

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Keanekaragaman kebutuhan masyarakat terutama dalam hal makanan. Khususnya di Indonesia mempunyai banyak sekali keragaman makanan dan setiap daerah juga mempunyai karakteristik tersendiri, dapat dilihat dari cita rasa makanan tersebut serta lokasi rumah makan atau lingkungan. Semua ini dipengaruhi oleh penilaian dari suatu makanan dari cita rasa makanan itu sendiri, harga yang ditetapkan serta lokasi dari tempat tinggal konsumen yang berbeda-beda.

Masyarakat Indonesia yang sangat kreatif dan inovatif dalam membuat resep baru untuk meningkatkan kebutuhan pangan sehari-hari, disamping itu juga kreatif dalam membuat jajanan dari daerah masing-masing. Jajanan kali ini menurut kaum muda dan orang tua banyak digemari, selain itu dengan cita rasa yang khas dari daerah Jawa Barat tepatnya di Kota Bandung yang sudah tidak asing lagi didengar atau dirasa oleh masyarakat yang mayoritas menyukai jajanan dengan rasa pedas yaitu “*Seblak*”. Seblak ini juga menjadi salah satu makanan pedas yang berada di Kota Pontianak yang dibawakan oleh pendatang baru yang mau mengembangkan kuliner Seblak di Kota Pontianak.

Seblak merupakan makanan Indonesia yang bercita rasa gurih dan pedas yang terbuat dari kerupuk basah yang dimasak dengan sayuran dan sumber protein seperti telur, ayam, boga bahari atau olahan daging sapi, dimasak dengan bumbu tertentu (Sesmawati, 2017). Menurut *Wikipedia* Asal usul seblak berasal dari daerah Sumpiuh, Jawa Tengah, karena seblak sangat mirip dengan makanan rakyat kecil dari Sumpiuh *Krupuk Godog* yang populer sejak tahun 1940an, sementara seblak baru populer sekitar tahun 2000an.

Seblak memiliki bahan dasar dari kerupuk basah yang direbus kemudian di campur rempah-rempah khas Indonesia, disajikan dalam keadaan panas dan pedas yang memiliki arti tersendiri bagi penikmatnya dan adapula perubahan yang

dilakukan oleh pengusaha jajanan seblak dengan melakukan perombakan dalam menemukan cita rasa makanan dan harga yang ditetapkan, agar orang tertarik dengan produk jajanan tersebut. Usaha yang dilakukan pastinya memerlukan cara agar dapat menarik minat beli ulang konsumen, maka dari itu sangat diperlukan *Customer Value* atau nilai pelanggan tersebut. Salah satu cara yang penting untuk melakukan persaingan dengan harga yang ditentukan harus terjangkau oleh para konsumen.

Satu cara yang penting untuk dilakukan persaingan dengan tidak di dasarkan pada harga namun pada kualitas cita rasa makanan, suatu usaha customer value atau nilai pelanggan dilakukan dengan baik, akan dapat mempengaruhi minat beli ulang. Satu usaha harus benar-benar mencari cara yang penting untuk menciptakan suatu strategi pemasaran yang benar-benar kreatif dan dapat menarik minat beli ulang konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa yang ditawarkan pada konsumen sehingga *image* yang tercipta pada konsumen yang positif terhadap produk dan jasa yang ditawarkan tersebut. Perbedaan antara seblak dengan makanan lainnya adalah seblak pada umumnya menggunakan kerupuk oren dengan bumbu cikur atau khas Sunda dan disajikan dengan kuah pedas, seblak juga memiliki dua jenis yang pertama seblak kering, walaupun agak jarang ditemukan adalah kerupuk pedas mirip dengan basreng atau bakso goreng, dan yang kedua adalah Seblak basah adalah seblak macaroni, seblak cekeur, seblak mie basah, seblak tulang, seblak bakso, seblak batagor, seblak aci, seblak kwetiau, seblak siomay, seblak snack, seblak kikil, seblak telur. Seblak yang ditawarkan di kota Pontianak tepatnya di Borneo Foodie Chrispy Banana di Paris 2 yaitu Seblak basah.

