



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 1079-1088

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Kajian Kepuasan Pelanggan pada Seblak di Pulau Jawa

Deka Satria¹, Sofri Editia Pratama²

Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

* Corresponding author: e-mail: dekasatria33@gmail.com

| INFO ARTIKEL | ABSTRAK |
|--|---|
| <p>Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024</p> | <p>Perkembangan perekonomian dalam era globalisasi yang pesat dan kompetitif telah mendorong bisnis kuliner menjadi salah satu sektor yang diminati karena potensi keuntungan yang besar. Kebutuhan akan makanan sebagai kebutuhan pokok masyarakat menuntut para pelaku usaha kuliner untuk memperhatikan persaingan yang semakin ketat guna menarik minat konsumen. Faktor-faktor seperti harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi menjadi kunci penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner. Salah satu produk kuliner yang tengah populer adalah seblak, sebuah jajanan favorit dengan variasi rasa dan penyajian yang beragam. Studi ini mengkaji kepuasan pelanggan terhadap produk seblak di Pulau Jawa dengan fokus pada pengaruh harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Melalui metode penelitian kualitatif dan systematic literature review, penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner seblak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih memperhatikan kualitas produk dan pelayanan daripada nilai estetik atau artistik dalam menilai kepuasan terhadap seblak. Faktor emosional juga terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan, di mana apresiasi dan penghormatan terhadap konsumen dapat meningkatkan kepuasan mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner seblak, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan strategi pemasaran dan layanan untuk mempertahankan dan menarik minat konsumen. Studi ini memberikan wawasan berharga bagi pengembangan bisnis kuliner, serta menekankan pentingnya memperhatikan aspek harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada produk seblak. Diharapkan hasil kajian ini dapat menjadi acuan dalam pengembangan bisnis kuliner, khususnya dalam konteks seblak di Pulau Jawa.</p> |
| <p>Keywords:</p> | <p><i>ABSTRACT</i></p> |
| <p><i>Customer Satisfaction, Seblak, Price, Taste Image, Service Quality, Promotion.</i></p> | <p><i>Economic developments in the era of rapid and competitive globalization have pushed the culinary business to become one of the sectors that is in demand because of the potential for large profits. The need for food as a basic need of society requires culinary business actors to pay attention to increasingly fierce competition in order to attract consumer interest. Factors such as price, taste image, service quality and promotion are important keys in influencing customer</i></p> |

satisfaction in the culinary business. One culinary product that is currently popular is seblak, a favorite snack with a variety of flavors and presentations. This study examines customer satisfaction with seblak products on the island of Java with a focus on the influence of price, taste image, service quality and promotion on the level of customer satisfaction. Through qualitative research methods and a systematic literature review, this research found that these factors have a significant influence on customer satisfaction in the seblak culinary business. The research results show that consumers tend to pay more attention to product and service quality than aesthetic or artistic value in assessing satisfaction with seblak. Emotional factors have also been proven to influence customer satisfaction, where appreciation and respect for consumers can increase their satisfaction. By better understanding the factors that influence customer satisfaction in the seblak culinary business, it is hoped that business actors can improve marketing and service strategies to maintain and attract consumer interest. This study provides valuable insights for culinary business development, and emphasizes the importance of paying attention to aspects of price, taste image, service quality and promotion in increasing customer satisfaction with seblak products. It is hoped that the results of this study can become a reference in developing culinary businesses, especially in the context of seblak on the island of Java.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan perekonomian yang pesat dan persaingan bisnis yang semakin ketat, sektor kuliner menjadi salah satu sektor yang terus berkembang dan menarik minat konsumen. Bisnis kuliner memiliki potensi untuk memberikan keuntungan yang besar, namun juga menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Salah satu produk kuliner yang tengah populer adalah seblak, sebuah jajanan favorit dengan beragam varian rasa dan penyajian. Seblak telah menjadi pilihan masyarakat, terutama di Pulau Jawa, karena keunikan dan kelezatannya. Dalam konteks bisnis kuliner seblak, faktor-faktor seperti harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi menjadi kunci penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner seblak, khususnya di Pulau Jawa. Melalui metode penelitian kualitatif dan systematic literature review, penelitian ini akan mengeksplorasi pengaruh harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam menikmati produk seblak.

