggan di mana pada saat sebuah perusahaan membuat promosi yang setara dengan keadaan faktual maka pelanggan akan merasa percaya dengan apa yang perusahaan tersebut pasarkan.

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif dalam pengumpulan data dan menganalisis serta memadukan hasil kajiannya. Deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang mengarahkan penelitian untuk mengamati atau memotret situasi sosial yang akan diteliti keseluruhan. Metode penelitian ini biasanya menghasilkan hasil data yang apa adanya. Menurut moleong (Isnaini, Permana & Lestari, 2022) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau dari lisan orang-orang yang diamati. Jenis metode ini juga biasanya menafsirkan dan menguraikan data yang ada bersamaan dengan situasi yang sedang terjadi. Penelitian ini juga biasanya mengungkapkan pandangan yang terjadi pada sebuah responden. Berkaitan dengan kualitas makanan dan harga, wawancara ini dilaksanakan terhadap berbagai informan baik dari pekerja dalam Darjeeling restaurant, konsumen, dan review menurut konsumen di media sosial. Mengenai profil restaurant ini terlebih dahulu, bagaimana kualitas makanan disana dan harga pada setiap menu yang ada disana.

### IV. HASIL PEMBAHASAN

Profil *Darjeeling Restaurant part of Maja Group* yang berlokasi di Jl. Terusan Sersan Bajuri No.72, Cihideung, Kec, Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559, Fasilitas yang disediakan oleh *Darjeeling Restaurant* berupa tempat parkir, mushola, wastafel, dan toilet. *Restaurant* ini buka mulai pukul 10.00 sampai dengan 23.00 WIB. *Darjeeling restaurant* mengusung tema yang menarik pada setiap menu nya dan pada setiap interior *restaurant* yang tentunya sangat menarik dengan nuansa *bar*, tempat duduk, meja, jendela, dinding dan setiap sudut sangat cocok untuk dijadikan spot foto yang *instagramable*. Maka dari itu hal-hal tersebut menjadi daya tarik masyarakat untuk berkunjung ke *darjeeling restaurant*. Mempunyai konsep yang menarik dan juga dengan memiliki ciri khas tersendiri, karena *restaurant* ini berada di daerah kawasan atas bandung maka *view* yang di hadirkan juga sangat indah dan adem, *vibes* dan *ambience* di *Darjeeling restaurant* cocok untuk bersantai karena tempat yang luas dan tersedia area *smoking* dan *non-smoking*. Pada setiap makanan

yang disajikan di *plating* dengan sangat cantik juga kisaran harga yang disediakan pada setiap menu sangat bervariasi.

Responden penelitian ini adalah responden yang diambil secara random yang pernah mengunjungi *Darjeeling restaurant*. Berikut ini hasil keseluruhan yang penulis amati dari respon konsumen sesudah berkunjung dari *Darjeeling restaurant*.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas makanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, menjadi faktor yang sangat menyeluruh. Maka dari itu *restaurant* harus sangat memperhatikan kualitas makanan yang dihasilkan. Di dalam penilaian kualitas makanan di *Darjeeling restaurant* rata rata konsumen memberikan penilaian yang baik. Disini saya menilik beberapa penilaian dari beberapa influence di media sosial.

#### 1. Responden 1

Responden ini adalah seorang perempuan berumur 20 tahun, memberikan beberapa penilaian terhadap kualitas makanan dan harga.

- *Macadamia Rules*, Rp. 55.000

Asem, manis dan nutty. Rasanya bener-bener unik dan seger.

Penilaian 9.5/10

- *Mushroom Soup*, Rp. 55.000

Enak *creamy* dan wangi tapi sedikit terlalu asin kalo buatku

Penilaian 8/10

- *Tagliatale Carbonara*, Rp. 70.000

*Creamy*, gurih, pakai telur kuningnya, enak banget

Penilaian 8.5/10

- Nama menu *Tenderloin rostinia*, Rp. 190.000

Steaknya enak, *melt in your mouth*, *mashed potatonya creamy*, ini super enak.

Penilaian 9/10

- *Creame Brule*, Rp. 55.000

Superrr enakk, *creamy* manis asem

Penilaian : 9/10

Jadi bisa disimpulkan untuk responden 1 memberikan pada penilaian kualitas makanan yang baik memberikan kisaran rate 8-9,5 pada makanan. Disini juga responden mengungkapkan harganya termasuk yang worth it sesuai dengan kualitas makanan yang didapatkan. Responden juga sangat merekomendasikan orang-orang untuk datang ke *Darjeeling restaurant*.



Gambar 1.



Gambar 2.

Sumber Gambar 1 & 2 : instagram @darjeelinguphill

## 2. Responden 2

Responden ini merupakan seorang perempuan kisaran berumur 23 tahun, memberikan beberapa penilaian kualitas makanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Disini juga responden mengungkapkan sangat suka dengan *desain* dan *furniture* di *Darjeeling restaurant*.

- Ribeye Steak, Rp. 250.000
- Salmon & Yuzu Dressing, Rp. 75.000
- From Malang to Mediterania, Rp. 55.000
- Tiramisu, Rp. 55.000

Dari semua menu diatas responden ini memberikan penilaian yang baik yaitu sangat puas dengan kualitas makanannya, responden mengungkapkan “makanan disini di plating dengan sangat cantik dan menurutku kalo ajak keluarga besar, bawa pasangan dinner atau untuk *treat clien* ini bakal jadi *experience* yang oke sih” ujarnya. Jadi responden ini merekomendasikan *Darjeeling restaurant*. Dan untuk harga terhadap kepuasan pelanggan menurut responden ini masih masuk akal untuk harga dan kualitas karena porsinya yang besar.



