

Penentuan Persepsi Konsumen dan Produsen Seblak “Preanger” dalam menentukan Kepuasan Konsumen

Determination of Consumer and Producer perceptions of Seblak “Preanger” in Determining Customer Satisfaction

Dyah Kusuma Wardani¹, Nur Azizah¹, Ratih Puspitorini Y.A¹, Paramita Andini¹, Fredy Eka Ardhi Pratama¹

¹ Department of Management Agribusiness, Politeknik Negeri Jember

*dyahwardani@polije.ac.id

ABSTRAK

CV Preanger Karya Nusantara merupakan pelaku usaha makanan yang menawarkan produk seblak dan memiliki citra produk dengan nama Seblak “Preanger”, yang berlokasi di Jalan Sumatra No. 122a, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Kabupaten Jember. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas produk Seblak “Preanger” berdasarkan kepuasan konsumen. Metode yang digunakan adalah *Quality Function Deployment* (QFD). Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode QFD, dengan penilaian perspektif konsumen menghasilkan 10 atribut yaitu warna, aroma, rasa, varian topping, kemasan tidak mudah rusak dan bocor, kualitas bahan baku, desain kemasan menarik, harga, lokasi pembelian, dan *service/pelayan*. Terdapat 4 atribut yang perlu ditingkatkan kualitas seblak yaitu atribut rasa, kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor, kualitas bahan baku, dan harga. Persepsi produsen prioritas perbaikan atribut produk Seblak “Preanger” berdasarkan *House of Quality* adalah menentukan *supplier*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan produsen Seblak “Preanger” dapat mempertimbangkan rekomendasi perbaikan berdasarkan perspektif konsumen atribut rasa, kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor, kualitas bahan baku, dan harga, serta persepsi produsen adalah menentukan *supplier*.

Kata kunci — Kepuasan Konsumen, Rekomendasi Perbaikan, *Quality Function Deployment*

ABSTRACT

CV Preanger Karya Nusantara is a food business that offers seblak products and has a product image with the name Seblak “Preanger”, which is located on Jalan Sumatra No. 122a, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Jember Regency. The purpose of this study was to improve the quality of Seblak “Preanger” products according customer satisfaction. The method used is *Quality Function Deployment* (QFD). Based on the results of the analysis using the QFD method, the consumer perspective assessment resulted in 10 attributes, namely color, aroma, taste, topping variants, packaging is not easily damaged and leaks, quality of raw materials, attractive packaging design, price, purchase location, and *service/servant*. There are 4 attributes that need to be improved, namely taste attributes, product packaging that is not easily damaged and leaked, quality of raw materials, and price. The producer's perception of the priority of improving the product attributes of Seblak “Preanger” based on the *House of Quality* is to determine the *supplier*. With this research, it is hoped that Seblak “Preanger” can consider improvement recommendations based on consumer perspectives on taste attributes, product packaging that is not easily damaged and leaks, quality of raw materials, and price, as well as producer perceptions in determining suppliers.

Keywords — Customer Satisfaction, Improvement Recommendations, *Quality Function Deployment*

 OPEN ACCESS

© 2024. Dyah Kusuma Wardani, Nur Azizah, Ratih Puspitorini Y.A, Paramita Andini, Fredy Eka Ardhi P



Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Makanan pedas identik dengan makanan yang berwarna merah. Makan pedas adalah makanan yang umumnya mengandung cabai, lada atau rempah yang memberikan rasa pedas pada sebuah makanan. Salah satu makanan pedas yang dianggap cukup ramai dan digemari saat ini adalah seblak.

Seblak merupakan makanan Indonesia yang memiliki cita 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 [1]. Asal usul seblak berasal dari daerah Sumpiuh, Jawa Tengah, karena seblak sangat mirip dengan makanan rakyat kecil dari Sumpiuh yaitu *Krupuk Godog* yang sudah populer sejak tahun 1940an, sementara seblak baru populer ditahun 2000an. Seblak juga sudah ada di daerah Cianjur dari sebelum kemerdekaan dan saat ini seblak dapat ditemukan di berbagai pelosok tidak hanya di daerah Jawa Tengah di daerah asalnya.