Menurut Dummond KE & Brefere LM. (2015) Cita Rasa dalam sebuah rumah makanan merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Pentingnya dalam memilih suatu makanan ini untuk kita mengetahui suatu makanan yang khas dari makanan seblak karena setiap makanan seblak mempunyai menu yang berbeda dan topping yang berbeda pula dari setiap menu-menu yang ada, dari tingkat level kepedasan seblak ini

mempunyai tingkatan kepedasan dari level satu (1) sampai dengan level lima (5) yang cukup tinggi terhadap minat beli ulang konsumen. hal ini menjadi salah satu faktor yang kurang puas diperhatikan oleh beberapa pelaku usaha sehingga para konsumen akan berfikir lagi untuk mengkonsumsi barang dan jasa tersebut.

Kotler dan Amstrong (2018:3) harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan dan pemasaran. Penetapan harga dilakukan perusahaan berdasarkan banyak pertimbangan. Basu Swastha (2017) harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual agar dapat membedakan penawarannya dari pesaing. Jika konsumen menerima membeli barang tersebut berarti sudah tepat. Jika konsumen menolak biasanya harga akan cepat diganti apa bila produk bisa ditarik dari pasar. Salah satu menuju kesuksesan adalah lokasi, dimulai dengan memilih komunitas keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan iklim politik, dan sebagainya, harga yang sesuai akan menarik para konsumen untuk membeli lagi barang atau jasa yang dijual oleh para pedagang. Harga yang ditawarkan dari Seblak Borneo Foodie Chrispy Banana dengan rata-rata kisaran harga Rp25.000/ porsinya. Harga ini sangat mempengaruhi bagi para konsumen untuk membeli barang untuk perbandingan dengan harga pesaing dengan kisaran harga jual makanan seblak Rp30.000/Porsinya.

Pengaruh lokasi ini juga sangat mempengaruhi minat beli ulang bagi para pelanggan seblak, karena lokasi menjadi salah satu faktor penentu para konsumen dalam memilih tempat untuk makanan dalam suatu rumah makan, yang dilakukan dalam sebuah rumah makan adalah keterjangkauan lokasi bagi masyarakat, seperti suasana, lahan parkir yang cukup luas, dan tata ruang yang tidak sempit. Di Borneo Foodie Chrispy Banana ini serta segala desain dan fasilitas yang dimilikinya dapat mempengaruhi kebutuhan konsumen. Karena lokasi rumah makan dekat dengan lingkungan masyarakat sekitar dalam hal ini bisa menjadi peluang besar bagi perusahaan.

Lokasi dari tempat Seblak ini memiliki, tempat parkir yang cukup luas, memiliki ruangan *indoor* dan *outdoor* bagi para pelanggan yang mau menikmati makanan di luar ruangan jadi para pelanggan bisa memilih dan disini juga pelayanannya ramah dan tidak ketus terhadap para konsumen.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012:124) adalah evaluasi terhadap calon pelanggan dari semua manfaat dan biaya penawaran dan alternatif yang dirasakan. Selisih antara nilai pelanggan total (*total customer cost*). Nilai total pelanggan (*total customer value*) merupakan sekumpulan manfaat yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut. Biaya pelanggan total (*total customer value*) adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk dan jasa, suatu penilaian yang dilakukan para konsumen sangat besar pengaruhnya untuk keberlangsungan rumah makan, jika penilaian semakin baik dan rating yang tinggi makan tingkat pengunjung suatu tempat makan juga semakin lebih ramai karena faktor penentu dari review para konsumen ini sangat penting.

Menurut Heller et.al., (2015) Minat beli ulang adalah sebagai penilaian individu tentang membeli lagi layanan yang ditunjukkan diperusahaan yang sama, dengan mempertimbangkan situasinya saat ini dengan keadaan yang memungkinkan. dalam usaha lokasi sangat menentukan keberhasilan usaha tersebut, dalam melakukan usaha di tempat yang strategis, dekat dengan lingkungan yang ramai, dan memiliki akses yang mudah. Sehingga konsumen dapat melihat produk apa yang sedang ditawarkan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2018) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi Pendidikan terkait dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Ketika lokasi warung makan strategis, memiliki akses yang mudah dan dekat dengan lingkungan masyarakat.

Di daerah Kota pontianak tepatnya di Jl. Parit Husin 2, Gg. Selasih No.17, Bansir Darat, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak Kalimantan Barat, 78111, terdapat warung makan Borneo Foodie Crispy Banana. Berdiri pada tanggal 28

februari 2017, dan mereka juga bekerja sama dengan seblak nampol khas bandung. Warung borneo ini memiliki lokasi jualan yang strategis, berada di pinggir jalan raya sehingga konsumen pun akan melihat produk yang ditawarkan.

