

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Konteks Penelitian

Industri kuliner di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dan menjadi salah satu sektor yang berkontribusi terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2025), sektor penyediaan makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 5,04% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).<sup>1</sup> Selain itu, UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia dengan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan menyumbang sekitar 61% terhadap PDB.<sup>2</sup> Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha kuliner untuk terus berinovasi agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

Seblak merupakan makanan khas Sunda berbahan dasar kerupuk dengan kuah bercita rasa pedas yang kini berkembang menjadi salah satu kuliner populer di berbagai daerah, termasuk Kota Kediri.<sup>3</sup> Popularitas seblak tercermin dari tingginya minat masyarakat yang ditunjukkan melalui data Google Trends serta semakin banyaknya pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis.<sup>4</sup> Kondisi tersebut mendorong setiap pelaku

---

<sup>1</sup> “Badan Pusat Statistik Indonesia.” Siaran Pers Badan Pusat Statistik., 2025, <https://www.bps.go.id/id/news/2025/11/05/793/siaran-pers-badan-pusat-statistik.html>.

<sup>2</sup> KPPN Mukomuko, “Pemberdayaan UMKM Menuju UMKM Mukomuko Semakin Maju dan Naik Kelas,” *Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan Republik Indonesia* (Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 23 April 2025), <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/mukomuko/id/data-publikasi/berita-terbaru/3062-pemberdayaan-umkm-menuju-umkm-mukomuko-semakin-maju-dan-naik-kelas.html>.

<sup>3</sup> Amanda Faradina Azahra, “Overview of The Promotion of Seblak SMEs Culinary Products through a Consumer Preference Approach : Case Study Seblak Seuhah,” *Gastronomy and Culinary Art* 2, no. 1 SE-Articles (11 Mei 2023): 17–21, <https://doi.org/10.36276/gastronomyandculinaryart.v2i1.423>.

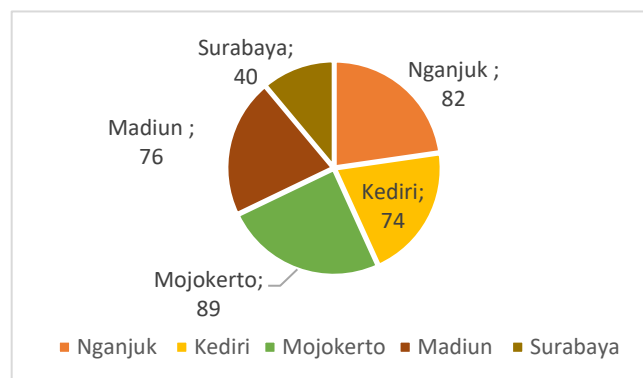
<sup>4</sup> Google, “Data Minat Seblak di Kediri,” *Google Trends* (Google, 7 Januari 2026), <https://trends.google.com/trends/explore?q=Seblak&geo=ID-JI&date=today-5-y#TIMESERIES>.

usaha untuk menghadirkan inovasi produk dan menetapkan harga yang sesuai agar mampu menarik serta mempertahankan kepuasan pelanggan.<sup>5</sup>

Salah satu usaha kuliner yang memanfaatkan peluang tersebut adalah Seblak Ngambek Cabang Kaliombo Kota Kediri. Usaha ini menawarkan berbagai inovasi produk melalui penambahan varian menu, tingkat kepedasan, pilihan topping, serta penyajian yang mengikuti selera konsumen. Selain itu, Seblak Ngambek menerapkan harga yang terjangkau dan transparan sehingga menjadi salah satu daya tarik bagi pelanggan. Namun, di tengah semakin banyaknya usaha seblak di Kota Kediri, inovasi produk dan penetapan harga perlu terus dilakukan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.<sup>6</sup>

**Gambar 1.1**

**Minat Seblak Seiring Waktu**



*Sumber: Data Google Trends Diolah Peneliti Tahun 2026*

Persaingan usaha seblak di Kota Kediri semakin nyata dengan

<sup>5</sup> Ema Pusvita Shelly Rizkita Putri, Putri Ayu Ogari, “Mimbar Agribisnis : Kabupaten Ogan Komering Ulu Strategy And Influence Of Product Quality , Price And Location On Consumer Satisfaction Of Seblak Culinary In Baturaja , Ogan Di Indonesia” 9, no. 2 (2023): 1844–57.