Kota Jember merupakan salah satu kota yang terdampak demam seblak. Terdapat empat warung seblak yang banyak dicari dan direkomendasikan di Kota Jember pada tahun 2022. Warung Seblak Mang Ateng, Warung Seblak Aldous, Warung Seblak "Preanger", dan Warung Seblak Abah Empat warung seblak dari data di atas, Seblak "Preanger" termasuk dalam salah satu warung seblak yang banyak di cari dan direkomendasikan di Kota Jember [2].

CV. Preanger Karya Nusantara merupakan salah satu pelaku usaha yang menawarkan produk seblak dan memiliki citra produk dengan nama Seblak "Preanger". CV. Preanger Karya Nusantara memiliki 25 outlet di wilayah Indonesia. Salah satu outlet CV. Preanger Karya Nusantara yaitu di wilayah Jember yang berlokasi di Jl. Sumatra No. 122a, Sumpersari, Kecamatan Sumpersari, Kabupaten Jember sebagai outlet utama. Namun, Seblak "Preanger" sering mengalami komplain dari konsumen terhadap kualitas produk seblak. Komplain yang sering didapat berupa pesanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen seperti topping seblak tertukar, pesanan tidak sesuai dengan keinginan konsumen, dan pesanan tertukar. Komplain konsumen juga terdapat pada

kebersihan produk, dimana sering ditemukan adanya rambut pada seblak, potongan plastik, dan sebagainya. Komplain tersebut disampaikan oleh konsumen melalui *WhatsApp* layanan konsumen Seblak "Preanger".

Permasalahan yang dialami oleh Seblak "Preanger" belum dapat memenuhi keinginan konsumen. Kondisi usaha dalam persaingan yang ketat, maka pelaku usaha harus memprioritaskan tingkat kepuasan konsumen agar konsumen tetap loyal dan tidak beralih ke produk pesaing. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mempertahankan produk dan meningkatkan daya saing produk yaitu dengan adanya peningkatan kualitas produk dengan cara memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen maka perlu diadakannya suatu metode *Quality Function Deployment* (QFD).

2. Metodologi

Peningkatan kepuasan konsumen Seblak "Preanger" pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode QFD. Metode QFD adalah sebuah pendekatan sistematis yang digunakan untuk menentukan keinginan konsumen dan menerjemahkan keinginan tersebut ke dalam desain teknis, *manufacturing*, dan perencanaan produksi yang tepat [3]. Untuk dapat memperoleh informasi yang diinginkan oleh konsumen diperlukan suatu metode umum yang dilakukan yakni:

- Wawancara
- Kuesioner

Dimensi kualitas yang digunakan adalah 8 dimensi [4]. Penelitian ini menggunakan 7 dari 8 dimensi kualitas produk adalah kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), kehandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), kegunaan (*serviceability*), estetika (*aesthetics*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Atribut kualitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah warna, aroma, rasa, varian topping, kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor, kualitas bahan baku, desain kemasan menarik, harga, lokasi pembelian, dan *service/pelayanan*.



3. Pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen Seblak “Preanger” dan Seblak Mang Ateng. Seblak Mang Ateng dipilih sebagai kompetitor dikarenakan memiliki keunggulan dan terkenal di kawasan tersebut. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diperoleh responden sebesar 60 responden dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Karakteristik	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	18	30
	Perempuan	42	70
Usia	17-26	51	85
	27-36	9	15
	37-50	-	-
Pekerjaan	Ibu rumah tangga	2	3,3
	Mahasiswa	37	61,7
	Wiraswasta	7	11,7
	Lain-lain	14	23,3
Frekuensi pembelian /bulan	a. 1-3 kali	-	-
	b. >3 kali	60	100

