

ABSTRAK

Seblak adalah makanan khas dan kekinian yang berasal dari Bandung, Jawa Barat terbuat dari kerupuk yang dimasak dengan sayuran bersamaan telur dan lainnya bercita pedas. Dalam perkembangannya seblak menjadi makanan yang bisa dinikmati oleh banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu. 2) Untuk merumuskan strategi meningkatkan kepuasan konsumen terhadap Seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Kota.

Metode penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan metode deskriptif kualitatif metode kuantitatif menggunakan analisis regresi linear berganda. Metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data melalui kuisioner dan observasi yang berkaitan dengan strategi meningkatkan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan metode SWOT pada seblak di Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu. Melalui faktor IFAS (*Internal Factor Analysis Strategi*) dan faktor EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategi*).

Dari hasil pembuktian hipotesis pertama kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Dari hasil hipotesis ke dua bahwa harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Dari hasil pembuktian hipotesis ketiga lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Dari hasil hipotesis keempat kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan mempunyai pengaruh yang disignifikan terhadap kepuasan. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa perhitungan matrik EFAS sebesar 2,0 dan matrik IFAS sebesar 2,13 yang kemudian digambarkan dalam diagram SWOT, maka dapat diketahui posisi peningkatan pertumbuhan pada sel II yang menunjukkan bahwa strategi tersebut mengalami pertumbuhan melalui integrasi horizontal. Integrasi horizontal adalah proses peningkatan produksi, dimana strategi ini apabila satu mengambil keputusan bias menjadi kekuatan yang baik dan jadi peluang yang bagus.

Kata kunci: Kepuasan konsumen, faktor IFAS dan faktor EFAS

ABSTRACT

Seblak is a typical and contemporary food originating from Bandung, West Java, made from crackers cooked with vegetables along with eggs and other spicy flavors. In its development seblak became food that can be enjoyed by many people. This study aims to determine: 1) To determine the effect of product quality, price, and location on Seblak consumer satisfaction in Baturaja, Ogan Komering Ulu Regency. 2) To formulate a strategy to increase consumer satisfaction with Seblak in Baturaja, Ogan Kota Regency.

This research method was carried out using quantitative methods and descriptive qualitative methods quantitative methods using multiple linear regression analysis. Qualitative descriptive method using data collection techniques through questionnaires and observations related to improving strategies in identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats with the SWOT method on seblak in Baturaja, Ogan Komering Ulu Regency. Through IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) and EFAS (*External Factor Analysis Strategy*) factors.

From the results of proving the first hypothesis, product quality has a significant effect on satisfaction. From the results of the second hypothesis that price partially has a significant influence on satisfaction. From the results of proving the three hypotheses, locations partially have a significant influence on satisfaction. From the results of the fourth hypothesis, product quality, price and location simultaneously have a significant influence on satisfaction. From this study it can be seen that the calculation of the EFAS matrix is 2.0 and the IFAS matrix is 2.13 which is then depicted in the SWOT diagram, so it can be seen that the position of increasing growth in cell II indicates that the strategy is experiencing growth through horizontal integration. Horizontal integration is a process of increasing production, where this strategy, if one makes a decision, can be a good strength and a good opportunity.

Keywords: consumer satisfaction, IFAS factor and EFAS factor