Studi sebelumnya oleh Kristina dan Hidayat (2022) telah memberikan wawasan mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Mamang Ndut di Kota Malang. Temuan dari penelitian tersebut memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan terhadap produk seblak. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner seblak, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan strategi pemasaran dan layanan untuk mempertahankan dan menarik minat konsumen. Studi ini diharapkan juga dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembangan bisnis kuliner, serta menekankan pentingnya memperhatikan aspek harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada produk seblak. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat

menjadi acuan yang berguna dalam pengembangan bisnis kuliner, khususnya dalam konteks seblak di Pulau Jawa.

KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini mengkaji pengaruh citra rasa, nilai harga, dan variasi produk terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks layanan pengiriman makanan. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tambahan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner, Indrasari, N. (2017).

Montolalu, F. S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Hubungan antara kualitas layanan, promosi, kepuasan pelanggan, dan loyalitas nasabah dalam konteks layanan keuangan. Meskipun berbeda industri, konsep-konsep yang dipelajari dalam penelitian ini dapat memberikan perspektif yang berharga terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). konsep-konsep dasar dalam manajemen pemasaran, termasuk strategi harga, citra merek, kualitas pelayanan, dan promosi. Pemahaman yang mendalam mengenai konsep-konsep ini dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner.

Dengan merujuk pada kajian literatur di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi memainkan peran penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner. Studi-studi ini memberikan wawasan yang berharga bagi para pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan strategi pemasaran dan layanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

METODE

Objek penelitian adalah kepuasan pelanggan terhadap seblak di pulau Jawa. Systematic Literature Review (SLR) dilakukan dalam tiga tahap: perencanaan, pelaksanaan dan pelaporan tinjauan literatur. Langkah pertama dalam tahap perencanaan adalah mengidentifikasi kebutuhan akan tinjauan pustaka yang sistematis. Selanjutnya adalah mengembangkan protokol review yang akan digunakan. Review Protocol dirancang untuk mengarahkan perencanaan review dan mengurangi kemungkinan bias peneliti. Langkah selanjutnya adalah mengevaluasi protokol review yang digunakan. Dalam penelitian ini, kepuasan pelanggan terhadap seblak di pulau Jawa menjadi kajian utama. Terakhir, pada tahap implementasi dilakukan pertanyaan penelitian, strategi pencarian, pemilihan kriteria inklusi dan eksklusi, penilaian kualitas, pengumpulan data, dan analisis data.

Strategi pencarian digunakan untuk memperoleh sumber daya yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan referensi terkait. Proses pencarian dilakukan dengan menggunakan mesin pencari Google Chrome dengan alamat situs <https://scholar.google.co.id/>. Kata kunci yang digunakan dalam penelitian ini “Kepuasan pelanggan seblak”, “Kepuasan pelanggan terhadap seblak”, dan “Kepuasan pelanggan”;”Seblak”. Kata kunci tersebut diperoleh 180 artikel.

Dalam penelitian SLR, data yang ditemukan dievaluasi berdasarkan pertanyaan kriteria penilaian kualitas berikut:

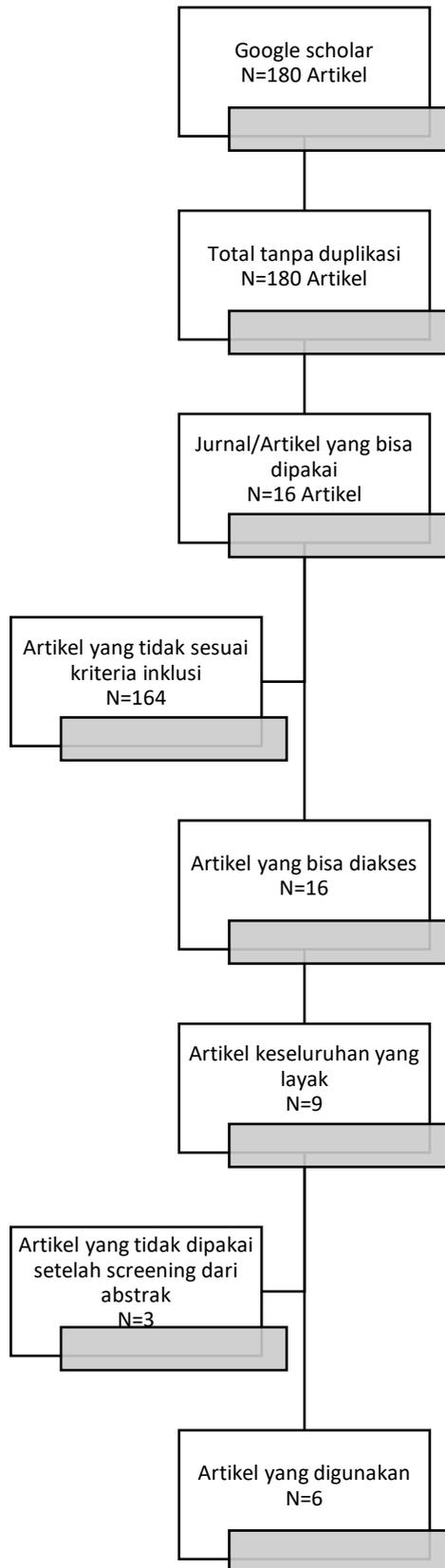
PE1. Apakah jurnal tersebut menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen?