Harga yang ditawarkan oleh Borneo Foodie juga dengan kiasaran harga Rp25.000/Porsi, kualitas produk yang diberikan juga baik karena seblak yang disajikan masih dalam keadaan panas. Jumlah pelanggan warung borneo foodie *chrispy banana* juga cukup banyak, karena warung Borneo Foodie ini menawarkan produk mereka secara online mau pun *offline*. Lokasi jual juga strategis karena berada di dekat dengan lingkungan masyarakat sekitar letaknya di pinggir jalan. Karena semakin dekat dengan masyarakat di sekitaran lokasi maka semakin mudah untuk akses pembeli membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Pada tahun 2017 Borneo Foodie hanya di kenal oleh sedikit orang saja, dan memiliki ciri khas yang berbeda dari warung-warung lainnya. Dan borneo foodie ini juga berfariatif, salah satu keunggulannya Seblak yaitu Seblak dengan banyak varian rasa, serta tingkat kepedasan dari level 1 sampai dengan level 5 yang sesuai dengan permintaan para konsumen.

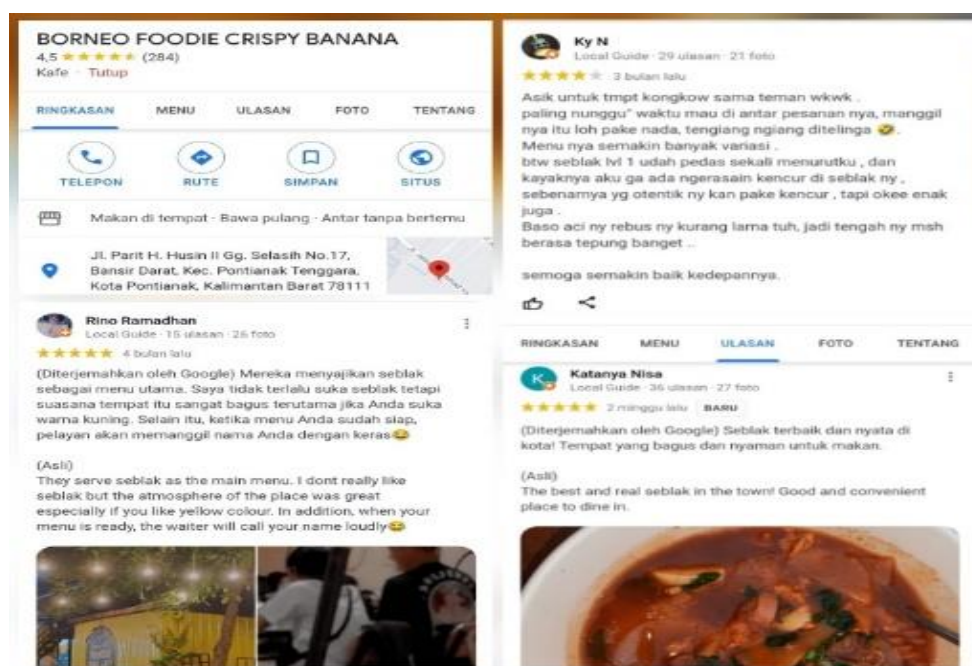
Kualitas layanan menjadi salah satu faktor bagi para konsumen dalam menilai suatu produk yang ada di borneo foodie ini, menurut rating ulasan, kepuasan pelanggan di borneo foodie 4,4 bintang dari 5 bintang, yang berarti borneo foodie ini mulai dari lokasi yang strategi dengan harga yang lebih murah dari pesaing, untuk pesaing sebelumnya seblak memiliki harga kisaran rata-rata Rp30.000/Porsinya, sehingga membuat para konsumen untuk membeli di Borneo Foodie *Chrispy Banana* ini karena produk yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang mereka rasakan dari rasa makanan itu, maka dari itu para konsumen bisa menilai rasa makanan seblak ini layak di beli atau tidaknya, setelah para konsumen merasakan bahwa makanan yang ditawarkan enak dan sesuai dengan rasa yang mereka mau, maka para konsumen akan menilai Seblak ini maka dari situ para konsumen yang lainpun akan mencobanya dan ini sangat menarik para konsumen untuk membeli lagi.