Gambar 3.



Gambar 4.

Sumber gambar 3 & 4 : *instagram @darjeelinguphill*

### 3. Responden 3

Responden ini seorang pria kisaran berumur 27 tahun, responden ini memberikan penilaian kualitas makanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

- Roasted Chicken, Rp. 115.000

Empuk banget, sausnya ga terlalu enek, rasanya balance.

Penilaian 8/10

- Pasta With Harissa Sauce, Rp. 75.000

Ngeyangin, enak.

8,5/10

- Soy Lychee, Rp. 55.000

Enak, tapi menurutku aga kemanisan.

8,5/10

Jadi bisa disimpulkan untuk responden 3 ini memberikan pada penilaian kualitas makanan dan harga terhadap konsumen yang baik memberikan kisaran rate 8-8.5 pada makanan. Dan untuk harga responden ini mengungkapkan “harganya kemasuk yang mahal tapi karena sesuai aja sama yang udah didapetin, porsinya pada ngeyangin, cocok buat makan cantik, tempat enak, cocok buat foto-foto wajib dimasukin ke list tempat nongkrong” ujarnya.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari yang telah peneliti peroleh pada *Darjeeling restaurant* disimpulkan bahwa:

1. Darjeeling restaurant yang mengusung tema menarik pada setiap interior, desain tempat yang menarik pada setiap sudut tempatnya membuat daya tarik tersendiri pada *restaurant* ini.
2. Kualitas makanan sangat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan. Karena makanan yang dapat diterima oleh konsumen seperti rasa, tekstur, konsistensi, warna, bentuk, dan ukuran. Makanan enak dan kualitas nya baik membawa peranan penting dalam upaya untuk melebihi kompetitor lain. Jika semakin baik kualitas makanan akan menghadirkan minat beli konsumen yang meningkat.
3. Harga terhadap kepuasan konsumen yang mana setiap individu memiliki penilaian yang berbeda dalam penilaian harga. Jika harga pada suatu produk telah sesuai dengan yang diharapkan maka akan meningkat kepuasan konsumen. Juga sebaliknya jika persepsi harga pada produk tidak mencakup pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan akan menimbulkan ketidakpuasan.
4. Kualitas makanan dan harga juga berperan penting dalam kepuasan pelanggan di Darjeeling dengan menyertai komponen-komponen lain seperti konsumen yang menyukai interior pada setiap sudut tempat *restaurant*.
5. Dalam penelitian yang sudah digali rata-rata responden memberikan nilai yang baik pada setiap makanan yang ada di Darjeeling restaurant, mengungkapkan bahwa kualitas makanan dan harga sesuai dengan yang mereka dapatkan. Para responden juga merekomendasikan orang-orang untuk datang ke Darjeeling restaurant.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alli, 2004. Kualitas makanan. *ANALISIS PENGARUH KUALITAS MAKANAN, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SENDANG PENGILON DI KABUPATEN KLATEN*, p. 5.
- Hotchkiss, P. d., 2012. Kualitas Makanan. *Analisi Pengaruh Harga, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran MCD Di Daerah Jakarta Barat*, p. 20.
- Isnaini, H. P. I. & L. R. D., 2022. Mite Sanghyang Kenit. *Daya Tarik Wisata Alam di Desa Rajamandala Kulon KBB. TOBA (Journal of Tourism, Hospitality, and Destination)*, pp. 1, 64-68.
- juliansyah, n., 2014. metodotologi skripsi mnjh. *abcdrfb iyaa*, Volume 1, p. 6.
- Kanuk, S. &., 2000. Persepsi Konsumen Terhadap Harga. *Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*, p. 2.
- Kotler, P. & A. G., 2012. Principles of Marketing. *New Jersey: Pearson Prentice Hall*.
- Ramanathan Ramakrishnan, Y. D. a. U. R., 2015. "Moderating roles of customer characteristics on the link between service factors and satisfaction in buffet restaurant". *Benchmarking: An international Journal Vol. 23. No.2*, pp. 469-486.
- Sangadji, E. M., 2013. Kepuasan Atau ketidakpuasan pelanggan. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran MCD Di Daerah*, p. 10.
- Sudexo, 2019. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan pelanggan. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran MCD Di Daerah Jakarta Barat*, pp. 10-6.
- Widiastuti, 2006. Fenomena Cafe Society di Bandung. *ANALISIS FAKTOR KEBETAHAN PENGUNJUNG COFFE SHOP MELALUI PENILAIAN KINERJA ELEMEN INTERIOR, STUDI KASUS: KAFE DAN COFFE SHOP DI KAWASAN L.R.E MARTADINANA, BANDUNG*, p. 198.
- Widiastuti, I., 2006. Informality in Urban Space as Identity Creating Image of Bandung as Heaven of Food and Shopping. *International seminar on Urban Culture/ Arte-Polis:* , p. 126.
- Wijaya, W., 2017. Analisa pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Yosinoya Galaxy Mall Surabaya.. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, pp. 581-594.
- Wylie, E. d., 2003. Kualitas Makanan dapat mempengaruhi Konsumen. *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya*, p. 2.
- Zhang Zhang, Z. Z. a. R. L., 2013. Regional effects on customer satisfaction with restaurants. *Volume 25*, p. 5.
- Zhang Zhang, Z. Z. a. R. L., 2013. Regional effects on customer satisfaction with restaurant. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, pp. 705-722.