

# Riset Kepuasan Konsumen UMKM Kuliner Kampung Ujung Labuan Bajo

<sup>1\*</sup>Kristoforus Toni Harjo

<sup>1\*</sup>Program Studi Teknologi Informasi, Politeknik elbajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia,  
toniharjo01@gmail.com

## Abstract

*This research aims to analyze the level of consumer satisfaction in the culinary tourism area of Kampung Ujung, Labuan Bajo, East Nusa Tenggara. Kampung Ujung is a favorite culinary destination for domestic and foreign tourists which continues to grow as tourist visits increase. This research highlights the influence of three main variables, namely environment, price and service quality, on consumer satisfaction. The research method involves collecting data through questionnaires, observation, interviews, and documentation studies, with data analysis using multiple linear regression. The results of the analysis show that environmental variables have a positive but not significant influence on consumer satisfaction, while price variables have a significant negative influence, and service quality has a significant positive influence. The multiple linear regression model used shows that 61% of the variability in consumer satisfaction can be explained by the environment, price and service quality. The conclusions of this research emphasize the importance of improving service quality and wise pricing strategies to increase consumer satisfaction. Regular evaluation of the business environment is also recommended to ensure optimal consumer experience.*

*Keywords: Consumer Satisfaction, Environment, Price, Service Quality, Culinary MSMEs, Labuan Bajo.*

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen di kawasan wisata kuliner Kampung Ujung, Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur. Kampung Ujung merupakan destinasi kuliner favorit bagi wisatawan domestik dan mancanegara yang terus berkembang seiring peningkatan kunjungan wisatawan. Penelitian ini menyoroti pengaruh tiga variabel utama, yaitu lingkungan, harga, dan kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen. Metode penelitian melibatkan pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel lingkungan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara variabel harga memiliki pengaruh negatif signifikan, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan. Model regresi linier berganda yang digunakan menunjukkan sebesar 61% variabilitas kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh lingkungan, harga dan kualitas pelayanan. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga yang bijaksana untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Evaluasi berkala terhadap lingkungan usaha juga disarankan untuk memastikan pengalaman konsumen yang optimal.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Lingkungan, Harga, Kualitas Pelayanan, UMKM Kuliner, Labuan Bajo.

---

## PENDAHULUAN

Salah satu UMKM yang digemari oleh Masyarakat adalah kuliner. Industri kuliner sebagai salah satu industri kreatif memiliki potensi besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Sambah et al., 2020). Dalam industri kuliner, salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah lingkungan fisik. Lingkungan fisik mencakup berbagai elemen di sekitar pekerja, termasuk pencahayaan, warna, kualitas udara, tingkat kebisingan, dan musik, yang semuanya berdampak pada kinerja mereka dalam melaksanakan tugas (Abduh & Syarif, 2022). Lingkungan menjadi aspek penting yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan pelanggan yang berkunjung. Analisis terhadap ketersediaan lingkungan yang berkualitas harus ditelaah sejak awal pendirian usaha.

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Harga yang ditetapkan oleh kuliner kampung ujung tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal tersebut bisa menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah usaha sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Sunardi et al., 2022).

Pada dasarnya kepuasan pelanggan yaitu suatu keadaan dimana keinginan, kebutuhan dan asa pelanggan bisa terpenuhi barang atau pun jasa yang dikonsumsi. yaitu, bila asa konsumen melebihi dari apa yang di harapkannya, maka konsumen akan merasa puas. Kualitas pelayanan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan fungsionalitas, keamanan, kenyamanan dan kebersihan fasilitas sehingga pelanggan dapat menggunakannya dengan nyaman (Sunardi et al., 2022).

Labuan Bajo Salah satu daerah dengan pertumbuhan UMKM kuliner yang pesat dan sebagai gerbang menuju Taman Nasional Komodo yang merupakan salah satu tujuan wisata utama di Indonesia, kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo terus meningkat rata-rata 17,2% per tahun dalam 5 tahun terakhir berdasarkan data Dinas Pariwisata setempat. Peningkatan jumlah wisatawan mancanegara mencapai 25,5% per tahun, sementara wisatawan domestik tumbuh 12,4% per tahun. Berdasarkan survei Bank Indonesia, hal ini turut mendorong pertumbuhan UMKM di kota ini rata-rata 10,3% per tahun, khususnya UMKM bidang kuliner dan cinderamata yang meningkat 32,8% per tahun. Beberapa data tersebut harus diimbangi dengan kualitas UMKM yang ditawarkan kepada para wisatawan yang mempunyai beragam preferensi.