PE2. Apakah jurnal tersebut terbit dalam kurun waktu 2019-2024?

PE3. Apakah artikel jurnal menyebutkan produk seblak dengan lokasi di pulau Jawa?

| KRITERIA | DESKRIPSI |
|----------|---|
| INKLUSI | <ol style="list-style-type: none"> 1. Data yang diambil menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif 2. Data yang digunakan adalah artikel jurnal selama lima tahun terakhir 2019-2024 3. Data menjelaskan mengenai kepuasan pelanggan terhadap produk seblak |
| EKSKLUSI | <ol style="list-style-type: none"> 1. Data yang diambil harus mengenai produk seblak yang berada di pulau Jawa 2. Variabel kepuasan pelanggan harus menjadi variabel dependen |

HASIL



| NO | NAMA JURNAL DAN PENULIS | METODE PENELITIAN | TAHUN PUBLIKASI |
|----|--|--|-----------------|
| 1 | PENGARUH HARGA, CITRA RASA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SEBLAK MAMANG NDUT KOTA MALANG, (Ola Kristina, Rusno Candra Wahyu Hidayat) | Metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanasi (explanatory) research | 2022 |
| 2 | Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Dan Pelayanan Seblak Rorongkong Teh Memey Kota Bogor, (Putri Sakti Fujiyanti A., Raisa Fasya, Viona Kesya Sundari, Ghaisya Raihana, Ilham Fauzi, Tina Nur Ainun, Khoirul Aziz Husyairi, Ai Imas Faidoh Fatimah) | Metode kuantitatif dengan pendekatan kuesioner tertutup | 2023 |
| 3 | Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo, (Widya Inayatul Umah, Iswati) | Metode kuantitatif dengan pendekatan <i>accidental sampling</i> | 2023 |
| 4 | STRATEGI DAN PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KULINER SEBLAK DI BATURAJA KABUPATEN OGAN KOMERING ULU, (Shelly Rizkita Putri, Putri Ayu Ogari, Ema Pusvita) | <i>Mix method</i> (kuantitatif dan deskriptif kualitatif) | 2023 |
| 5 | PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa), (Layla Safitri) | <i>Mix method</i> | 2023 |
| 6 | Pendampingan Penjual Melakukan Analisis yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen UMKM Seblak Tulang Ibu Uun, (Meri Anjani, Selvy Yulianti Wulandari, Adienurizal Putra Gunawan) | Metode kualitatif | 2022 |

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menggunakan 6 artikel yang sesuai kriteria. 2 artikel tahun 2022 dan 4 artikel tahun 2023. 3 penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, 2 penelitian menggunakan metode *mix method* dan 1 penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif.

Hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk seblak

Kristina & Rusno (2022) menyatakan bahwa harga, cita rasa, kualitas pelayanan dan promosi pengaruh yang cukup signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Artinya apabila Harga, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Promosi semakin bagus maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Pernyataan tersebut juga didukung oleh hasil penelitian Umah (2023) yang menyatakan bahwa konsumen tidak terlalu memperhatikan atau mementingkan nilai estetika atau arsitektur tetapi

mementingkan cita rasa kualitas produk dan pelayanan, walaupun ada sebagian konsumen yang mengutamakan kualitas produk dari pada pelayanan.

Sementara menurut Safitri (2023) selain hal-hal yang disebutkan ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni faktor emosional yang artinya konsumen akan merasa puas apabila saat dipuji (diapresiasi) ataupun hanya dengan dihormati akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, faktor kecepatan dalam menerima barang (transaksi) juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan agar mereka tidak perlu membuang waktu dan mengeluarkan biaya tambahan dalam menikmati produk seblak yang ditawarkan.

