



Consumer Perception of Food Quality and Price at New Dewata Cafe Jimbaran Bali Restaurant

I Made Bayu Parandita^{1*}, I Nyoman Sukana Sabudi², Ida Ayu Kalpikawati³
Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: I Made Bayu Parandita madebayu2312@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Consumer Perception, Food Quality, Food Price

Received : 15, April

Revised : 02, May

Accepted : 15, June

©2025 Parandita, Sabudi, Kalpikawati
: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This study aim to describe consumer perceptions of food quality at New Dewata Cafe, Jimbaran, Bali. The data collection methods included questionnaires, direct observations, document analysis, and in depth interviews. The data were analyzed using a quantitative descriptive approach. The results showed that the majority of respondents strongly agree that the café's food quality is considered good, with the highest score appearing in the food price variable, while the lowest score was recorded in the food color variable. These result highlight the importance of improving the visual aspects of food presentation to enhance consumer appeal and maintain competitive advantage.

Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Makanan Di Restoran New Dewata Cafe Jimbaran Bali

I Made Bayu Parandita^{1*}, I Nyoman Sukana Sabudi², Ida Ayu Kalpikawati³
Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: I Made Bayu Parandita madebayu2312@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Kualitas Makanan, Harga Makanan.

Received : 15, April

Revised : 05, Mei

Accepted : 15, Juni

©2025 Parandita, Sabudi, Kalpikawati
: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap kualitas makanan di New Dewata Cafe, Jimbaran, Bali. Data di peroleh melalui metode kuesioner, observasi, langsung, pencatatan dokumen, serta wawancara secara mendalam. Data dianalisis dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Temuan menunjukkan mayoritas responden sangat setuju bahwa kualitas makanan café tergolong baik, skor tertinggi muncul pada variabel harga makanan, sedangkan skor terendah pada variabel warna makanan. Hasil ini menandakan pentingnya peningkatan aspek visual sajian makanan guna memperkuat daya tarik konsumen dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

PENDAHULUAN

Bali, sebagai destinasi pariwisata kelas dunia, tidak hanya memikat dengan pesona alamnya, tetapi juga menawarkan keunikan budaya kuliner yang menjadi daya Tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Makanan tradisional seperti babi guling, lawar, dan sate lilit telah menjadi ikon gastronomi Bali yang memperkuat citra daerah sebagai tujuan wisata berbasis budaya (Maria Lydia Da Silva et al., 2024)

Seiring dengan berkembangnya tren wisata gastronomi, peran restoran menjadi semakin strategis, tidak hanya sebagai tempat makan, melainkan sebagai ruang untuk merasakan dan memahami budaya lokal melalui makanan. Restoran dengan konsep makanan khas daerah yang memanfaatkan bahan lokal segar memiliki potensi besar untuk memperkuat daya saing pariwisata daerah serta mendukung perekonomian lokal. Contoh nyata dari fenomena ini dapat dilihat dari meningkatnya popularitas makanan laut (*seafood*), yang menjadi komoditas unggulan Bali berkat letak geografis dan kekayaan hasil lautnya (Wiwik Nirmala Sari1, 2023).

Seafood tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan nutrisi, tetapi juga menghadirkan pengalaman kuliner otentik yang sulit ditemukan di tempat lain (Widianarko & Hantoro, 2019). Di tengah kondisi ini, New Dewata Café yang berlokasi di Pantai Kedonganan Jimbaran Bali, tampil sebagai restoran *seafood* yang tidak hanya menyajikan makanan laut segar, tetapi juga memadukan konsep warung tradisional dengan sentuhan modern, menjadikannya destinasi kuliner yang diminati oleh berbagai kalangan

Dengan pengunjung harian yang tinggi dan variasi menu yang beragam, restoran ini menjadi kasus menarik untuk diteliti, khususnya dalam konteks persepsi konsumen terhadap kualitas dan harga makanan yang ditawarkan. Seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan aspek kebersihan dan keamanan pangan dalam memilih tempat makan, maka persepsi konsumen terhadap kualitas makanan menjadi semakin kompleks (Padmaningrum et al., 2023), meskipun penelitian ini difokuskan pada dimensi rasa dan harga makanan yang ditawarkan.