Menurut pengakuan salah satu karyawan borneo foodie awalnya pemiliknya tidak membayangkan kesuksesan yang kini ditanggungnya, awalnya dia membuka karena tersudut masalah ekonomi dan hanya berfikir sebatas sebagai kebutuhan hidup yang cukup dan melatih skill dalam memasak dan dunia kulineran saja, namun lama-lama mulai membuka pesan antar dan membuka cabang baru yang ada di Jl. Tanjung Raya 2, Jl, Suwignyo, dan Jl. Paris 2. Dalam sehari saja sekitar 150-250 pesan untuk daerah Jl. Paris 2 ini. Untuk pesanan yang biasanya di pesan dari aplikasi Gofood, untuk mempermudah para karyawan dan menciptakan lapangan kerja yang baru untuk para driver yang mengantar makanan tersebut.

Lokasi dari sebuah warung makanan seblak ini sangat dekat dengan lingkungan masyarakat disekitar, karena memiliki lingkungan yang dikelilinginya banyak masyarakat disekitarnya ini juga menjadi saluran distribusi bagi perusahaan dalam hubungan ini cara menyampaikan suatu produk atau jasa bagi para konsumen yang membeli suatu produk di Borneo Foodie Chrispy Banana (Lupiyoadi dan Hamdani, 2018). Dalam memilih suatu lokasi juga harus dipertimbangkan secara matang oleh para perusahaan tersebut. Lokasi ini juga sangat berpengaruh bagi masa depan perusahaan untuk mengembangkan bisnis dalam jangka panjang serta keterjangkauan tempat suatu barang atau jasa ini mudah di akses bagi para konsumen atau pelanggan, menurut dari salah satu pelanggan atau konsumen seblak ini sendiri lokasi dari seblak Borneo Foodie Chrispy Banana memiliki tempat yang mudah di akses serta fasilitas seperti tempat parkir yang aman dan fasilitas yang sangat memuaskan bagi para konsumen apalagi dengan ciri khas tempat Borneo Foodie Chrispy Banana memiliki warna kuning yang dapat membedakan dari tempat warung makan atau kuliner yang ada di kota Pontianak itu sendiri dan memiliki ruangan *indoor* dan *outdoor* bagi para pelanggannya.

Customer Value dalam suatu perusahaan sangat berperan penting dalam masa yang akan datang dan meningkatkan kemajuan suatu bisnis yang dijalani oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan bisnis yang dijalani oleh perusahaan.

Menurut Aria Dewi (2015) *Customer Value* adalah persepsi konsumen terhadap barang atau jasa atas semua manfaat serta biaya yang di tawarkan kepada calon konsumen untuk memilih barang atau jasa yang diinginkan dan dibutuhkan, sebab konsumen dapat melihat bagaimana pengorbanan yang telah dikeluarkan berupa biaya apakah sesuai dengan manfaat yang diperoleh seperti pelayanan, sehingga perusahaan harus menciptakan nilai bagi pelanggan sebab sangat penting bagi persaingan dalam dunia bisnis.



Gambar 1.1 Rating Menu Makanan

Sumber: <https://gofood.co.id/pontianak/restaurant/borneo-crispy-banana-parit-h-husin-88b9dd8a-b96e-4f31-a04f-168f414d7f3f>

Dilihat dari rating Borneo Foodie Chrispy Banana paris 2 memiliki rating 4,5 bintang dari 5 bintang ini berarti penilaian dari para pelanggan atau konsumen Seblak Borneo Foodie Chrispy Banana Paris 2 di kota Pontianak mengenai pengaruh dalam produk atau jasa dalam menilai keseluruhan dari para konsumen untuk memuaskan kebutuhannya dengan perbedaan antara nilai total pelanggan dan biaya total pelanggan dari tawaran pemasaran dari semua nilai produk, baik itu barang maupun jasa yang ditawarkan dan cita rasa yang diterima bagi para pembeli sangat mempengaruhi dalam meningkatkan usaha di Borneo Foodie

Chrispy Banana. Alasan peneliti mengambil penelitian di Borneo Foodie Chrispy Banana ini karena jumlah *Flowers* dari Borneo Foodie tinggi dari para pesaing.