<sup>6</sup> Anisa Wahyu Safitri dan Firda Zulfa Fahrani, “Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah Strategi Peningkatan Kualitas Produk dan Penentuan Harga untuk Menumbuhkan Loyalitas Konsumen pada UMKM Jaguar Tas Pos” 8, no. 46 (2024): 166–78, <https://doi.org/http://doi.org/10.30762/istithmar.v8i2.33>.

hadirnya beberapa merek seblak yang membangun reputasi melalui platform digital, salah satunya Google Maps sebagai media penilaian konsumen. Berdasarkan data Google Maps yang dilakukan peneliti pada bulan November 2025, Seblak Ngambek Kaliombo memperoleh rating 4,5 dengan 366 ulasan. Meskipun ratingnya sedikit lebih rendah dibandingkan Seblak Teh Yahya (4,6), jumlah ulasannya 235, dan Seblak Mak Jah dengan rating 4,5 ulasan 98. Rating dan ulasan pada Google Maps merupakan wujud dari kesediaan pelanggan merekomendasikan suatu usaha, yang mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan secara nyata di era digital.<sup>7</sup> Keunggulan jumlah ulasan tersebut menunjukkan tingginya keterlibatan pelanggan dalam memberikan ulasan terhadap Seblak Ngambek Kaliombo. Kondisi persaingan ini menuntut strategi inovasi produk dan penetapan harga yang tepat sebagai kunci keberhasilan UMKM kuliner dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.<sup>8</sup>

Salah satu keunggulan Seblak Ngambek Kaliombo terletak pada inovasi produk yang diterapkan. Berdasarkan observasi peneliti pada bulan November 2025, usaha ini menyediakan 50 pilihan topping yang dapat dipilih sendiri sesuai keinginan pelanggan, 5 paket seblak (Seblak Ori, Seblak Spesial, Seblak Seafood, Seblak Ceker, dan Seblak Baksos), 2 varian kuah (Otentik Sunda dan Favorit Ngambek), serta pilihan tingkat kepedasan

---

<sup>7</sup> Hendrik Rizqiawan, Iful Novianto, dan Trisa Indrawati, "Efektivitas Google Maps Sebagai Fungsi Promosi dan Media EWOM pada Pelaku Usaha Kuliner Surabaya," *Jurnal Orientasi Bisnis dan Entrepreneurship (JOBS)* 4, no. 2 SE-Articles (21 Desember 2023): 153–65, <https://doi.org/10.33476/jobs.v4i2.4139>.

<sup>8</sup> Safaza Azizah dan Miguna Astuti, "Analisis strategi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Salon Aura Depok dalam menghadapi era new normal pandemi COVID-19.," *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 645–652. 3, no. 2 (2022): 645–52, <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>.

dari level 0 hingga level 15. Keragaman pilihan tersebut disajikan secara rinci pada Tabel 1.1 berikut.<sup>9</sup>

**Tabel 1.1**  
**Daftar Harga Seblak Prasmanan Per Item**

No.	Nama Barang	Harga
1.	Krupuk Kering	Rp. 1.000
2.	Krupuk Urang	Rp. 1.000
3.	Krupuk Tangga	Rp. 1.000
4.	Telur Ayam	Rp. 3.000
5.	Telur Puyuh	Rp. 1.500
6.	Ceker	Rp. 2.000
7.	Tulang Ayam/ Balungan	Rp. 1.500
8.	Makroni	Rp. 1.000
9.	Siomay Mini Kering	Rp. 1.000
10.	Siomay Jumbo Kering	Rp. 1.000
11	Batagor Mini	Rp. 1.000
12	Sawi Hijau	Rp. 1.000
13	Sawi Putih	Rp. 1.000
14	Mie Kwitau	Rp. 2.000
15	Mie Gepeng	Rp. 2.000
16	Mie Kriting	Rp. 1.000
17	Mie Telur	Rp. 2.000
18	Cuanki Lidah	Rp. 1.000
19	Cuanki Tahu	Rp. 1.000
20	Cipet	Rp. 1.000
21	Cikur	Rp. 1.000
22	Otak-Otak Ikan Basah	Rp. 1.500
23	Baso Ikan	Rp. 1.500
24	Baso Krikil	Rp. 500