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2. Hasil Uji Instrumen

3.2.1. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data kepuasan konsumen terhadap Seblak “Preanger” dan Seblak Mang Ateng, serta tingkat kepentingan atribut produk seblak, dapat dikatakan valid karena nilai R hitung lebih besar dari R tabel (0,254).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kuesioner Berdasarkan Kepuasan Konsumen Produk Seblak “Preanger” dan Seblak Mang Ateng

Pertanyaan	Seblak “Preanger”	Seblak Mang Ateng	R tabel	Keterangan
	R Hitung	R Hitung		
Warna	0,477	0,523	0,254	Valid
Aroma	0,475	0,541	0,254	Valid
Rasa	0,482	0,642	0,254	Valid
Variasi topping	0,491	0,678	0,254	Valid
Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor	0,476	0,508	0,254	Valid
Kualitas bahan baku	0,478	0,565	0,254	Valid
Pertanyaan	Seblak “Preanger”	Seblak Mang Ateng	R tabel	Keterangan
Desain kemasan menarik	0,449	0,424	0,254	Valid
Harga	0,469	0,437	0,254	Valid
Lokasi pembelian	0,472	0,540	0,254	Valid
Service/pe layanan	0,480	0,444	0,254	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepentingan Konsumen Produk Seblak

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Warna	0,499	0,254	Valid
Aroma	0,566	0,254	Valid
Rasa	0,681	0,254	Valid
Variasi topping	0,692	0,254	Valid
Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor	0,489	0,254	Valid



Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas bahan baku	0,382	0,254	Valid
Desain kemasan menarik	0,510	0,254	Valid
Harga	0,407	0,254	Valid
Lokasi pembelian	0,540	0,254	Valid
Service/pelayanan	0,409	0,254	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2.2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik, karena nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Oleh karena itu, instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam penelitian ini

dapat digunakan kembali untuk mengukur objek yang sama pada waktu yang berbeda, dengan asumsi bahwa hasilnya akan tetap sama atau konsisten.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Jenis Kuesioner Konsumen	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Seblak "Preanger"	0,616	Reliabel
Kepuasan Seblak Mang Ateng	0,708	Reliabel
Kepentingan Produk Seblak	0,688	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Gambar 1. Matriks House Of Quality

Seblak Preanger Fase 1	Persepsi Produsen				ITC	CSP Seblak Preanger	CSP Seblak Mang Ateng	GOAL	SALES POINT	IR	RAW WEIGHT	NRW
	Menenentukan supplier	Pemilihan bahan baku	Proses pengolahan sesuai takaran	Pengemasan sesuai standar perusahaan								
Warna	●	●	●		4.00	4.10	3.98	4.10	1.20	1.00	4.80	0.09
Aroma			●		4.10	4.11	4.10	4.11	1.50	1.00	6.15	0.11
Rasa			●		4.23	4.25	4.20	4.28	1.50	1.01	6.39	0.12
Varian topping	●	●	●		4.23	4.20	4.15	4.20	1.20	1.00	5.08	0.09
Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor				●	4.31	3.98	4.30	4.30	1.50	1.08	6.98	0.13
Kualitas bahan baku	●	●			4.20	4.01	4.10	4.10	1.50	1.02	6.44	0.12
Desain kemasan menarik				●	4.17	4.01	3.98	4.01	1.00	1.00	4.17	0.08
Harga	●	○	●		4.15	3.97	4.13	4.13	1.50	1.04	6.48	0.12
Lokasi pembelian	△				4.18	4.05	4.03	4.05	1.20	1.00	5.02	0.09
Service/pelayanan				△	4.10	4.00	3.98	4.00	1.20	1.00	4.92	0.09
Nilai Matriks Interaksi	3.87	3.06	3.69	3.06								
Kontribusi	28.29	22.37	26.97	22.37								
Prioritas	1	3	2	4								
Nilai Pengolahan Seblak	4.07	4.09	4.17	3.99								

3.2.3. Importance to Customer (ItC)

Hasil perhitungan Importance to Customer (ItC) adalah gambaran tingkat kepentingan dari harapan konsumen dalam mendapatkan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Nilai ItC tertinggi untuk produk seblak sebesar 4,31 yaitu Kemasan produk tidak mudah rusak dan

bocor. Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor dijadikan prioritas utama oleh konsumen karena keamanan kemasan seblak harus tidak mudah tumpah dan tidak mudah pecah.