Gambar 1.2 Borneo Foodie
Sumber: linktr.ee/borneofoodie



Gambar 1.3 Starblak Foodie
Sumber :www.instagram.com/starblakfoodie/

Gambar 1.2 dan gambar 1.3 adalah perbandingan antara Seblak Borneo Foodie dengan Starblakfoodie yang ada di siantan sebelumnya dan sekarang lagi di tutup sementara, sedangkan Seblak Borneo Foodie Chrispy Banana masih aktif.

Minat beli ulang ini sangat mempengaruhi konsumen atau pelanggan dalam membeli suatu barang atau tidaknya karena mereka sudah pernah membeli sebelumnya, minat beli ulang ini juga para konsumen atau pelanggan yang sudah membeli produk atau jasa lebih dari satu (1) kali, minat beli ulang ini merupakan pernyataan sikap mengenai bagaimana seseorang akan berperilaku dimasa yang akan datang. Minat beli ulang ini merupakan suatu komitmen konsumen yang terbentuk setelah konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Komitmen ini timbul karena kesan positif dari para konsumen karena merasa puas terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Menu yang ditawarkan oleh Warung Borneo Foodie ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.4 Daftar Menu

Sumber Data: <https://www.instagram.com/borneofoodie/>

Tabel 1.1
Daftar Menu

No	Menu	Harga	Level Kepedasan	Extra Topping		
1.	Original	Rp.12.000	Level 0	Telur Ayam	Rp.5.000	
2.	Bakso Ayam	Rp.17.000		Telur Puyuh	Rp.5.000	
3.	Sosis	Rp.17.000		Telur Asin	Rp.6.000	
4.	Ayam	Rp.17.000	Level 1	Hati Ampla	Rp.6.000	
5.	Ceker	Rp.17.000		Fishboll	Rp.6.000	
6.	Sayap	Rp.18.000		Sayap	Rp.8.000	
7.	Hati Ampla	Rp.17.000		Cumi Goreng Tepung	Rp.8.000	
8.	Baso Aci	Rp.18.000	Level 2	Bakso Ikan Goreng	Rp.5.000	
9.	Telur Asin	Rp.17.000		Kepiting	Rp.5.000	
10.	Telur Puyuh	Rp.17.000		Topokki	Rp.5.000	
11.	Fishboll	Rp.17.000	Level 3	Keju	Rp.4.000	
12.	Seafood	Rp.20.000				
13.	Kepiting	Rp.20.000				
14.	Bakso Ikan Goreng	Rp.17.000	Level 4	Pasta	Rp.5.000	
15.	Otak-otak	Rp.20.000				
16.	Chuanki	Rp.20.000	Level 5	Mie	Rp.3.000	
17.	Cumi Goreng Tepung	Rp.20.000				
18.	Komplit	Rp.21.000			Otak-Otak	Rp.3.000
19.	Spesial	Rp.28.000				
20.	Topokki	Rp.17.000		Chuanki	Rp.7.000	

Dari latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH CITA RASA, HARGA DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG SEBLAK MELALUI CUSTOMER VALUE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Pernyataan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di jelaskan dengan Minat Beli Ulang sehingga para konsumen mau membeli produk tersebut, dan dapat diketahui bahwa salah satu cara untuk menarik konsumen dapat dilihat dari cita rasa makanan yang menurut konsumen lezat, serta harga yang ditetapkan dari para penjual itu terjangkau, dan memiliki lokasi yang aman dan nyaman untuk para konsumen.

Maka terciptalah suatu penilaian dari para konsumen terhadap tempat yang sudah mereka kunjungi sebelumnya, setelah para konsumen menilai dari suatu makanan tersebut layak atau tidaknya untuk dikunjungi lagi. Jika para konsumen memberi rating yang baik dan sangat memuaskan otomatis mereka akan Kembali ke toko tersebut untuk membeli lagi. Suatu produk pada dasarnya berkaitan dengan lima hal yaitu cita rasa, harga, lokasi, *customer value* dan minat beli ulang, Cita rasa terkait dengan fungsi dan manfaat dasar dalam suatu produk. Konsumen dalam minat beli ulang yang pernah membeli suatu produk lebih dari satu kali.