<sup>9</sup>Hasil observasi oleh peneliti pada bulan November 2025.

No.	Nama Barang	Harga
25	Baso Keju	Rp. 5.000
26	Cilok	Rp. 500
27	Dumpling Keju	Rp. 2.000
28	Dumpling Ayam	Rp. 2.000
29	Dumpling Keju Pedas	Rp. 2.000
30	Sosis Merah	Rp. 2.000
31	Sosis Kuning Jumbo	Rp. 2.000
32	Fishroll	Rp. 2.500
33	Sosis Panjang	Rp. 2.000
34	Chikuwa	Rp. 1.500
35	Ekor Udang	Rp. 2.000
36	Tahu Bakso	Rp. 1.000
37	Dinsum	Rp. 3.000
38	Odeng	Rp. 2.000
39	Jamur Salju	Rp. 2.000
40	Jamur Enoki	Rp. 2.500
41	Kembang Cumi	Rp. 1.500
42	Crabstik	Rp. 2.000
43	Jeruk Limau	Rp. 500
44	Kornet Ayam	Rp. 1.000
45	Cimol Mini	Rp. 1.000
46	Cuanki Tahu Panjang	Rp. 1.000
47	Otak-Otak Kering	Rp. 1.000
48	Indomie Goreng	Rp. 5.000
49	Indomie Soto	Rp. 5.000
50	Indomie Bawang	Rp. 5.000

**Tabel 1.2**  
**Daftar Harga Seblak Paket**

No.	Nama Paket	Harga
1.	Seblak Ori (Krupuk Kriting, Mie Kriting, Sayur, Kornet, Bakso Kerikil)	Rp. 10.000
2.	Baksos (Krupuk Kriting, Mie Kriting, Sayur, Kornet, Bakso Kerikil, Bakso, Sosis Ayam)	Rp. 13.000
3.	Seblak Ceker (Krupuk Kriting, Mie Kriting, Sayur, Kornet, Bakso Kerikil, Ceker)	Rp. 12.000
4.	Seblak Seafood (Krupuk Kriting, Mie Kriting, Sayur, Kornet, Bakso Kerikil, Chikuwa, Bakso, Sosis Ayam, Dumpling Keju)	Rp. 15.000
5.	Seblak Spesial (Krupuk Kriting, Mie Kriting, Sayur, Kornet, Bakso Kerikil, Chikuwa, Bakso, Sosis Ayam, Dumpling Keju, Ceker)	Rp. 18.000

**Tabel 1.3**  
**Varian Kuah**

No.	Nama Varian Kuah
1.	Kuah Favorit Ngambek (Kuah dengan rasa manis gurih yang dibuat oleh seblak ngambek)
2.	Kuah Otentik Sunda (Kuah dengan rasa gurih asin khas sunda)

*Sumber: Observasi lokasi oleh peneliti pada bulan November 2025*

Pada Tabel 1.1, peneliti mengungkap keunikan inovasi produk yang diterapkan Seblak Ngambek Kaliombo. Variasi produk yang beragam

terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena mampu memenuhi kebutuhan berbagai segmen pelanggan.<sup>10</sup> Inovasi yang terus dikembangkan menjadi pembeda utama dari kompetitor sekaligus faktor pendorong kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Selain inovasi produk, penetapan harga juga menjadi elemen penting dalam kepuasan pelanggan. Kotler menjelaskan bahwa harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, yang merupakan jumlah nilai yang ditukarkan konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk atau jasa tersebut.<sup>11</sup> Seblak Ngambek Kaliombo menerapkan pendekatan penetapan harga yang kompetitif dan terjangkau, dengan variasi harga per item mulai dari Rp 500 hingga Rp 5.000 serta harga paket Rp 10.000 – Rp 18.000, yang disesuaikan dengan nilai manfaat yang dirasakan pelanggan. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, manfaat yang diterima, dan kemampuan daya beli konsumen akan memberikan persepsi nilai yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.<sup>12</sup> Harga merupakan salah satu faktor terkuat kepuasan pelanggan di usaha kuliner berskala kecil dan menengah.<sup>13</sup> Hal ini tercermin dari pendapatan harian Seblak Ngambek Kaliombo yang berkisar antara Rp

---

<sup>10</sup>Hasibuan, “Hasibuan C, Ibrahim H. (2023). Strategi Pemasaran Internasional Restoran Cepat Saji Kentucky Fried Chicken (KFC) Untuk Meningkatkan Penjualan Di Kota Medan. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2513-2522.

<sup>11</sup>Indrasari Meithiana, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, ed. oleh Press@unitomo.ac.id, cet. 1 (Jawa Timur, 2019). 36

<sup>12</sup> Yufiansya Fauza Mirad; Yenny Maya Dora, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mixue di Cimahi Utara,” *Jurnal Bisnis, Ekonomi, dan Sains*, no. Vol. 2 No. 1 (2022): *Jurnal Bisnis, Ekonomi, dan Sains* (2022): 260–73, <https://journal.widyatama.ac.id/index.php/bes/article/view/1503/966>.

<sup>13</sup>Meiriyanti Ismayani, Mohammad Yahya Arief, dan Yudha Praja, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ayam Geprek Mbak Mimin Di Jangkar Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*; Vol 3 No 10 (2024): OKTOBER 2024 DO - 10.36841/jme.v3i10.5286, 19 September 2024, <https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/5286>.

1.500.000 pada hari sepi hingga Rp 2.000.000–Rp 2.800.000 pada hari ramai, sebagai indikasi kepuasan pelanggan terhadap harga yang diterapkan.

Meskipun inovasi produk Seblak Ngambek Kaliombo terbilang beragam, peneliti menemukan kendala dalam konsistensi ketersediaan varian topping pada jam-jam tertentu, terutama saat cuaca hujan yang memicu lonjakan permintaan, serta terjadinya penukaran pesanan antar pelanggan pada jam ramai antara pukul 16.30 hingga 20.45 WIB. Tjiptono menyatakan bahwa kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang diterima merupakan inti dari kepuasan pelanggan.<sup>14</sup> Inkonsistensi ketersediaan produk berpotensi menciptakan kesenjangan antara harapan dan pengalaman nyata konsumen, sehingga inovasi produk yang telah dikembangkan perlu didukung manajemen ketersediaan yang lebih sistematis.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu pilar utama keberlanjutan bisnis kuliner karena dapat mempertahankan pelanggan melalui *word-of-mouth* positif jangka panjang. Menurut Tjiptono, indikator kepuasan pelanggan meliputi kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Dalam konteks Seblak Ngambek Kaliombo, ketiga indikator ini berkaitan erat dengan inovasi produk yang ditawarkan dan penetapan harga yang diterapkan. Pelanggan yang merasa puas cenderung kembali berkunjung dan merekomendasikan usaha kepada orang lain, sebagaimana tercermin dalam tingginya ulasan

---

<sup>14</sup>Indrasari Meithiana, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. 90.