Makalah ini berkontribusi pada pengayaan pengetahuan melalui pengamatan langsung terhadap *niche sample*, yakni wisatawan dan konsumen lokal yang memilih New Dewata Café dibandingkan restoran lain di kawasan yang sama, serta menyajikan temuan awal yang dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dalam konteks wisata gastronomi lokal. Sehubungan dengan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas makanan dan harga yang ditawarkan oleh New Dewata Café serta bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih restoran ini sebagai tujuan kuliner.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Persepsi Konsumen

Persepsi adalah suatu proses yang diawali, saat individu menerima rangsangan melalui alat reseptor berupa pancaindera. Pancaindera berfungsi sebagai perantara antara individu dengan lingkungan eksternalnya. Rangsangan yang diterima oleh indera kemudian diorganisir dan diinterpretasikan, sehingga individu dapat memahami dan menyadari makna dari apa yang telah diterimanya melalui penginderaan tersebut (Hakim et al., 2021).

Hasil penelitian (Ngurah et al., 2023) menyatakan kualitas makanan terbukti menjadi faktor dominan yang mempengaruhi konsumen dalam memilih restoran. Dalam studi tersebut, kualitas makanan memiliki nilai eigenvalue tertinggi yaitu 4.156 dibandingkan dengan faktor lainnya, seperti atmosfer restoran, harga, kualitas pelayanan, menu, kenyamanan, dan lokasi. Temuan ini menguatkan bahwa persepsi positif konsumen terhadap kualitas makanan, yang mencakup aspek rasa, kesegaran, tampilan, dan aroma sangat menentukan keputusan mereka dalam memilih restoran. Hal ini juga diungkapkan oleh (Eka Pratiwi & Isa, 2024) bahwa Kualitas makanan yang mencakup rasa, tampilan visual, kebersihan, dan harga yang sesuai akan meningkatkan kepuasan konsumen dan kecenderungan konsumen untuk kembali. Kondisi ini mencerminkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas dan harga makanan menjadi dua indikator penting dalam preferensi konsumen terhadap sebuah restoran.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas dan harga makanan di New Dewata Café, Jimbaran Bali. Menurut (Sugiyono, 2022) pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena atau gejala dengan cara mengumpulkan data numerik dan menganalisisnya secara statistik. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, observasi, wawancara dan dokumentasi.

Responden adalah pengunjung New Dewata Café yang dipilih menggunakan accidental sampling. Jumlah sampel adalah 96 responden ditentukan dengan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10 %. Menurut (Stephanie, 2012) Rumus Slovin dapat digunakan jika populasi diketahui dengan margin error tertentu. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen yang berkunjung ke New Dewata Café sepanjang bulan Januari-Maret 2025 berjumlah sekitar 2700 orang. Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert 1-5, mencakup dua variabel utama yaitu kualitas makanan meliputi rasa, tampilan, aroma, kesegaran dan nilai gizi serta variabel harga meliputi kesesuaian harga dengan porsi dan kualitas makanan serta keterjangkauan. Skala Likert juga digunakan dalam penelitian (Sukarsa et al., 2022) yang menganalisis persepsi konsumen terhadap harga dan kualitas makanan di restoran cepat saji. Penggunaan skala ini dinilai relevan untuk menggambarkan sikap responden secara kuantitatif.

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan ditampilkan dalam bentuk tabel untuk mendeskripsikan kecenderungan persepsi konsumen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di New Dewata Café yang berlokasi di Jalan Pantai Kedonganan, Jimbaran, Bali. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa tempat tersebut merupakan salah satu destinasi kuliner laut yang terkenal dan pemandangan tepi pantai yang memikat. Pendekatan penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner yang dibagikan kepada konsumen di restoran tersebut.

