

IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING MIX DAN SERVQUAL UNTUK MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN SEBLAK PRASMANAN MYE MOTHER

Muhamad Ibnu Mujib^{1*}, Ema Nurzainul Hakimah², Susi Damayanti³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

ibnumujib1986@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk: 26/06/2026

Tanggal Revisi: 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

The purpose of this study is to determine the implementation of marketing mix strategies and customer perceptions regarding service quality. This study is a qualitative study using the transcendental phenomenology method, interviews were conducted in depth with owners, employees and customers. Research data analysis techniques using phenomenology. The results of the study indicate that Seblak Prasmanan Mye Mother to create customer loyalty uses a marketing mix strategy, namely (product): maintaining quality taste, (price): setting affordable prices according to the market, (place): maintaining cleanliness, neatness and arrangement of the place, (promotion): consistent uploading and making attractive promotions, (people): maintaining friendliness and appearance, (process): fast and accurate service process, (physical evidence): providing wifi facilities, fans and free parking. Shows a real relationship between marketing strategies and customer loyalty, a guideline for culinary business actors to increase competitiveness in the modern era.

Keywords: marketing mix, service quality, loyalty

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui implementasi strategi *marketing mix* dan persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan metode fenomenologi transendental, wawancara dilakukan secara mendalam pada pemilik, karyawan dan pelanggan. Penelitian teknik analisis data menggunakan fenomenologi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Seblak Prasmanan Mye Mother untuk menciptakan loyalitas pelanggan menggunakan strategi *marketing mix* yaitu (produk) : mempertahankan kualitas rasa, (harga) : menetapkan harga terjangkau sesuai pasaran, (tempat) : menjaga kebersihan, kerapian dan penataan tempat, (promosi) : konsisten *upload* dan membuat promosi menarik, (orang) : menjaga keramahan dan penampilan, (proses) : proses pelayanan cepat dan tepat, (bukti fisik) : pemberian fasilitas wifi, kipas angin dan parkir gratis. Menunjukkan hubungan nyata antara strategi pemasaran dan loyalitas pelanggan, pedoman bagi pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan daya saing era modern.

Kata Kunci: bauran pemasaran, kualitas pelayanan, loyalitas

PENDAHULUAN

Sektor makanan dan minuman (F&B) di Indonesia menempati porsi signifikan dalam ekonomi domestik dan menunjukkan ukuran pasar yang besar, menurut ringkasan data dari laporan Euromonitor yang dikomunikasikan melalui USDA, nilai penjualan ritel makanan dan minuman kemasan pada 2022 diperkirakan mencapai sekitar USD 40,11 miliar ($\pm$ Rp 601,65 triliun) angka yang menandakan adanya permintaan domestik yang kuat sekaligus intensitas persaingan di berbagai subsektor F&B [1]. Angka agregat ini relevan karena menegaskan bahwa usaha-usaha kecil seperti seblak prasmanan beroperasi dalam ekosistem pasar yang ramai, sehingga strategi pemasaran dan kualitas layanan menjadi pembeda penting dalam memenangkan pelanggan.

Perubahan preferensi konsumen memberi dampak signifikan pada model bisnis F&B generasi milenial dan Gen-Z, misalnya tak hanya menilai makanan berdasarkan rasa, tetapi berdasarkan pengalaman, kemudahan akses lokasi, kenyamanan tempat, kecepatan layanan, konsistensi kualitas, dan kemampuan outlet berkomunikasi lewat platform digital. Kecenderungan ini mendorong pelaku usaha untuk selalu melakukan inovasi strategi pemasaran maupun strategi pelayanan jasanya. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi ketatnya persaingan adalah melalui implementasi *marketing mix* (bauran pemasaran) yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.