positif di Google Maps.<sup>15</sup>

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara inovasi produk, harga, dan kepuasan pelanggan pada sektor kuliner. Penelitian Putri dan Budi<sup>16</sup> menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan. Sementara itu, penelitian Marcheliananda pada Semesta Cafe Caruban<sup>17</sup> menunjukkan bahwa ragam menu berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Meskipun demikian, penelitian yang mengkaji inovasi produk dan penetapan harga secara bersamaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha kuliner seblak masih terbatas, khususnya dengan mengambil objek penelitian Seblak Ngambek Kaliombo Kota Kediri. Gap penelitian tersebut menjadi dasar dilakukannya penelitian ini untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai bagaimana inovasi produk dan penetapan harga diterapkan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pemilihan Seblak Ngambek Kaliombo sebagai fokus penelitian didasarkan pada sejumlah pertimbangan. Pertama, dari sisi inovasi produk, kehadiran 50 varian topping, 5 paket menu, 2 varian kuah, dan level kepedasan 0–15 menjadikan usaha ini sebagai wujud nyata inovasi strategi

---

<sup>15</sup> Hendrik Rizqian, Iful Novianto, and Trisa Indrawati, “Efektivitas Google Maps Sebagai Fungsi Promosi Dan Media EWOM Pada Pelaku Usaha Kuliner Surabaya,” *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)* 4, no. 2 SE-Articles (December 21, 2023): 153–65, <https://doi.org/10.33476/jobs.v4i2.4139>.

<sup>16</sup> Amara Suryani Putri dan Budi Istiyanto, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbal Skincare,” *Journal Scientific of Mandalika (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543* 3, no. 12 SE-Article (20 Desember 2022): 5–17, <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol3iss12pp5-17>.

<sup>17</sup> D. C. Marcheliananda, C., Purwanto, H., & Ari Kadi, “Pengaruh store atmosphere, ragam menu, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Semesta Cafe Caruban.,” *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 5. 7 (2023).

produk di segmen UMKM seblak Kediri. Kedua, dari sisi kinerja pasar, rating Google Maps sebesar 4,5 dengan 366 ulasan menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan mampu menciptakan persepsi kepuasan pelanggan yang tinggi. Ketiga, adanya kondisi pendapatan yang cukup serta kendala operasional yang teridentifikasi menjadi objek kajian yang relevan terhadap kepuasan pelanggan dalam kondisi riil. Keempat, karakteristik penyajian yang unik menggunakan wajan dengan lokasi yang strategis menjadikan usaha ini sebagai objek penelitian ideal bagi pengembangan teori strategi pemasaran lokal yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM lainnya.<sup>18</sup>

Penguatan kualitas produk yang didukung penetapan harga yang tepat menjadi kunci utama peningkatan daya saing UMKM di era digital.<sup>19</sup> Variasi menu, kuah, dan kesesuaian harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner.<sup>20</sup> Ketidakseimbangan antara kualitas produk yang ditawarkan dan harga yang dikenakan secara langsung dapat memengaruhi kepuasan konsumen.<sup>21</sup> Urgensi penelitian ini didasarkan pada meningkatnya ekspektasi konsumen yang tidak hanya mengharapkan cita rasa yang baik, tetapi juga variasi produk yang menarik serta harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima. Inovasi produk dan penetapan harga pada Seblak Ngambek

---

<sup>18</sup> Muh Isram Idris, Elly Purnamasari, dan Etik Sulistiowati Ningsih, “Bauran pemasaran (marketing mix) pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Crab Food MC di Kelurahan Teluk Lerong Ulu Kota Samarinda Kalimantan Timur.,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan* 3, no. 2 SE-Articles (30 Juni 2023): 262–80, <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i2.519>.

<sup>19</sup> Ferawati Usman, “Strategi Bauran Pemasaran dan Dampaknya terhadap Daya Saing UMKM di Era Digital,” *ProBisnis : Jurnal Manajemen* 17, no. 1 (2026): 1–10.

<sup>20</sup> Shepia Shalsabila Putri, “The influence of menu variations and interior design on customer loyalty through customer satisfaction of cafe pizzaku muara badak,” *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 7 (2024).

<sup>21</sup> Goklas Agus et al., “Pengaruh cita rasa dan harga terhadap kepuasan konsumen ragusa es krim italia” 3, no. 1 (2021): 35–49.