Langkah awal penelitian diawali dengan observasi lapangan dan dokumentasi untuk memahami objek penelitian secara menyeluruh. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa New Dewata Café Jimbaran Bali menyajikan dua jenis pilihan menu, yaitu menu *a'la carte* dan menu paket (*table d'hote*). Sajian utama berupa ikan bakar, udang, cumi, kerang, dan lobster yang diolah segar dan disajikan dengan sambal khas Bali serta pelengkap seperti plecing kangkung dan nasi putih. Penyajian makanan cenderung sederhana namun dalam porsi besar, dengan dominasi cita rasa pedas dan aroma khas dari bumbu bakaran yang menggugah selera. Dari segi harga, café ini menawarkan harga yang cukup terjangkau dengan pilihan paket yang mengakomodasi berbagai kebutuhan konsumen, dari individu hingga grup besar.

Setelah tahap observasi selesai dilakukan, peneliti merancang dan membagikan kuesioner kepada responden sebagai alat pengumpulan data. Instrumen disusun berdasarkan lima indikator utama dan menggunakan skala Likert dengan lima pilihan, yang terdiri dari: sangat tidak sesuai, tidak sesuai, cukup, sesuai, dan sangat sesuai. Data yang terkumpul dari kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan skala Likert.

Setiap interval menggambarkan tingkat kesetujuan responden terhadap pernyataan-pernyataan mengenai kualitas makanan di New Dewata Café. Apabila skor rata-rata berada pada rentang nilai 1,00 hingga 1,80, maka hal tersebut mengindikasikan bahwa responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Skor dalam interval 1,81-2,60 mengindikasikan bahwa responden tidak setuju. Skor 2,61-3,40 menunjukkan bahwa responden cukup setuju, artinya mereka berada dalam posisi netral atau tidak memiliki pendapat yang kuat. Selanjutnya, skor 3,41-4,20 berarti responden setuju, yang menunjukkan bahwa mereka merasa puas terhadap aspek yang dinilai. Sementara itu, skor tertinggi dalam interval 4,21-5,00 menunjukkan bahwa responden sangat setuju, yang berarti mereka sangat puas dengan kualitas makanan dan pelayanan yang diberikan oleh New Dewata Café.

Tabel 1. Interval Kelas Hasil Rekapitulasi

Presentase	Interval Kelas
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju

1,81 - 2,60	Tidak Setuju
2,61 - 3,40	Cukup Setuju
3,41 - 4,20	Setuju
4,20 - 5,00	Sangat Setuju

Tabel. 2 Tabulasi Frekuensi Kuesioner Persepsi Kualitas Makanan

NO	VARIABEL	PERSEPSI					TOTAL	Rata-rata	Keterangan
		1	2	3	4	5			
1	Seberapa sesuai tampilan makanan ini dengan harapan atau ekspektasi Anda?	2	2	6	252	140	402	4,18	Setuju
2	Apakah warna makanan ini terlihat menggugah selera?	1	4	9	248	125	387	4,03	Setuju
3	Bagaimana aroma makanan ini saat pertama kali Anda cium?	1	2	12	224	170	409	4,26	Sangat Setuju
4	Apakah aroma makanan ini sesuai dengan ekspektasi Anda?	1	2	3	248	155	409	4,26	Sangat Setuju
5	Seberapa puas Anda dengan rasa makanan ini?	1	0	9	244	155	409	4,26	Sangat Setuju
6	Bagaimana tekstur makanan ini saat dikunyah?	2	0	18	240	140	400	4,16	Setuju
7	Apakah tekstur makanan ini sesuai dengan jenis makanan yang seharusnya?	1	0	12	244	145	402	4,18	Setuju
8	Bagaimana ukuran makanan ini menurut Anda?	0	4	12	224	166	406	4,23	Sangat Setuju
	Apakah								

9	makanan ini mengandung keseimbangan yang baik antara karbohidrat, protein, lemak, dan mikronutrien (vitamin dan mineral) yang dibutuhkan tubuh?	0	6	12	240	145	403	4,20	Sangat Setuju
10	Menurut Anda, apakah harga makanan ini sesuai dengan kualitasnya?	0	4	12	240	154	410	4,27	Sangat setuju
Nilai Rata-Rata								4,20	Sangat setuju

Sumber : hasil Penelitian, 2025

Tabel 2 menyajikan hasil penilaian responden terhadap sepuluh variabel persepsi mengenai kualitas makanan, yang diukur menggunakan skala Likert (1= Sangat Tidak Setuju hingga 5= Sangat Setuju). Setiap variabel menunjukkan jumlah responden pada masing-masing tingkat penilaian, total responden, nilai rata-rata, dan kategorisasi berdasarkan nilai tersebut.