Tujuan Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di Wisata Kuliner Kampung Ujung yang merupakan kawasan kuliner UMKM makanan lokal di tepi pantai Labuan Bajo. Tempat ini menjadi destinasi favorit wisatawan domestik dan mancanegara untuk mencicipi aneka hidangan setelah berwisata. Melihat animo wisatawan yang tinggi, pemerintah melalui DISNAKER terus mendorong UMKM kuliner di Kampung Ujung untuk meningkatkan kualitas pelayanan mulai dari kebersihan, konsistensi rasa masakan, hingga keramahan dan ketanggapan melayani tamu. Penelitian ini sangat penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM di Labuan Bajo. Dengan penelitian ini

diharapkan menjadi referensi bagi pelaku UMKM, Nakertranskop UMKM Kabupaten Manggarai Barat sebagai bahan evaluasi dan landasan dalam peningkatan kinerja UMKM.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Lingkungan**

Lingkungan merupakan tempat usaha yang memegang peranan penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Lingkungan tempat usaha yang nyaman, bersih, dan menarik secara visual dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2013). Dalam dunia industri, lingkungan fisik dapat berberpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seorang konsumen akan mengubah perilaku ketika lingkungan memicu emosi positif konsumen (Sambah et al., 2020). Penelitian terdahulu menemukan bahwa lingkungan fisik sebuah restoran mempengaruhi kepuasan konsumen (Kamalul Ariffin, et al., 2018). Selain itu lingkungan yang kondusif, seperti suasana yang tenang, pencahayaan yang baik, dan tata letak yang nyaman, dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena menciptakan pengalaman yang menyenangkan (Kirmani, Amna, 2013). Indikator pengukuran Lingkungan adalah Kebersihan, Kenyamanan, dan Keamanan.

### **Harga**

Harga merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa (Renaningtyas, A. R., et al 2022). Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan agar dapat menciptakan kepuasan konsumen. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas ketika harga yang dibayarkan sesuai dengan nilai yang diterima (Malik, W. A., & Javed, 2021). Indikator Pengukuran Harga adalah Keterjangkauan dan Kesesuaian dengan kualitas.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas merupakan tingkat baik buruknya pelayanan, apakah dapat memenuhi harapan wisatawan atau tidak (Ibrahim, Malik, 2019). Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen (Solimun dan Fernandes, 2018). Kualitas pelayanan terdiri dari beberapa indikator yaitu Tangible (dapat dirasakan), Reability (kehandalan), Responsiveness (ketanggapan), Assurance (jaminan), dan Emphaty (empati) (Ratnawati, et al., 2020).

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen menjadi konsep penting dalam pemasaran dan bisnis. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas. (Kotler, P., & Keller, 2016).

Tingkat kepuasan konsumen diawali oleh terpenuhinya ekspektasi atau harapan konsumen akan tingkat kualitas produk atau jasa yang telah dibeli (Wahyuningtya et al., 2024). Jika kinerja sesuai harapan, konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan merasa lebih puas. Kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Konsumen akan merasa puas jika harapan mereka terpenuhi atau terlampaui (Kusumasondjaja, et al., 2019).

## METODE

Penelitian ini berlokasi di Kampung Ujung, Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur, sebuah destinasi wisata kuliner yang menarik dengan berbagai warung makan dan restoran kecil yang menyajikan kuliner khas lokal. Alasan memilih lokasi ini adalah karena Kampung Ujung merupakan pusat kuliner yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo, menawarkan suasana unik dengan pemandangan laut yang indah, dan menyajikan ragam makanan dengan harga terjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti kepuasan konsumen kuliner UMKM di Kampung Ujung. Data akan dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, dengan sumber data primer dari konsumen dan pemilik UMKM, serta data sekunder dari literatur dan dokumen terkait.

Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis untuk data kuantitatif, serta reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk data kualitatif. Validasi data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, triangulasi, member checking, dan expert opinion. Penentuan sampel menggunakan purposive sampling dan accidental sampling dengan rumus Slovin, memastikan representativitas populasi konsumen kuliner UMKM di Kampung Ujung.