Bagian yang tak kalah penting dari strategi pemasaran yaitu strategi pelayanan jasa (*SERVQUAL*). Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen ada lima yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya dan kemudahan[2]. Dengan adanya pelayanan yang tepat diharapkan mampu

memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan agar menambah nilai positif citra perusahaan dimata pelanggan. Metode ini memungkinkan penilaian kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Penilaian dilakukan terhadap lima aspek kualitas pelayanan, yaitu : *tangibles* yang berarti bukti nyata, *reliability* yang artinya kehandalan, *responsiveness* yang berarti kemampuan untuk merespons, *assurance* yang berarti jaminan, dan *empathy* yang berarti perhatian.

Seblak Prasmanan Mye Mother yang terletak di Kemaduh, Kecamatan Baron, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur yang menyediakan seblak berbagai level dengan banyak pilihan topping yang beragam yang bisa diambil secara bebas/prasmanan serta pelanggan bebas memilih dan mengajukan permintaan kuah sesuai dengan selera masing-masing. Seblak Prasmanan Mye Mother juga banyak fasilitas pendukung lainnya seperti, tempat makan yang luas dan nyaman dilengkapi dengan kipas angin serta free WiFi bagi pelanggan yang makan ditempat serta didukung juga dengan tempat parkir yang luas dan aman yang membuat pelanggan merasa nyaman. Promosi mereka menggunakan media online dan offline dengan begitu penjualan bisa datang dari dua arah.

Dalam loyalitas di Seblak Prasmanan Mye Mother banyak pelanggan yang merasa cocok dengan produk, pelayanan dan merasa nyaman atas fasilitas yang diberikan. Banyak pelanggan baru yang datang karena adanya rekomendasi yang diberikan oleh teman atau saudara terdekat yang pernah atau sering melakukan pembelian di Seblak Prasmanan Mye Mother. Di Seblak Prasmanan Mye Mother pelanggan bebas memilih topping sesuai dengan *budget* sehingga pelanggan bisa menikmati seblak walaupun dengan budget yang terbatas. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang tepat agar Seblak Prasmanan Mye Mother memiliki keunggulan bersaing dan berkelanjutan usaha ditengah persaingan kompetitor lain serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Marketing Mix merupakan alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan secara berulang-ulang untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan[3]. Tujuan pemasaran perusahaan dapat tercapai apabila seluruh unsur-unsur *marketing mix* dirancang dengan efektif dan bisa berjalan dengan optimal. Selain memadukan unsur-unsur *marketing mix*, perusahaan dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memastikan bahwa semua unsur *marketing mix* berjalan sesuai prosedur dan langkah yang diambil perusahaan dapat mendukung tercapainya target pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) memiliki peranan penting dalam mendukung pengaruh pelanggan dalam menciptakan ketertarikan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, oleh karena itu bauran pemasaran menjadi bagian rangkuman strategi pemasaran yang akan menjadi petunjuk dalam tingkat keberhasilan pemasaran.

Kualitas layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan sebagai suatu yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan[4]. Loyalitas pelanggan merupakan hasil dari terciptanya kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Loyalitas ini memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan usaha perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka dapat diambil keputusan mengenai tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan strategi bauran pemasaran 7P yang tepat agar usaha Seblak Prasmanan Mye Mother memiliki keunggulan bersaing dan keberlanjutan usaha ditengah persaingan kompetitor lain serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian ini menghasilkan kesimpulan berupa data deskriptif yang secara mendalam, rinci dan detail, dan bukan berupa angka-angka. Dengan menggunakan metode fenomenologi transendental, peneliti ingin mencari sumber data berdasarkan persepsi dan pengalaman pelanggan. Penelitian kualitatif adalah proses memahami fenomena secara keseluruhan melalui deskripsi dengan kata-kata dan bahasa tentang apa yang dialami subjek penelitian, termasuk perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks tertentu dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah[5]. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan metode pengamatan secara langsung, wawancara secara mendalam dan dokumentasi pada objek penelitian sehingga menghasilkan data yang rinci.