Tabel 4. Nilai Importance to Customer (ItC)

No.	Harapan Konsumen	ItC
1	Warna	4*



No.	Harapan Konsumen	ItC
2	Aroma	4,1
3	Rasa	4,23
4	Variasi topping	4,23
5	Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor	4,31**
6	Kualitas bahan baku	4,2
7	Desain kemasan menarik	4,17
8	Harga	4,15
9	Lokasi pembelian	4,18
10	Service/pelayanan	4,1

Catatan: Nilai Rendah (*), Nilai Tinggi (**)

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2.4. Customer Satisfaction Performance (CSP)

Hasil nilai CSP menunjukkan bahwa nilai atribut produk Seblak “Preanger” memiliki nilai lebih tinggi dari produk pesaing, yaitu terdiri dari 6 atribut meliputi warna, aroma, varian topping, desain kemasan menarik, lokasi pembelian, dan *service*/pelayanan. Nilai atribut produk pesaing yang memiliki nilai tinggi meliputi rasa, kemasan produk tidak mudah rusak, kualitas bahan baku, dan harga. Hal ini menunjukkan bahwa Seblak “Preanger” masih perlu memperbaiki dan meningkatkan kualitas atribut produk yang masih berada di bawah pesaing meskipun secara keseluruhan perhitungan tingkat kepuasan konsumen produk Seblak “Preanger” lebih baik dari pada produk pesaing.

Tabel 5. Nilai *Customer Satisfaction Performance*

No.	Atribut	Seblak “Preanger”	Seblak Mang Ateng
1	Warna	4,1	3,98
2	Aroma	4,11	4,1
3	Rasa	4,25*	4,28**
4	Variasi topping	4,2	4,15
5	Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor	3,98*	4,3**

No.	Atribut	Seblak “Preanger”	Seblak Mang Ateng
6	Kualitas bahan baku	4,01*	4,1**
7	Desain kemasan menarik	4,01	3,98
8	Harga	3,97*	4,13**
9	Lokasi pembelian	4,05	4,03
10	Service/pelayanan	4	3,98

Catatan: Nilai Rendah (*), Nilai Tinggi (**)

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2.5. Goal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 atribut produk Seblak “Preanger” yang memiliki nilai di bawah produk Seblak Mang Ateng yaitu rasa, kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor, kualitas bahan baku, dan harga. Nilai atribut produk tersebut perlu ditingkatkan karena masih kurang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tabel 6. Nilai target (*Goal*)

No.	Atribut	Goal	Keterangan
1	Warna	4,1	Dipertahankan
2	Aroma	4,11	Dipertahankan
3	Rasa	4,28	Ditingkatkan
4	Variasi topping	4,2	Dipertahankan
5	Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor	4,3	Ditingkatkan
6	Kualitas bahan baku	4,1	Ditingkatkan
7	Desain kemasan menarik	4,01	Dipertahankan
8	Harga	4,13	Ditingkatkan
9	Lokasi pembelian	4,05	Dipertahankan
10	Service/pelayanan	4	Dipertahankan

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2.6. Improvement Ratio (IR)

Hasil perhitungan nilai IR menunjukkan bahwa atribut kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor merupakan nilai tertinggi dari seluruh atribut yang ada.