## HASIL DAN DISKUSI

### Uji instrument

Uji instrumen adalah proses pengujian untuk memastikan bahwa alat atau instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data dapat diandalkan, valid, dan konsisten dalam mengukur variabel penelitian ini. Berikut adalah uji validitas instrumen:

**Tabel 1. Uji Validitas Instrumen**

Item	r hitung	r tabel	Ket
X1.1	.645**	0.1986	Valid
X1.2	.727**	0.1986	Valid
X1.3	.669**	0.1986	Valid
X1.4	.796**	0.1986	Valid
X1.5	.815**	0.1986	Valid
X2.1	.762**	0.1986	Valid
X2.2	.837**	0.1986	Valid
X2.3	.687**	0.1986	Valid
X2.4	.789**	0.1986	Valid
X2.5	.730**	0.1986	Valid
Y1	.847**	0.1986	Valid
Y2	.914**	0.1986	Valid
Y3	.894**	0.1986	Valid

Sumber: Olah Data, 2024

Berdasarkan hasil pengujian, semua indikator dalam variabel X1, X2, dan Y menunjukkan validitas yang tinggi. Nilai r hitung dari setiap indikator, yang

berkisar antara 0.645 hingga 0.914, semuanya melebihi nilai r tabel sebesar 0.1986. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item yang diuji adalah valid. Dengan demikian, seluruh item dalam tabel dapat digunakan dalam mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 2. Uji Reliabilitas Instrumen**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.646	4

Sumber: Pengelolaan Data, 2024

Dari uji reliabel tersebut ditemukan bahwa Nilai cronbach's Alpha yang dihasilkan juga menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,60 yang menunjukkan bahwa instrumen dalam penelitian ini reliabel.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian asumsi klasik, yang meliputi uji normalitas menggunakan plot P dan uji heteroskedastisitas melalui scatterplot, menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut. Ini menegaskan bahwa data telah memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan untuk menjalankan analisis regresi linier berganda. Dengan demikian, dapat dilakukan interpretasi hasil regresi linier berganda dengan keyakinan bahwa penggunaan model regresi tersebut sesuai dan dapat diandalkan.

**Tabel 3. Hasil Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	16.090	.788	
	Lingkungan (X <sub>1</sub> )	0.142	0.077	0.156
	Harga (X <sub>2</sub> )	-0.341	0.043	-0.593
	Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	0.246	0.076	0.201

Sumber: Olah Data, 2024

Berdasarkan analisis data menggunakan program SPSS 25, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = 16.090 + 0.142 X_1 + -0.341 X_2 + 0,246 X_3 + 0,05$$

Analisis regresi linier berganda yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub>). Dari tabel koefisien yang disediakan, kita dapat melihat bahwa Variabel lingkungan (X<sub>1</sub>) memiliki koefisien positif sebesar 0.142, menunjukkan bahwa Variabel lingkungan (X<sub>1</sub>) memiliki koefisien positif sebesar 0.142, menunjukkan bahwa ketika nilai variabel lingkungan meningkat satu unit, nilai variabel dependen (Y) cenderung naik sebesar 0.142 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan mempunyai kontribusi positif dalam dalam peningkatan kualitas UMKM di kampung ujung, Labuan bajo. Kualitas lingkungan yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung ke UMKM kuliner kampung ujung sebesar 14,2%.

Variabel harga (X2) memiliki koefisien negatif sebesar -0.341, yang menandakan bahwa ketika nilai variabel harga meningkat satu unit, nilai variabel dependen (Y) cenderung turun sebesar 0.341 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga produk yang di tawarkan mempunyai kendali atas kepuasan konsumen yang yang berkunjung. Ketika harga produk mengalami keanikan maka tidak kepuasan konsumen mengalami penurunan sebesar 34,1%

Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki koefisien positif sebesar 0.246, menunjukkan bahwa kenaikan satu unit dalam kualitas pelayanan berhubungan dengan peningkatan sebesar 0.246 satuan dalam variabel dependen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 24,6%.

Selain itu, nilai konstanta (a) adalah 16.090. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Y (variabel dependen) dijelaskan oleh variabel independen X1, X2, dan X3, dengan nilai kesalahan (e). Ini adalah model yang dapat digunakan untuk memprediksi nilai Y berdasarkan nilai-nilai variabel independen yang diberikan.