Teknik pemilihan informan dalam penelitian kualitatif harus didasarkan pada kriteria 5R, yaitu relevansi, rekomendasi, hubungan baik, kesiapan, dan jaminan[6]. Kriteria ini membantu peneliti memastikan bahwa informan yang dipilih benar-benar memahami fenomena yang diteliti. Hal ini sejalan dengan pendekatan

fenomenologis, yang mensyaratkan informan memiliki pengalaman langsung dan relevan dengan fenomena tersebut sehingga makna pengalaman mereka dapat dieksplorasi secara mendalam.

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik analisis data fenomenologi, dengan mengutamakan analisis data berdasarkan fenomena yang dialami key informan. Dalam menganalisis data diperlukan observasi mendalam untuk menelaah data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan mengamati fenomena yang terjadi antara informan dan responden dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Ada lima teknik analisis data yang dapat digunakan dalam menganalisis data kualitatif yaitu *noema*, *epoche*, *noesis*, *eidetic reduction*, dan *intentional analysis* [7].

Teknik keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan triangulasi sumber data dengan cara membandingkan dan mengecek kredibilitas dengan cara membandingkan dan mencari kebenaran dari sumber yaitu pemilik, karyawan, pelanggan milenial dan pelanggan gen Z. Pada teknik ini lebih ditekankan pada analisis data yang diperoleh apakah sudah akurat, valid dan terpercaya. Sehingga dalam penelitian ini harus dilengkapi dengan bukti dokumentasi dan laporan hasil wawancara agar data penelitian yang diperoleh bisa terjamin keabsahannya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

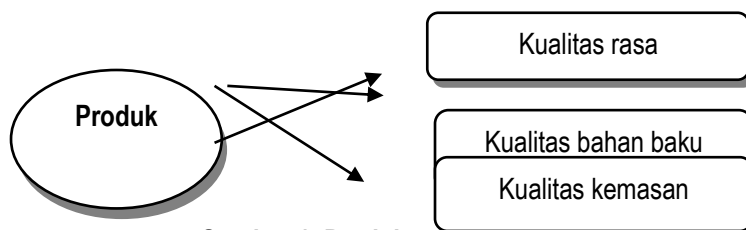
Sebelum dilakukan analisis data fenomenologi transendental, peneliti terlebih dahulu melakukan triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data yang diperoleh dari hasil wawancara. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi yang disampaikan oleh empat informan yang terdiri atas pemilik usaha, karyawan, pelanggan milenial, dan pelanggan Generasi Z. Hasil triangulasi menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki pandangan yang relatif sama mengenai strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh Seblak Prasmanan Mye Mother. Seluruh informan menyatakan bahwa kualitas produk yang konsisten, harga yang sesuai dengan kemampuan pelanggan, kenyamanan tempat usaha, promosi yang menarik melalui media sosial, keramahan dalam pelayanan, proses pelayanan yang cepat dan tepat, serta ketersediaan fasilitas pendukung menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan tetap loyal terhadap usaha tersebut. Dengan adanya kesesuaian informasi dari berbagai sumber, data penelitian dinilai kredibel dan dapat digunakan sebagai dasar dalam proses analisis fenomenologi transendental.

Penelitian ini menggunakan analisis data fenomenologi, data yang diperoleh didasarkan pada fenomena dari pengalaman yang dialami oleh informan. Analisis data menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yang sudah dijelaskan sebelumnya agar dapat memberikan informasi yang tepat dan benar dalam memeriksa data dari survei dengan mengamati fenomena yang terjadi antara informan dan responden. Dalam analisis data kualitatif ada lima teknik analisis data yang dapat digunakan dalam menganalisis data kualitatif yaitu *noema*, *epoche*, *noesis*, *eidetic reduction*, dan *intentional analysis*[7].