Kaliombo menjadikan topik ini penting untuk dikaji secara mendalam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang paling sesuai untuk mengeksplorasi secara mendalam inovasi produk dan harga serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan di Seblak Ngambek Kaliombo. Sugiyono menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena bisnis melalui perspektif orang-orang yang terlibat langsung, termasuk pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan.<sup>22</sup> Pendekatan ini dinilai lebih mampu menghasilkan pemahaman mendalam tentang dinamika inovasi produk dan penetapan harga dibandingkan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan uraian latar belakang, *gap* penelitian, dan urgensi yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Inovasi Produk dan Harga dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Seblak Ngambek Kaliombo Kota Kediri."**

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini membahas tentang inovasi produk dan harga dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Seblak Ngambek Kaliombo, Kota Kediri :

1. Bagaimana inovasi produk yang dilakukan Seblak Ngambek Kaliombo Kota Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana penerapan strategi penetapan harga pada Seblak Ngambek Kaliombo Kota Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. oleh Sofia Yustiyani, Ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2024).

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan inovasi produk yang dilakukan Seblak Ngambek Kaliombo Kota Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Untuk mendeskripsikan penerapan harga pada Seblak Ngambek Kaliombo Kota Kediri dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, terutama di bidang inovasi produk dan harga dalam kepuasan pelanggan di bisnis kuliner. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang inovasi produk dan harga yang efektif dalam kepuasan pelanggan. Hasil studi ini juga dapat menjadi referensi penting dalam merancang inovasi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik produk kuliner. Penelitian ini juga diharapkan menjadi dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas perilaku konsumen dalam konteks bisnis kuliner

2. Kegunaan Secara praktis

- a. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini bertujuan memberikan saran yang berguna bagi para pengelola usaha, khususnya Seblak Ngambek Kaliombo Cabang Kediri, dalam inovasi produk dan harga dalam kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan membantu dalam membuat

inovasi produk yang lebih efektif, sehingga mampu meningkatkan minat beli dan kepuasan pelanggan. Sehingga temuan penelitian ini juga bisa menjadi pedoman dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat dan strategis.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat membantu akademisi memperkaya teori kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini membuka peluang untuk studi lebih lanjut yang berfokus pada dinamika di pasar kuliner. Informasi yang dikumpulkan dapat membantu mahasiswa dan peneliti lain dalam mengembangkan studi yang lebih mendalam tentang subjek tersebut.

b. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat meningkatkan kesadaran publik tentang inovasi produk, harga dan kepuasan pelanggan dalam pertumbuhan bisnis kuliner. Hasil penelitian diharapkan membuat masyarakat lebih menyadari perubahan tren dan preferensi konsumen yang memengaruhi keberhasilan bisnis kuliner.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk membantu peneliti meningkatkan pengetahuan akademik dan memperdalam kemampuan dalam menganalisis masalah secara lebih dalam. Proses penelitian ini juga memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memahami dan menggunakan metode kualitatif secara teratur dan rapi. Hasil dan pengalaman yang didapatkan akan menjadi dasar bagi penelitian di masa depan. Peneliti bisa memanfaatkan temuan ini sebagai awal untuk

menjelajahi berbagai topik terkait inovasi produk, harga, dan kepuasan pelanggan.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

1. "Peran Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM Dolphin Bakery Kota Kediri)." Putri Alifia Ardhana (2024).<sup>23</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk melalui variasi rasa dan kemasan terbukti meningkatkan penjualan UMKM Dolphin Bakery secara signifikan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada kajian inovasi produk pada UMKM di Kota Kediri dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah variabel terikat yang digunakan adalah penjualan, bukan kepuasan pelanggan, serta objek penelitian berupa usaha bakery, bukan kuliner seblak.
2. "Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada UMKM Ecoprint Top Cemerlang Kelurahan Bandar Lor Kecamatan Mojojoto Kota Kediri)." Rinawati, Indah (2025).<sup>24</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk melalui pengembangan desain dan motif ecoprint terbukti meningkatkan volume penjualan UMKM. Persamaan

---

<sup>23</sup> Putri Alifia Ardhana, "" Peran Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM Dolphin Bakery Kota Kediri)."" (UIN Syekh Wasil Kediri, 2024), <https://etheses.iainkediri.ac.id/13552/>.