### Uji F

Uji F uji analisis varians (ANOVA) digunakan untuk membandingkan rata-rata dari tiga variable tersebut. Hasil dari uji F dapat membantu dalam menentukan apakah perbedaan-perbedaan ini muncul secara kebetulan atau apakah mereka mencerminkan perbedaan yang nyata di antara variable-variabel tersebut. Berikut adalah hasil uji F:

Tabel 4. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	359.434	3	119.811	50.050	.000 <sup>b</sup>
	Residual	229.806	96	2.394		
	Total	589.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X4), Harga (X2), Lingkungan (X1)

Sumber: Olah Data, 2024

Berdasarkan analisis koefisien determinasi dari tabel tersebut, model regresi linier berganda yang melibatkan variabel Lingkungan (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X4) menunjukkan kemampuan yang signifikan dalam menjelaskan variabilitas Kepuasan Konsumen. Dengan Regression Sum of Squares (SSR) sebesar 359.434 dan Residual Sum of Squares (SSE) sebesar 229.806, total variabilitas (SST) dalam data adalah 589.240.

Derajat kebebasan untuk regresi adalah 3, sementara untuk residual adalah 96. Mean Square untuk regresi adalah 119.811 dan untuk residual adalah 2.394. F-statistik sebesar 50.050 dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0.000 menunjukkan bahwa model secara keseluruhan signifikan pada tingkat signifikansi 0.05. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.610 mengindikasikan bahwa sekitar 61% dari variabilitas dalam Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model, menunjukkan bahwa model ini memiliki kemampuan prediktif yang baik dan relevan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

## Koefisien Determinasi

**Tabel 5. Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.610	.598	1.547

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X4), Harga (X2), Lingkungan (X1)

Sumber: Olah Data, 2024

Model regresi linier berganda yang terdiri dari tiga variabel yaitu Lingkungan (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X4) menunjukkan kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variabilitas Kepuasan Konsumen. Nilai R Square sebesar 0.610 menggambarkan bahwa sekitar 61% dari variabilitas Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh model ini. Hal ini menunjukkan bahwa model ini memiliki kemampuan prediktif yang baik. Sementara itu, Adjusted R Square yang sedikit lebih rendah, yaitu 0.598, memberikan gambaran yang lebih realistis tentang kemampuan model setelah memperhitungkan jumlah prediktor dan ukuran sampel. Adjusted R<sup>2</sup> sering digunakan untuk mencegah overfitting dengan penalti terhadap penambahan variabel yang tidak signifikan. Nilai Adjusted R<sup>2</sup> yang mendekati R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model cukup relevan dan signifikan. Standar error estimasi sebesar 1.547 menunjukkan bahwa prediksi yang dihasilkan oleh model ini cukup akurat, meskipun tidak sempurna.

Nilai standar error ini memberikan informasi tentang seberapa jauh data yang diamati cenderung berada dari garis regresi yang diprediksi. Secara keseluruhan, model ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang dipilih adalah prediktor yang signifikan dan relevan untuk Kepuasan Konsumen. Ini menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun dapat diandalkan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

## Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah ukuran statistik yang menggambarkan kekuatan dan arah hubungan antara dua variable.

**Tabel 6. Uji Koefisien Korelasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.610	.598	1.547

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X4), Harga (X2), Lingkungan (X1)

Sumber: Olah Data, 2024

Lingkungan (X1) Koefisien regresi unstandardized sebesar 0.142, koefisien standardized (Beta) 0.156, Nilai t sebesar 1.843, Nilai p sebesar 0.068 (tidak signifikan pada tingkat 0.05). Lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, namun pengaruh ini tidak signifikan secara statistik. Ini berarti bahwa meskipun peningkatan dalam aspek lingkungan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, efeknya tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan. Oleh karena itu, kuliner UMKM kampung ujung sebaiknya lebih fokus pada variabel lain yang memiliki pengaruh signifikan.

Harga (X2) Koefisien regresi unstandardized sebesar -0.341, Koefisien standardized (Beta) sebesar -0.593 Nilai t sebesar -7.980, Nilai p sebesar 0.000

(sangat signifikan). Harga memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap Kepuasan Konsumen. Ini berarti setiap peningkatan satu unit dalam variabel Harga akan menyebabkan penurunan Kepuasan Konsumen sebesar 34,1%. Kenaikan harga cenderung menurunkan kepuasan konsumen, sehingga kuliner UMKM kampung ujung perlu mengelola strategi penetapan harga dengan hati-hati, seperti melalui diskon, promosi, atau penawaran nilai tambah, untuk memastikan bahwa konsumen merasa mendapatkan nilai yang sesuai dengan uang yang mereka bayarkan.