Berikut ini adalah hasil dari penelitian Seblak Prasmanan Mye Mother setelah melakukan beberapa tahap wawancara dan observasi :

Eidetic Reduction

1. Produk (*product*)



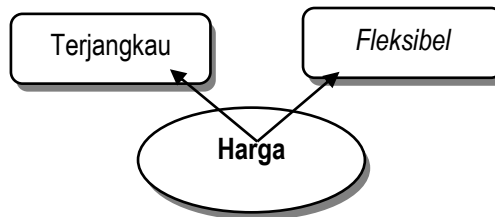
Gambar 1. Produk

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Berkaitan dengan produk, terdapat beberapa alasan terciptanya loyalitas pelanggan antara lain :

- Produk memiliki kualitas produk yang bagus karena sangat memprioritaskan konsumen, menjaga kualitas rasa seblak dan menggunakan bumbu yang banyak.
- Produk selalu menjaga kualitas bahan baku dan topping yang digunakan, selalu memastikan kualitas bahan baku dan topping selalu *fresh* dan terjaga kualitasnya sebelum buka.
- Produk selalu menjaga kualitas produk menggunakan menggunakan kemasan yang premium.

2. Harga (*price*)



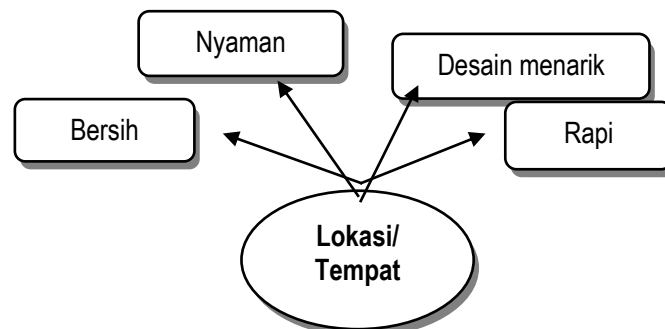
Gambar 2. Harga

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Berkaitan dengan harga produk, terdapat beberapa alasan terciptanya loyalitas pelanggan antara lain :

- Penetapan harga sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat sekitar dan menyesuaikan dengan harga pasaran dilingkungan sekitar.
- Penetapan harga menyesuaikan dengan keuangan pelanggan karena berkonsep prasmanan, bebas ambil sehingga sesuai dengan selera dan kemampuan keuangan pelanggan.

3. Tempat (*place*)



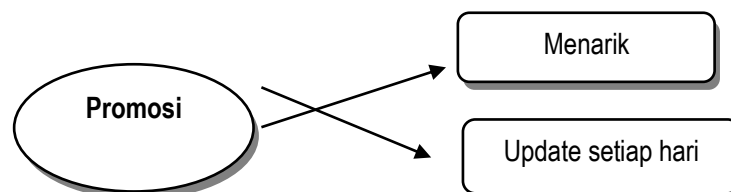
Gambar 3. Tempat

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Berkaitan dengan lokasi/tempat, terdapat beberapa alasan terciptanya loyalitas pelanggan antara lain :

- Tempat sangat terjaga kebersihannya sehingga membuat pelanggan menjadi nyaman.
- Desain dan penataan bagus dan menarik sehingga menambah keindahan tempat.
- Penataan menu topping rapi sehingga menarik perhatian pelanggan.

4. Promosi (*promotion*)



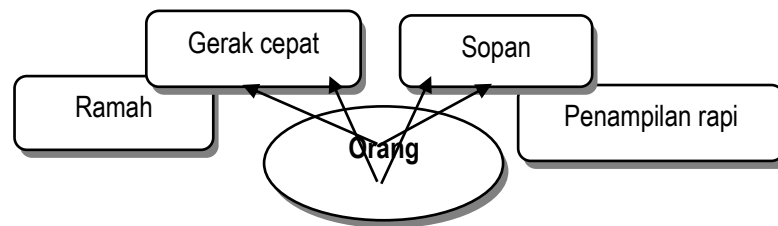
Gambar 4. Promosi

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Berkaitan dengan promosi, terdapat beberapa alasan terciptanya loyalitas pelanggan antara lain :

- Promosi menarik karena selalu mengikuti *trend* di media sosial serta menampilkan foto atau video produk yang menarik untuk dilihat pelanggan.
- Promosi media sosial selalu rajin *update* dan *upload* postingan setiap harinya agar akun media sosial selalu rame.