- 1) Mayoritas responden menilai bahwa tampilan makanan telah memenuhi harapan atau ekspektasi mereka, sebagaimana tercermin dari skor rata-rata dengan nilai 4,18 yang berada dalam kategori "Setuju".
- 2) Responden menilai bahwa warna makanan cukup mampu membangkitkan selera, sebagaimana ditunjukkan oleh skor rata-rata sebesar 4,03 yang mengindikasikan daya tarik visual makanan sudah tergolong baik.
- 3) Aroma makanan saat pertama kali dicium memperoleh tanggapan yang sangat positif dari responden, dengan skor rata-rata 4,26 dan masuk dalam kategori "Sangat Setuju", yang menandakan bahwa aroma menjadi salah satu keunggulan produk ini.
- 4) Sebagian besar responden menyatakan bahwa aroma makanan telah sesuai dengan harapan mereka, yang tercermin dari nilai rata-rata yaitu 4,26, termasuk dalam kategori "Sangat Setuju".
- 5) Responden memberikan penilaian yang sangat memuaskan terhadap cita rasa makanan yang disajikan, dibuktikan dengan skor rata-rata sebesar 4,26, yang mengindikasikan bahwa rasa merupakan salah satu aspek yang menonjol dari produk ini.
- 6) Tekstur makanan saat dikunyah dinilai cukup baik oleh responden, dengan nilai rata-rata 4,16, yang mencerminkan kenyamanan dan kesesuaian tekstur saat dikonsumsi.
- 7) Responden merasa tekstur makanan sudah sesuai dengan karakteristik jenis makanannya, sebagaimana terlihat dari skor rata-rata 4,18 termasuk dalam kategori "Setuju".

- 8) Ukuran atau porsi makanan dinilai sangat sesuai oleh para responden, dengan skor tertinggi yaitu 4,23 yang menunjukkan bahwa porsi makanan sangat memuaskan.
- 9) Mayoritas responden menilai bahwa makanan ini memiliki kandungan gizi yang seimbang, ditunjukkan oleh skor rata-rata sebesar 4,20, menunjukkan kesadaran akan pentingnya kandungan nutrisi.
- 10) Harga makanan dinilai sesuai dengan kualitas oleh para responden, dengan nilai rata-rata 4,27, menunjukkan bahwa konsumen merasa mendapat nilai yang sepadan dengan apa yang dibayar.

Secara umum, rata-rata nilai pada setiap variabel berada pada kisaran 4,03 hingga 4,27, yang berarti seluruh aspek makanan dinilai positif oleh responden. Variabel dengan nilai tertinggi adalah "Harga makanan" dengan rata-rata 4,27, diikuti oleh "Aroma makanan saat pertama kali dicium," "Aroma sesuai ekspektasi," dan "Kepuasan terhadap rasa makanan," masing-masing dengan nilai 4,26 dan masuk dalam kategori "Sangat Setuju." Sementara itu, nilai terendah terdapat pada variabel "Warna makanan menggugah selera," dengan skor rata-rata sebesar 4,03, namun tetap berada dalam kategori "Setuju."

Temuan ini memperkuat hasil studi sebelumnya dari Ngurah et al (2023) yang menyatakan bahwa kualitas makanan, terutama rasa dan aroma, merupakan faktor dominan dalam keputusan memilih restoran. Selain itu, skor tinggi pada indikator harga menunjukkan bahwa konsumen merasa nilai yang diperoleh sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, mendukung penelitian oleh Eka Pratiwi & Isa (2024). Kombinasi sajian khas, porsi besar, dan cita rasa otentik menjadikan New Dewata Café sebagai contoh restoran lokal yang berhasil memadukan kualitas makanan dengan nilai ekonomis dan pengalaman kuliner yang kuat.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, konsumen menilai bahwa kualitas makanan di Restoran New Dewata Café, Jimbaran Bali berada pada kategori sangat baik. Penilaian ini tercermin dari nilai rata-rata kuesioner sebesar 4,20, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tingkat persetujuan yang tinggi. Aspek rasa, aroma, dan proporsi merupakan indikator yang paling berpengaruh dalam membentuk persepsi positif tersebut. Sementara itu tampilan visual, warna, dan tekstur makanan juga mendapat penilaian tinggi dari konsumen. Selain itu, kandungan nutrisi serta kesesuaian antara harga dan kualitas semakin memperkuat citra positif produk di mata konsumen. Temuan ini secara langsung menjawab pertanyaan penelitian, sekaligus mengonfirmasi bahwa New Dewata Café, berhasil memberikan pengalaman bersantap yang memiliki daya saing, terutama di lokasi wisata strategis seperti Jimbaran.