Kualitas Pelayanan (X3) Koefisien regresi unstandardized sebesar 0.246, koefisien standardized (Beta): 0.201 Nilai t sebesar 2.669 Nilai p: 0.009 (signifikan). Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen. Setiap peningkatan satu unit dalam variabel Kualitas Pelayanan akan mengakibatkan peningkatan Kepuasan Konsumen sebesar 24,6%.

Peningkatan dalam kualitas pelayanan berhubungan dengan peningkatan kepuasan konsumen, yang mungkin disebabkan oleh persepsi konsumen terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, kuliner UMKM kampung ujung harus meningkatkan atau mempertahankan standar kualitas layanan yang tinggi, misalnya melalui pelatihan karyawan, perbaikan proses layanan, atau peningkatan responsif terhadap kebutuhan konsumen, untuk memastikan bahwa konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pelaku UMKM.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel Lingkungan (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang berbeda terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Variabel Lingkungan menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik, sementara Harga memiliki pengaruh negatif yang signifikan, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Dengan demikian, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk lebih fokus pada peningkatan kualitas layanan dan penyesuaian harga guna meningkatkan kepuasan konsumen, sementara aspek lingkungan mungkin memerlukan evaluasi lebih lanjut untuk memahami dampaknya secara menyeluruh.

Dalam konteks pengelolaan kepuasan konsumen, saran yang diberikan adalah untuk mengambil langkah-langkah yang lebih proaktif dalam memperbaiki kualitas layanan dan strategi penetapan harga. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan dengan menyediakan pelatihan kepada karyawan, memperbaiki proses layanan, dan meningkatkan responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Selain itu, strategi penetapan harga yang lebih bijaksana, seperti memberikan diskon atau promosi yang relevan, dapat membantu meningkatkan persepsi nilai konsumen dan, akhirnya, meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Evaluasi berkala terhadap lingkungan sekitar juga penting untuk memastikan bahwa faktor-faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi pengalaman konsumen juga diperhatikan. Dengan demikian, pengambilan

keputusan berdasarkan analisis regresi ini dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas layanan dan strategi harga mereka guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ibrahim, Malik, and S. M. T. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.* " *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT.*
- Kamalul Ariffin, Shaizatulaqma, Thenmoli Mohan, and Y.-N. G. (2018). *Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention.* " *Journal of research in Interactive Marketing.*
- Kirmani, Amna, and V. Z. (2013). No Title. *Advertising, Perceived Quality, and Brand Image.* " *Brand Equity & Advertising. Psychology Press.*
- Kusumasondjaja, Sony, and F. T. (2019). *Endorsement and visual complexity in food advertising on Instagram.*
- Malik, W. A., & Javed, S. (2021). No Title. *Biochemical Characterization of Cellulase from Bacillus Subtilis Strain and Its Effect on Digestibility and Structural Modifications of Lignocellulose Rich Biomass.*
- Nurfitriana, E., Apriliah, W., Ferliyanti, H., Basri, H., & Ratnawati, R. (2020). *Implementasi Model Waterfall Dalam Sistem Informasi Akuntansi Piutang Jasa Penyewaan Kendaraan Pada Pt. Tricipta Swadaya Karawang.*
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen).* *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi.*
- Sambah, A. B., Oktavia, T. D., Kusuma, D. W., Iranawati, F., Hidayati, N., & Wijaya, A. (2020). Oceanographic variability and its influence on pelagic fish catch in the Bali Strait. *Berkala Penelitian Hayati, 26(1)*
- Sunardi, O., Suchyadi, Y., & Suhardi, E. (2022). *the Use of Multimedia As an Effort To Improve Elementary Teacher Comprehension Ability and Creative Thinking Skills in Following Science Study Courses.*
- Wahyuningtyas, D. P., & Noer, R. K. P. (2024). *Relevansi Permainan Tradisional dalam Film Squid Game Terhadap Perilaku Sosial Anak Usia Dini.* *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan,*