5. Orang (*people*)



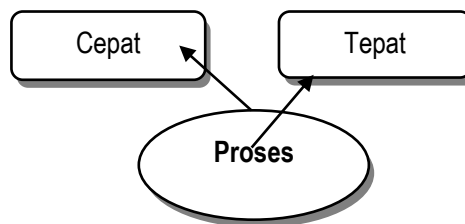
Gambar 5. Orang

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Berkaitan dengan orang-orang (petugas pelayanan), terdapat beberapa alasan terciptanya loyalitas pelanggan antara lain :

- Orang-orang yang melayani baik pemilik dan juga karyawan selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan memberikan keramahan dan adab yang baik.
- Tampilan diri selalu diusahakan rapi, bersih dan wangi dengan menggunakan pakaian yang layak, bagus dan sopan sehingga nyaman dilihat.
- Orang-orang di Seblak Prasmanan Mye Mother sangat menjunjung tinggi hubungan baik dengan pelanggan dengan selalu menjaga keakraban.

6. Proses (*process*)



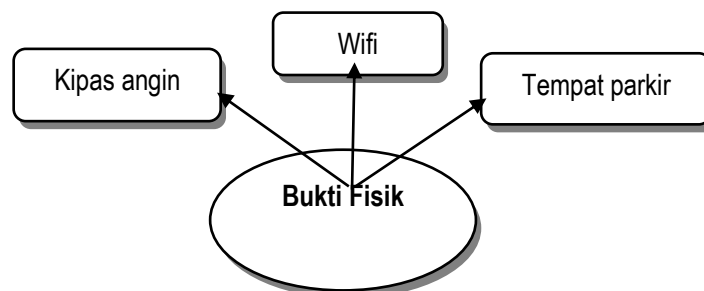
Gambar 6. Proses

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Berkaitan dengan proses pelayanan, terdapat beberapa alasan terciptanya loyalitas pelanggan antara lain :

- Proses pelayanan selalu memberikan yang terbaik dan semaksimal mungkin dengan cara memberikan keramahan dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat dengan menggunakan banyak kompor agar pelanggan tidak bosan dalam menunggu pesanan.
- Dalam proses pelayanan selalu menjaga konsisten rasa yang diberikan oleh pelanggan.

7. Bukti Fisik (*physical evidence*)



Gambar 7. Bukti Fisik

Sumber : Diolah oleh peneliti (2026)

Berkaitan dengan fasilitas tambahan, terdapat beberapa alasan terciptanya loyalitas pelanggan antara lain :

- a. Fasilitas tambahan yang ada antara lain tempat yang nyaman dan bersih, kipas angin, serta wifi gratis dengan tujuan agar pelanggan merasa betah dan nyaman saat berkunjung.
- b. Tambahan fasilitas tempat parkir yang cukup luas tanpa dikenakan biaya parkir tambahan dengan tujuan pelanggan nyaman dan hemat.

Intentional Analysis

1. Produk (*product*)

Produk Seblak Prasmanan Mye Mother memiliki kualitas produk yang baik dengan selalu konsisten rasa dengan selalu menjaga rasa dan kualitas masakan sebelum disajikan kepada pelanggan. Selain itu Seblak Prasmanan Mye Mother selalu menjaga kualitas bahan baku tetap segar dan memastikan selalu dalam kondisi yang baik sebelum dimasak dan dipilih oleh pelanggan. Dalam praktiknya loyalitas pelanggan terbentuk karena pelanggan sangat cocok dengan kualitas rasa di Seblak Prasmanan Mye Mother. Rasa yang ditawarkan konsisten dan bumbu yang dipakai sangat banyak sehingga sangat berasa lidah pelanggan.

Maka dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Seblak Prasmanan Mye Mother selalu menjaga kualitas produk, konsistensi rasa serta selalu memastikan kualitas bahan baku yang dipakai selalu *fresh* serta selalu memastikan bahan baku dan topping yang dipakai dalam kondisi baik sebelum kedai buka.