<sup>24</sup> Indah Rinawati, "Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada UMKM Ecoprint Top Cemerlang Kelurahan Bandar Lor Kecamatan Mojojoto Kota Kediri)" (UIN Syekh Wasil Kediri, 2025), <https://etheses.iainkediri.ac.id/17159/>.

dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji inovasi produk pada UMKM di Kota Kediri menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian yang berupa usaha ecoprint, bukan usaha kuliner seblak, serta variabel terikat yang digunakan adalah penjualan, bukan kepuasan pelanggan.

3. “Analisis Strategi Pemasaran Melalui Inovasi Produk dalam Pengembangan UMKM Ditinjau dari Syariah Marketing (Studi Kasus Produk Cokelat Ibuke di CV. Frenzy Kediri).” Siti Nurafifah (2024).<sup>25</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk yang diterapkan CV. Frenzy Kediri melalui variasi varian cokelat terbukti mampu mengembangkan UMKM dan relevan dengan prinsip syariah marketing. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji inovasi produk pada UMKM di Kota Kediri dengan pendekatan kualitatif dan perspektif syariah. Perbedaannya terletak pada fokus kajian yang diarahkan pada syariah marketing dan pengembangan usaha, bukan kepuasan pelanggan, serta objek penelitian berupa produk cokelat, bukan kuliner seblak.
4. “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai).” Maya Novita (2022)<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Siti Nurafifah, “Analisis Strategi Pemasaran Melalui Inovasi Produk Dalam Pengembangan UMKM Ditinjau Dari Syariah Marketing (Studi Kasus Produk Cokelat Ibuke Di CV. Frenzy Kediri)” (UIN Syekh Wasil Kediri, 2024), <https://etheses.iainkediri.ac.id/13548/>.

<sup>26</sup> Maya Novita, “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai).” (Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2022), <https://share.google/LheaPWtiJSaT03rx1>.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linier berganda dan sampel sebanyak 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, kualitas produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian usaha kerajinan rotan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji variabel inovasi produk dan harga sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen pada UMKM. Perbedaannya adalah metode yang digunakan bersifat kuantitatif, variabel terikat adalah keputusan pembelian bukan kepuasan pelanggan, dan objek penelitian berupa usaha kerajinan non-kuliner.

5. “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian My Coklat Karangingas Semarang.” Virelia Zaky Yunianti (2023)<sup>27</sup> Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linier berganda, 96 responden, purposive sampling, dan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen My Coklat Semarang. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji variabel inovasi produk dan harga terhadap perilaku konsumen pada usaha kuliner dengan pendekatan empiris. Sedangkan perbedaannya adalah metode yang digunakan bersifat kuantitatif, variabel terikat adalah keputusan pembelian bukan kepuasan

---

<sup>27</sup> Virelia Zaky Yunianti, ““Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian My Coklat Karangingas Semarang.”” (Universitas Semarang, 2023), <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2020/B.131.20.0048/B.131.20.0048-15-File-Komplit-20240115083010.pdf>.

pelanggan, terdapat variabel kualitas pelayanan, dan objek penelitian berupa usaha cokelat bukan seblak.

Berdasarkan kelima penelitian terdahulu di atas, terdapat persamaan pada fokus kajian terhadap variabel inovasi produk dan harga serta kaitannya dengan perilaku dan kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada spesifikasi objek penelitian, yaitu usaha kuliner seblak prasmanan khas Sunda di Kota Kediri dengan keunikan 50 varian topping, 5 paket menu, 2 varian kuah, dan 15 level kepedasan. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan variabel terikat kepuasan pelanggan, yang belum pernah dikaji secara spesifik pada objek Seblak Ngambek Kaliombo oleh penelitian sebelumnya.