Konsumen akan menilai suatu makanan ketika konsumen merasa puas dalam suatu produk yang sudah pernah dibelinya karena ini akan lebih objektif dalam mengevaluasi dari rating yang diberikan oleh para konsumen sendiri dalam menilai suatu makanan di Borneo Foodie Chrispy Banana. Minat beli ulang dimana konsumen yang sudah pernah membeli makanan seblak di Boreno Foodie Chrispy Banana lebih dari satu (1) kali. ini juga untuk mengetahui apakah seblak di Borneo Foodie Chrispy Banana bisa menjadi salah satu makanan yang di sukai bagi para konsumennya dalam memilih suatu makanan yang bisa di santap sehari-hari.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berlandaskan penjelasan dari latar belakang yang sudah di paparkan, sehingga penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap *Customer Value* pada konsumen warung seblak Borneo foodie chrispy banana?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap *Customer Value* pada konsumen warung seblak Borneo foodie chrispy banana?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap *Customer Value* pada konsumen warung seblak Borneo foodie chrispy banana?
4. Apakah *customer value* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo foodie chrispy banana?
5. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana?
6. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana?
7. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana?
8. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana melalui *Customer Value*?
9. Apakah harga berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana melalui *Customer Value*?
10. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana melalui *Customer Value*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah pernyataan apa yang hendak kita capai. Tujuan penelitian dicantumkan dengan maksud yang membaca laporan dapat mengetahui dengan pasti apa tujuan penelitian kita sesungguhnya.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan, maka tujuan penelitian yang di lakukan:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh cita rasa terhadap *Customer Value* konsumen di warung seblak Borneo foodie chrispy banana.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap *Customer Value* pada konsumen warung seblak Borneo foodie chrispy banana.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap *Customer Value* pada konsumen warung seblak Borneo foodie chrispy banana.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *customer value* terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo foodie chrispy banana.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Cita Rasa terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo foodie chrispy banana.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo foodie chrispy banana.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Cita Rasa terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana melalui *Customer Value*.
9. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana melalui *Customer Value*.
10. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen warung seblak Borneo Foodie chrispy banana melalui *Customer Value*.

1.4. Kontribusi Penelitian

Kontribusi dalam penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi teoritis dan kontribusi praktis.

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Penelitian ini merupakan penelitian dalam bidang Ilmu Manajemen Pemasaran dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran terutama tentang faktor-faktor pengaruh pelanggan dalam mengambil keputusan

untuk membeli ulang makanan seblak, khususnya mengenai variabel yang digunakan yaitu, cita rasa, harga, lokasi dan *customer value* dalam membeli ulang makanan seblak di Borneo Foodie Chrispy Banana.

1.4.2 Kontribusi Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberi pandangan pada Ilmu pemasaran khususnya mengenai faktor-faktor pengaruh pelanggan dan tentang bagaimana peran dari cita rasa, harga, lokasi, dan *customer value* dalam membeli ulang akan makanan seblak sehingga diharapkan menjadi bahan pengetahuan kepada pihak Ilmu manajemen pemasaran mengenai faktor yang terdapat dalam minat beli ulang.

a. Bagi Borneo Foodie Chrispy Banana

Penelitian ini dapat diharapkan menjadi bahan masukan dan evaluasi untuk Borneo Foodie Chrispy Banana dalam meningkatkan cita rasa dan harga yang baik bagi para konsumennya.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang serupa.

1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian

Kata “Seblak” berasal dari bahasa sunda adalah makanan khas wilayah bandung dengan cita rasa yang gurih dan pedas, terbuat dari kerupuk basah yang dimasak dengan sayuran dan sumber protein seperti daging ayam, telur, olahan daging sapi dan dimasak dengan kencur. Seblak kini menjadi makanan jajanan jalanan yang digemari berbagai kalangan masyarakat, terutama di wilayah pulau jawa bagian barat. Seiring berkembangnya zaman jajanan tradisional dan kaki lima, seblak bukan hanya disajikan menggunakan topping biasa. Seblak berkembang menjadi makanan yang modern dan mempunyai cita rasa tersendiri bagi penikmatnya. Makanan yang memiliki tekstur yang sangat kenyal ini memiliki rasa yang pedas dan menyegarkan, serta memiliki beberapa variasi, baik rasa maupun bahan tambahan juga kemasan penjualan.