Tabel 7. Nilai *Improvement Ratio*

No.	Atribut	CSP Seblak "Preanger"	Goal	IR
1	Warna	4,1	4,1	1
2	Aroma	4,11	4,11	1
3	Rasa	4,25	4,28	1,01
4	Variasi topping	4,2	4,2	1
5	Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor	3,98	4,3	1,08
6	Kualitas bahan baku	4,01	4,1	1,02
7	Desain kemasan menarik	4,01	4,01	1
8	Harga	3,97	4,13	1,04
9	Lokasi pembelian	4,05	4,05	1
10	Service/pelayanan	4	4	1

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2.7. Sales Point (SP)

Nilai SP yang menunjukkan titik penjualan kuat ada pada atribut aroma, rasa, kemasan tidak mudah rusak dan bocor, kualitas bahan baku, dan lokasi pembelian. Atribut yang telah memiliki nilai penjualan tinggi menggambarkan bahwa atribut tersebut sangat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian Seblak "Preanger".

Tabel 8. Nilai *Sales Point*

No.	Atribut	Nilai Sales Point
1	Warna	1,2
2	Aroma	1,5
3	Rasa	1,5
4	Variasi topping	1,2
5	Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor	1,5
6	Kualitas bahan baku	1,5
7	Desain kemasan menarik	1
8	Harga	1,5
9	Lokasi pembelian	1,2
10	Service/pelayanan	1,2

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2.8. Raw Weight (RW)

Nilai RW tertinggi adalah atribut kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor dengan nilai 6,98. Hal ini menunjukkan atribut kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor merupakan prioritas utama yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Tabel 9. Nilai *Raw Weight* (RW)

No	Atribut	ItC	IR	SP	RW	Prioritas
1	Warna	4	1	1,2	4,8	9
2	Aroma	4,1	1	1,5	6,15	5
3	Rasa	4,23	1,01	1,5	6,39	4
4	Variasi topping	4,23	1	1,2	5,08	6
5	Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor	4,31	1,08	1,5	6,98	1
6	Kualitas bahan baku	4,2	1,02	1,5	6,44	3
7	Desain kemasan menarik	4,17	1	1	4,17	10
8	Harga	4,15	1,04	1,5	6,48	2
9	Lokasi pembelian	4,18	1	1,2	5,02	7
10	Service/pelayanan	4,1	1	1,2	4,92	8

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2.9. Normalized Raw Weight

Empat nilai NRW teratas merupakan kepentingan akhir atribut yang harus diperbaiki oleh perusahaan.



Tabel 10. Nilai *Normalized Raw Weight*

No.	Atribut	NRW
1	Warna	0,09
2	Aroma	0,11
3	Rasa	0,12**
4	Variasi topping	0,09
5	Kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor	0,13**
6	Kualitas bahan baku	0,12**
7	Desain kemasan menarik	0,08*
8	Harga	0,12**
9	Lokasi pembelian	0,09
10	Service/pelayanan	0,09

Catatan: Nilai Rendah (*), Nilai Tertinggi (**)

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2.10. Respon Teknis

Terdapat empat respon teknis yang diberikan untuk menjawab harapan dan keinginan konsumen terkait atribut-atribut tersebut untuk menjawab harapan dan keinginan konsumen adalah menentukan *supplier*, pemilihan bahan baku, proses pengolahan sesuai takaran, dan pengemasan sesuai standar perusahaan.

3.2.11. Hubungan Respon Teknis dengan Atribut Produk

Hubungan respon teknis dengan setiap atribut atau *relationship matrix* menunjukkan keterkaitan hubungan antar keduanya yang digambarkan dalam bentuk simbol hubungan yaitu lemah (Δ), sedang (\circ), dan sangat kuat (\bullet). Berdasarkan hasil penilaian responden ahli menunjukkan bahwa terdapat 14 simbol hubungan kuat, 1 simbol hubungan sedang, 2 simbol hubungan lemah dan sisanya tidak ada hubungan.