2. Harga (*price*)

Dalam penentuan harga produk di Seblak Prasmanan Mye Mother sebanding dengan kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan namun Seblak Prasmanan Mye Mother juga selalu mempertimbangkan dengan harga pasaran disekitar serta mempertimbangkan dengan daya beli pelanggan. Seblak Prasmanan Mye Mother menggunakan konsep prasmanan yang nantinya mempermudah pelanggan dalam menentukan selera rasa dan topping yang diinginkan serta bisa menyesuaikan dengan keuangan pelanggan. Pada praktiknya loyalitas pelanggan terbentuk karena pelanggan tidak merasa terbebani dan tidak keberatan dengan penentuan harga produk di Seblak Prasmanan Mye Mother karena memang masih tergolong terjangkau dan bisa menyesuaikan dengan keuangan pelanggan masing-masing. Ditunjukkan dengan respon pelanggan yang baik dan tidak pernah ada komplain mengenai penentuan harga di Seblak Prasmanan Mye Mother.

Maka dapat disimpulkan bahwa penetapan harga produk di Seblak Prasmanan Mye Mother terjangkau karena bisa menyesuaikan dengan keuangan pelanggan serta sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan oleh pelanggan.

3. Tempat (*place*)

Penentuan lokasi dan tempat usaha Seblak Prasmanan Mye Mother didasari dengan keinginan pemilik yang bisa mengurus usaha dengan diiringi dengan bisa mengurus rumah dan tidak meninggalkan kewajiban sebagai ibu rumah tangga. Maka dari itu tempat atau lokasi usaha Seblak Prasmanan Mye Mother sangat masuk kedalam gang dan tidak terlihat dari jalan raya besar. Kekurangan itu Seblak Prasmanan Mye Mother selalu melakukan pengenalan berupa promosi di media sosial dengan memperlihatkan kenyamanan tempat dan kebersihan serta penataan tempat yang rapi dan menarik yang membuat pelanggan merasa nyaman serta tempat sudah terdaftar di maps. Pada praktiknya loyalitas pelanggan terbentuk karena pelanggan juga merasakan kenyamanan tempat yang ditawarkan oleh Seblak Prasmanan Mye Mother dengan ditandai pelanggan yang merasa betah dan bisa berlama-lama saat berkunjung di Seblak Prasmanan Mye Mother.

Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha Seblak Prasmanan Mye Mother kurang strategis namun masih bisa tergantikan dengan penataan serta kenyamanan tempat yang diberikan oleh pelanggan, dalam hal itu Seblak Prasmanan Mye Mother juga selalu mempromosikan tempat usaha agar banyak pelanggan baru yang mengetahui tempat Seblak Prasmanan Mye Mother.

4. Promosi (*promotion*)

Promosi di Seblak Prasmanan Mye Mother sangat mengandalkan media sosial sebagai sarana promosi. Rutin melakukan *update* dan *upload* di media sosial facebook dan tik tok mengenai kualitas produk dan kenyamanan tempat yang ada di Seblak Prasmanan Mye Mother karena sedang ramai digunakan oleh banyak orang. Dalam praktiknya loyalitas pelanggan terbentuk karena pelanggan sangat antusias dengan promosi yang ditawarkan oleh Seblak Prasmanan Mye Mother ditandai dengan pelanggan yang selalu

melihat akun media Seblak Prasmanan Mye Mother dan ikut berkomentar positif terhadap promosi yang disampaikan.

Maka dapat disimpulkan bahwa promosi Seblak Prasmanan Mye Mother menarik karena banyaknya pelanggan yang antusias melihat postingan di akun media sosial Seblak Prasmanan Mye Mother serta ikut berkontribusi dalam berkomentar positif di postingan. Selain itu menariknya promosi Seblak Prasmanan Mye Mother karena konsisten *update* postingan serta sering *upload* di media sosial.