Seblak mulai populer sekitar tahun 2000an yang berasal dari Cianjur yang sudah ada sebelum jaman kemerdekaan di wilayah Parahyangan. Namun yang membedakan antara seblak dengan makanan yang lainnya adalah seblak pada umumnya menggunakan kerupuk oreng dengan bumbu cikiur atau khas Sunda dan disajikan dengan kuah pedas. Seblak juga memiliki dua jenis yang pertama seblak kering, walaupun agak jarang ditemukan adalah kerupuk pedas mirip dengan basreng atau bakso goreng, dan yang kedua adalah Seblak basah adalah seblak makaroni, seblak cekeur, seblak mie basah, seblak tulang, seblak bakso, seblak basreng, seblak batagor, seblak aci, seblak kwetiau, seblak siomay, seblak snack, seblak kikil, seblak telur.

Pada tanggal 27 Februari 2017 telah berdiri sebuah rumah makan seblak yang di beri nama Borneo Foodie Chrispy Banana yang mempunyai ciri khas berwarna kuning untuk menarik perhatian konsumen. Rumah makan ala kuning ini memiliki ciri khas makanan yang sesuai dengan keinginan konsumen seperti rasa makanan yang membedakan dari produk yang lain bisa di lihat dari tampilan makanan tersebut menarik atau tidaknya dan untuk harga seblak itu sendiri sangat terjangkau di semua kalangan, pada saat ini sangat diminati oleh banyak masyarakat dari berbagai usia. Rumah makan Borneo Foodie Chrispy Banana juga memiliki area lokasi yang cukup strategis sehingga mudah di jangkau oleh konsumen. Saat ini banyak masyarakat lebih menginginkan suasana yang nyaman dan selalu berubah-ubah, oleh karena itu seseorang pelaku usaha kuliner harus memperhatikan perkembangan dari setiap usaha-usaha sejenis dan terinovatif agar konsumen tetap loyal. Jika seorang pelaku usaha tidak inovatif maka konsumen akan merasa bosan dengan suasana yang hanya seperti itu saja, oleh karena itu di Seblak Borneo Foodie ini menyediakan ruangan outdoor dan indoor, sehingga tempat Seblak ini menjadi lebih unik dan sangat menarik.

Rumah makan seblak ini memiliki tiga outlet yang terletak di jalan Paris 2, Tanjung Raya 2 dan Swignyo, namun peneliti memfokuskan penelitian pada outlet Borneo Foodie Chrispy Banana yang terletak di jalan Parit Husin 2, Gg. Selasih No.17, Bansir Darat, Kec. Pontianak Tenggara. Alasan peneliti

memfokuskan penelitian di Jalan Parit Husin 2 dikarenakan outlet yang di jalan paris 2 selalu ramai di kunjungi oleh konsumen jika dibandingkan dengan outlet yang terletak di jalan Tanjung Raya 2.

Seblak yang terjadi di paris 2 Kota Pontianak yang sudah pernah saya amati, saya melihat bahwa banyak pengunjung yang membeli seblak tersebut dengan saya menanyakan pada salah satu konsumen seblak yang bernama mbak Friska iya “mengatakan bahwa seblak ini dengan level 3 sudah pas karena memang saya sangat menyukai makanan pedas” untuk mbak kristin “mengatakan bahwa seblak dengan level 4 sudah pas dengan bumbu yang sangat enak serta masakannya masih fresh untuk di nikmati!” untuk harga yang di tawarkan warung makan kepada para konsumen lumayan murah dari yang lain menurut mbak friska harga juga di sini lumayan murah dari seblak yang sebelumnya mereka beli di tempat lain, maka dari itu sayamengutuskan untuk berlangganan seblak di Borneo Foodie Chrispy Banana ini.

Dari pernyataan ini memang untuk harga seblak di Borneo Foodie ini bersahabat di kantong saku kita, menurut mbak friska dan mbak kristin lokasi yang di tempat warung makan Borneo Foodie Chripsy banana ini, memiliki tempat yang nyaman bagi para konsumen yang mau membeli dan menikmati makanan di sekitaran lokasi, karena memiliki ruangan *indoor* dan *outdoor* jadi para konsumen bisa memilih sendiri tempat sesuai dengan kemauan mereka. Setelah itu para konsumen bisa menilai sendiri dari toko yang pernah mereka kunjungi dan mereka mau menilai dengan nilai berapa sesuai dengan apa yang mereka rasakan, bagi para konsumen apabila mereka menilai dengan rating yang sangat tinggi, maka ini menjadi peluang banyak bagi warung seblak ini karena pastinya orang-orang memiliki ketertarikan antara seblak ini untuk mereka nikmati bagi mereka yang mau mencoba dan mereka yang mencintai makanan pedas