3.2.12. Matriks Interaksi dan Kontribusi

Hasil perhitungan matriks interaksi menunjukkan nilai tertinggi yaitu respon teknis menentukan *supplier* sebesar 3,87. Memperoleh bahan baku makanan merupakan kegiatan yang sangat penting guna memperoleh produk yang berkualitas [5]. Oleh

karena itu, produk yang berkualitas mengharuskan perusahaan mampu menentukan dan memilih *supplier* untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Nilai kontribusi tertinggi sebesar 28,29% menunjukkan respon teknis menentukan *supplier*. Atribut yang perlu diprioritaskan yaitu kemasan tidak mudah rusak dan bocor. Hal ini menunjukkan dalam menentukan *supplier* juga dibutuhkan pada *supplier* kemasan. Oleh karena itu respon teknis tersebut harus diterapkan oleh perusahaan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Tabel 11. Nilai matriks Interaksi dan Kontribusi

No	Respon Teknis	Nilai Interaksi	Kontribusi (%)	Prioritas
1	Menentukan <i>supplier</i>	3,87	28,29	1
2	Pemilihan bahan baku	3,06	22,37	3
3	Proses pengolahan sesuai takaran	3,69	26,97	2
4	Pengemasan sesuai standar	3,06	22,37	4
Jumlah			100%	

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

3.2.13. Benchmarking

Hasil *benchmarking* tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap Seblak "Preanger" terkait dengan atribut harga, kualitas bahan baku, rasa dan kemasan yang tidak mudah rusak dan bocor, yang dipengaruhi oleh proses pengolahan pada Seblak "Preanger".

Tabel 12. Nilai Pengolahan Seblak "Preanger"

No.	Respon Teknis	Seblak "Preanger"
1	Menentukan <i>supplier</i>	4,07
2	Pemilihan bahan baku	4,09
3	Proses pengolahan sesuai takaran	4,17



No.	Respon Teknis	Seblak "Preanger"
4	Pengemasan sesuai standar perusahaan	3,99

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai kepuasan dan kepentingan konsumen Seblak "Preanger" menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) adalah atribut yang mampu mempengaruhi kualitas produk Seblak "Preanger" berdasarkan prespektif konsumen terdapat 10 atribut yaitu warna, aroma, rasa, varian topping, kemasan tidak mudah rusak dan bocor, kualitas bahan baku, desain kemasan menarik, harga, lokasi pembelian, dan *service/pelayan*.

Berdasarkan penilaian kompetitif atribut kualitas produk menurut perspektif konsumen antar kompetitor Seblak "Preanger" berdasarkan nilai CSP terdapat 4 atribut yang perlu ditingkatkan kualitasnya yaitu atribut rasa, kemasan produk tidak mudah rusak dan bocor, kualitas bahan baku, dan harga. Serta terdapat 6 atribut produk yang harus dipertahankan kualitasnya yaitu warna, aroma, variasi topping, desain kemasan menarik, lokasi pembelian, dan *service/pelayan*.

Urutan atribut berdasarkan penilaian perspektif konsumen yang mampu mempengaruhi kualitas produk Seblak "Preanger" adalah berdasarkan nilai NRW yang telah dihasilkan adalah dimulai dari rasa, kualitas bahan baku, lokasi pembelian, aroma, harga, variasi topping, kemasan tidak mudah rusak dan bocor, *service/pelayan*, dan warna. Prioritas perbaikan atribut produk berdasarkan persepsi produsen Seblak "Preanger" adalah berdasarkan *House of Quality* adalah menentukan *supplier*.

Daftar Pustaka

- [1] Rimadias, S., R. Samuel, Z. Zaidan, V. Lifa, R. Riani, and D. Dhamayanti. 2023. "PENINGKATAN PERAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL PADA UKM MIKRO RAJA SEBLAK MUMUNGGANG." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(2):1418–24.
- [2] Choiroh, A. 2023. "4 Rekomendasi Warung Seblak Paling Enak Di Jember, Murah Meriah, Kuah Pedasnya Nendang Abis." Retrieved (<https://jember.jatimnetwork.com/jember/amp/pr-516433438/4-rekomendasi-warung-seblak-paling-enak-di-jember-murah-meriah-kuah-pedasnya-nendang-abis?page=1>).
- [3] Wijaya, T. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- [4] Tjiptono, Fandy. 2001. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [5] Agustin, D. 2006. "Teknik Pemilihan Dan Penyimpanan Bahan Baku." *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* 4(1).