Fujiyanti (2023) juga menyatakan hal yang sama yang mana keramahan dan etika pegawai terhadap konsumen menjadi hal penting yang dapat membuat pelanggan kembali membeli produk seblak yang ditawarkan. Hal ini berbanding terbalik dengan *skill* komunikasi yang dianggap oleh konsumen merupakan hal yang tidak terlalu penting dalam pemesanan. Sementara hal penting lainnya berdasarkan hasil penelitian Fujiyanti yaitu faktor kecekatan dan kemudahan dalam proses transaksi.

Hal-hal yang menghambat kepuasan pelanggan terhadap produk seblak

Putri (2023) menyatakan bahwa produk seblak sangatlah mudah rusak dan tidak tahan lama yang membuat turun minat pembelian dan kepuasan pelanggan yang mungkin akan mengkonsumsi dirumah (*take away*) dan dalam perjalanan. Selain itu bahan baku yang susah didapat juga dapat menjadi penghalang karena hal tersebut dapat membuat konsumen menunggu sampai stok bahan ada dan menurunkan minat untuk membeli.

Sementara Anjani (2022) menyampaikan hal lain yang dapat menghambat kepuasan pelanggan adalah faktor lokasi yang kurang strategis, terlalu sulit dijangkau dan terlalu banyak jalan yang membuat bingung dapat menghambat terutama dalam mendapatkan pelanggan baru dan malah bias berdampak pula ke pelanggan tetap jika mendapatkan tempat alternative lainnya. Hal lain yang menghambat adalah tidak adanya metode pelayanan pesanan online yang dapat mempermudah pelanggan untuk terus memesan tanpa perlu datang ke tempat.

| NO | NAMA DAN TAHUN | HASIL/KESIMPULAN |
|----|--|--|
| 1 | Ola Kristina & Rusno Candra Wahyu Hidayat (2022) | Berdasarkan hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga,citra rasa,kualitas pelayanan dan promosi mampu meningkatkan kepuasan konsumen pada Seblak Mamang Ndut Kota Malang. Hal ini terlihat bahwa semakin terjangkau harga maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan di Seblak mamang Ndut Kota Malang. Berdasarkan hasil Penelitian ini, membuktikan bahwa citra rasa mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat bahwa Seblak mamang Ndut memiliki ciri khas dalam rasa makanannya. Selain itu, kualitas pelayanan dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini di dukung dengan pembelian ulang konsumen terlihat dari kualitas pelayanan yang di dapatkan sehingga konsumen merasa puas terhadap pelayanan pada Seblak Mamang Ndut Kota Malang. Promosi juga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan .Hal ini di dukung dengan semakin tinggi promosi maka semakin tinggi kepuasan pelanggan pada Seblak Mamang Ndut Kota Malang. |
| 2 | Putri Sakti Fujiyanti A., Raisa Fasya, Viona Kesya Sundari, Ghaisya Raihana, Ilham Fauzi, Tina Nur Ainun, Khoirul Aziz Husyairi, Ai Imas Faidoh Fatimah (2023) | Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey perlu melakukan perbaikan pada atribut citarasa yang kurang konsisten, sehingga diharapkan menggunakan formulasi yang sesuai agar citarasa yang dihasilkan dapat lebih baik. Kedai ini juga |