Sebagai tindak lanjut dari temuan ini, pihak pengelola New Dewata Café disarankan untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan elemen-elemen penting seperti cita rasa makanan, kesegaran aroma, serta porsi makanan yang sesuai, karena hal-hal tersebut terbukti menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Selain itu, perhatian terhadap keseimbangan nutrisi dan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas sajian perlu terus diperhatikan sebagai bagian

komitmen terhadap kepuasan dan kesehatan pelanggan. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi strategis untuk pengembangan promosi dan inovasi menu, sehingga restoran dapat memperkuat posisi di tengah persaingan bisnis kuliner di kawasan wisata.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini berfokus pada persepsi konsumen dari segi kualitas dan harga makanan, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar aspek kebersihan dan keamanan makanan juga dianalisis mengingat semakin meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kualitas makanan (Padmaningrum et al., 2023).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak manajemen New Dewata Cafe Jimbaran Bali serta para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Terima kasih juga kepada dosen pembimbing dan keluarga atas dukungan serta motivasi yang diberikan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Eka Pratiwi, A., & Isa, M. (2024). Pengaruh Keamanan Makanan, Kesadaran Kesehatan, Sertifikasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 123–138. <https://doi.org/10.32534/jv.v19i1.5068>
- Hakim, F. B., Yunita, P. E., Supriyadi, D., Isbaya, I., & Ramly, A. T. (2021). Persepsi, Pengambilan Keputusan, Konsep diri dan Value. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 1(3). <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v1i3.3972>
- Maria Lydia Da Silva, Yesarela Pandu Mau, & I Wayan Rediyasa. (2024). Kuliner Lokal Bali sebagai Daya Tarik Wisata: Pengembangan di Candi Tebing Tegallingah, Gianyar Bali. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(12), 6531–6537. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i12.5320>
- Ngurah, I. G., Putra, H., Ariani, N. M., Sulistyawati, A. S., Studi, P., Pariwisata, D. I. V., Pariwisata, F., Udayana, U., No, J. R. G., Pos, K., & Fax, T. (2023). *Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memilih the links restaurant , new kuta golf , badung - bali*. 7(1), 20–38.
- Padmaningrum, D., Fauza, G., Karunia, A. R., Juego, B., Nursiwi, A., Ariviani, S., & Prasetyo, H. (2023). Does Food Safety Knowledge Influence Customer Expectation and Perception on Restaurant's Quality Attributes? *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 16(2), 144. <https://doi.org/10.20961/jthp.v16i2.74733>
- Stephanie. (2012). Slovin's Formula: What is it and When do I use it? - Statistics How To. In *May 14, 2012*.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. R&D Bandung, Alfabeta.

Sukarsa, A., Phina, D., Anggraini, D. R., Jaya Nugraha, J., Rivansky, K. A., & Ardianto, E. (2022). The Effect of Price and Perceived Quality Dimensions on Customer Satisfaction. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 5(1), 55–65. <https://doi.org/10.21632/perwira.5.1.55-65>

Widianarko, B., & Hantoro, I. (2019). Mikroplastik dalam Seafood dari Pantai Utara Jawa. In *Chemosphere* (Vol. 228).

Wiwik Nirmala Sari¹, P. G. M. (2023). Wisata Gastronomi: Mengenal Budaya Dan Sejarah Melalui Makanan Lokal 'Sate Rembiga' Di Mataram. *Media Bina Ilmiah*, 17(9), 1–22. <http://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/354>