| | | |
|---|---|---|
| | | <p>harus dapat pertahankan dan meningkatkan atribut varian mutu yang beragam agar konsumen melakukan pembelian berulang di Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey. Kemudian, pada kegiatan komunikasi, kecekatan pelayanan dalam ketika pelanggan memerlukan bantuan dan persiapan dalam menghadirkan produk dan juga kegiatan bersih-bersih perlu dilakukan perbaikan karena berada pada tingkat prioritas rendah (<i>low priority</i>), namun tidak perlu terlalu menaruh fokus atau konsentrasi pada hal-hal tersebut karena pelanggan tidak merasa hal-hal itu begitu penting. Lain halnya dengan kegiatan pada saat proses transaksi, atribut ini perlu mempertahankan prestasi (<i>keep up the good work</i>) yang sudah ada, agar Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey dapat unggul dari kedai seblak lainnya.</p> <p>Pada kode cita rasa dan kebersihan pada saat pembuatan, kedai seblak harus mempertahankan atribut tersebut agar dapat lebih unggul dari kedai seblak lainnya. Namun, pada keamanan dan kenyamanan kedai berada pada prioritas utama (<i>concentrate here</i>) yang perlu ada peningkatan kinerja dari para pegawai kedai seblak. Keramahan dan etika dalam melayani pelanggan pada dimensi <i>Empathy</i> serta varian menu dan ketersediaan fasilitas pada dimensi <i>Tangibles</i> menunjukkan bahwa pada semua atribut ini harus mempertahankan prestasi agar Kedai Seblak Rorongkong Teh Memey dapat menjaga kualitas dari setiap atributnya dan kedai ini dapat unggul dari kedai seblak lainnya.</p> |
| 3 | Widya Inayatul Umah & Iswati (2023) | <p>Dari angket yang sudah disebarakan beberapa responden tidak terlalu memperhatikan atau mementingkan nilai estetik atau arstitik tetapi mementingkan cita rasa kualitas produk dan pelayanan sehingga pihak seblak radja dapat menyediakan produk yang tidak terlalu mementingkan sisi arstitiknya. Sebagian dari responden mengutamakan kualitas produk dari pada pelayanan oleh sebab itu diharapkan pihak seblak radja dapat menyediakan produk yang berkualitas. Seblak radja diharapkan menyediakan berbagai macam produk dengan tingkat kualitas cita rasa yang berbeda-beda sehingga mampu memuaskan keinginan pelanggan.</p> |
| 4 | Shelly Rizkita Putri, Putri Ayu Ogari, Ema Pusvita (2023) | <p>Faktor yang paling dapat mempengaruhi kepuasan terhadap konsumen pada seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu yaitu harga karena jika harganya terjangkau bagi kantong konsumen maka akan mempengaruhi kepuasan terhadap konsumen.</p> <p>Strategi Matrik SWOT dengan hasil sebagai berikut:</p> <p>a. Strategi S-O: Mempertahankan harga yang ditawarkan kepada konsumen dapat mengembangkan berbagai macam topping isian seblak agar konsumen lebih tertarik, dan memanfaatkan lokasi yang strategi</p> |

| | | |
|---|----------------------|--|
| | | <p>untuk membuka cabang serta konsumen tertarik.</p> <p>b. Strategi W-O: memperluas lahan parkir agar memudahkan konsumen khususnya keluarga dan pengguna mobil dan, melakukan riset pasar dengan berdasarkan minat konsumen dan membuat berbagai inovasi seblak agar tidak mudah ditiru dan dapat memiliki segmen pasar yang lebih luas.</p> <p>c. Strategi S-T: mempertahankan harga dan tetap menjaga kualitas produk agar konsumen minat untuk kembali membeli seblak, mempertahankan hasil inovasi produk usaha seblak dari usaha seblak lainnya.</p> <p>d. Strategi W-T: menjaga kualitas bahan baku dan meningkatkan penyimpanan untuk menghindari terjadinya kerusakan bahan baku, dan menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku.</p> |
| 5 | Layla Safitri (2023) | <p>1. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa kepada konsumen berada pada kategori sangat baik, artinya sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Yang dilihat dari lima indikator yaitu kehandalan (reliability), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik (tangible). Dimana yang memiliki skor tertinggi dari jawaban responden adalah indicator kehandalan (reliability).</p> <p>2. Variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Bahwa adanya fasilitas di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa ini kurang dirasakan oleh konsumen atau kurang memberikan persepsi dibenak konsumen. Sehingga ada tidaknya kesediaan fasilitas penunjang tersebut tidak memicu kepuasan konsumen. Yang dilihat dari empat indikator yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior, kebersihan fasilitas. Dimana yang memiliki skor tertinggi dari jawaban responden adalah indikator kelengkapan.</p> <p>3. Variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Lokasi usaha yang diterapkan di Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa berada pada kategori sangat baik, artinya sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan lokasi usaha yang ditetapkan oleh Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa. Yang dilihat dari empat indikator, kesediaan lahan parkir, memiliki tempat yang cukup luas dan alat transportasi yang</p> |

| | | |
|---|---|--|
| | | <p>mudah dijangkau, lokasi dilalui banyak alat transportasi, lokasi yang strategis. Dimana yang memiliki skor tertinggi dari jawaban responden adalah indikator lokasi yang strategis.</p> <p>4) Nilai Adjusted R Square yang dihasilkan adalah 0,547 atau dalam presentase sebesar 54,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi sebesar 54,7% dan sisanya sebesar 44,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel independent yang ada di dalam penelitian ini.</p> |
| 6 | Meri Anjani, Selvy Yulianti Wulandari, Adienurizal Putra Gunawan (2022) | <p>Kepuasan pelanggan merupakan hasil perbandingan antara jasa yang dirasakan konsumen dengan jasa yang diharapkan konsumen, mereka merasa bahwa jasa aktual yang diberikan lebih baik dari harapannya, konsumen akan puas, akan tetapi bila lebih rendah dari harapannya maka konsumen akan kurang puas terhadap jasa yang diberikan perusahaan. Sedangkan pengambilan keputusan oleh konsumen dalam membeli suatu barang maupun jasa tentunya berbeda, bergantung pada jenis keputusan pembelian yang diinginkannya.</p> <p>Kebanyakan responden melakukan keputusan pembelian dan puas dengan Seblak Tulang Ibu Uun karena mereka merasa puas dengan Seblak Tulang Ibu Uun karena rasa, harga yang terjangkau, dan pelayanannya yang ramah sehingga membuat beberapa responden menjadi pelanggan tetap.</p> <p>Seblak Tulang Ibu Uun memiliki keistimewaan di mana terdapat macam variasi menu dan topping yang dapat kita pilih sesuai selera. Mereka memutuskan untuk membeli kembali Seblak Tulang Ibu Uun karena mereka merasa puas dengan Seblak Tulang Ibu Uun karena rasa, harga yang terjangkau, dan pelayanannya yang ramah sehingga membuat beberapa responden menjadi pelanggan tetap.</p> |

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner seblak, terutama di Pulau Jawa. Konsumen cenderung memberikan perhatian lebih pada kualitas produk dan pelayanan daripada nilai estetika atau artistik dalam menilai kepuasan terhadap seblak. Faktor emosional juga terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan, di mana apresiasi dan penghormatan terhadap konsumen dapat meningkatkan kepuasan mereka. Studi ini memberikan wawasan yang berharga bagi para pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran dan layanan yang lebih baik untuk mempertahankan dan menarik minat konsumen dalam bisnis kuliner seblak. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, diharapkan para pelaku usaha dapat terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka.

Selain itu, penelitian ini juga menegaskan pentingnya memperhatikan aspek harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan terus melakukan penelitian dan evaluasi terhadap faktor-faktor tersebut, diharapkan bisnis kuliner seblak di Pulau Jawa dapat terus berkembang dan memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini memberikan arah yang jelas bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan demi mencapai kepuasan pelanggan yang lebih baik dalam bisnis kuliner seblak.

REFERENSI

- A., Putri Sakti Fujiyanti., Fasya, Raisya., Sundari, Viona Kesya., Raihana, Ghaisya., Fauzi, Ilham., Ainun, Tina Nur., Husyairi, Khoirul Aziz., & Fatimah, Ai Mas Faidoh (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Dan Pelayanan Seblak Rorongkong Teh Memey Kota Bogor. *Indonesian Journal of Science*, 4(2), 163-175. <https://jurnal.pusatsains.com/index.php/jsi/article/view/149>.
- Anjani, Meri., Wulandari, Selvy Yulianti., & Gunawan, Adienurizal Putra. (2022). Pendampingan Penjual Melakukan Analisis yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen UMKM Seblak Tulang Ibu Uun. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 1(1), 26-34. <https://ejcs.eastasouth-institute.com/index.php/ejcs/article/view/2/1>
- Kristina, Ola. & Hidayat, Rusno Candra Wahyu. (2022). PENGARUH HARGA, CITRA RASA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SEBLAK MAMANG NDUT KOTA MALANG. *Jurnal riset mahasiswa manajemen Universitas PGRI Kanjuruhan*, 10 (2), 14-20. <http://ejournal.unikama.ac.id>.
- Putri, Shelly Rizkita., Ogari, Putri Ayu., & Pusvita, Ema. (2023). STRATEGI DAN PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KULINER SEBLAK DI BATURAJA KABUPATEN OGAN KOMERING ULU. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 1844-1857. <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/view/10131>.
- Safitri, Layla. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Warung Makan Seblak Bandung Kembang Desa). (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta). https://eprints.iain-surakarta.ac.id/5945/1/SKRIPSI_LAYLA%20SAFITRI.pdf.
- Umah, Widya Inayatul. & Iswati. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Seblak Radja Sidodadi Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(3), 122-128. <https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jimak/article/view/2147>.