5. Orang (*people*)

Semua orang-orang yang melayani di Seblak Prasmanan Mye Mother selalu menjunjung tinggi keramahan dan selalu bersikap baik dan sopan kepada pelanggan serta selalu berusaha berpakaian baik dan sopan ditambah penggunaan minyak wangi yang bertujuan agar pelanggan merasa nyaman. Dalam praktiknya loyalitas pelanggan terbentuk karena pelanggan juga merasa nyaman dan dihargai dengan pelayanan dan sikap dari orang-orang yang ada di Seblak Prasmanan Mye Mother. Hal itu dibuktikan dengan tidak adanya komplain negatif dari pelanggan mengenai sikap dan pola tingkah dari orang-orang yang melayani di Seblak Prasmanan Mye Mother.

Maka dapat disimpulkan bahwa orang-orang di Seblak Prasmanan Mye Mother sangat baik dalam memberikan pelayanan karena pelanggan juga merasa lebih akrab dan tidak bosan dalam menunggu pesanan. Dibuktikan dengan pelanggan yang merasa dihargai serta tidak pernah ada komplain negatif yang muncul.

6. Proses (*process*)

Proses pelayanan di Seblak Prasmanan Mye Mother sangat memperhatikan dengan kebutuhan pelanggan yang ingin diberikan pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga dalam proses pelayanan Seblak Prasmanan Mye Mother sangat menjunjung hal itu dengan harapan pelanggan merasa lebih diperhatikan dan dihargai. Dalam praktiknya loyalitas pelanggan terbentuk karena pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Seblak Prasmanan Mye Mother karena pelayanan yang selalu konsisten cepat dan tepat walaupun dalam kondisi ramai.

Maka dapat disimpulkan bahwa proses pelayanan yang dilakukan Seblak Prasmanan Mye Mother sudah baik dibuktikan dengan respon pelanggan yang positif mengenai pelayanan yang serba cepat dan tepat dalam melayani pelanggan serta tidak pernah ada komentar buruk yang muncul mengenai layanan yang diberikan.

7. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Fasilitas pendukung yang ada di Seblak Prasmanan Mye Mother diperuntukkan untuk menambah kenyamanan pelanggan. Fasilitas yang sudah disediakan antara lain kipas angin, wifi gratis, serta penyediaan tempat parkir yang luas dan gratis. Dalam praktiknya loyalitas pelanggan terbentuk karena pelanggan merasa nyaman atas pemberian fasilitas tambahan yang ada. Dibuktikan dengan pelanggan bisa berlama-lama saat makan di Seblak Prasmanan Mye Mother, pelanggan bisa menyantap seblak sambil bersantai menggunakan layanan wifi gratis yang disediakan.

Maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang ada sangat mendukung kenyamanan pelanggan. Dibuktikan dengan respon positif pelanggan serta pelanggan yang merasa betah dan bisa berlama-lama saat berkunjung di Seblak Prasmanan Mye Mother.

Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan data dan informasi yang berkaitan dengan strategi *marketing mix* untuk menciptakan loyalitas pelanggan Seblak Prasmanan Mye Mother dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Produk (*product*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seblak prasmanan Mye Mother memastikan kualitas produk menggunakan strategi pemastian kualitas bahan baku, menjaga konsisten rasa, menggunakan kemasan yang berkualitas serta selalu evaluasi kekurangan produk dengan tujuan agar pelanggan tidak kecewa dengan kualitas produk dan kualitas rasa yang diberikan sehingga bisa menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Kualitas produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan menghasilkan kepuasan yang kemudian berkembang menjadi loyalitas pelanggan [8]. Beberapa karakteristik dari atribut produk adalah kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk, varian produk, nama produk, kemasan, ukuran, layanan dan pengembalian [9].

2. Harga (*price*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Seblak Prasmanan Mye Mother dalam menetapkan harga memperhatikan dengan harga pasaran disekitar tempat usaha serta menyesuaikan dengan daya beli pelanggan, masih tergolong dengan harga yang terjangkau. Menerapkan layanan prasmanan sehingga dalam penetapan harga sangat *fleksibel* dan bisa menyesuaikan dengan kebutuhan dan keuangan pelanggan. Kesesuaian antara harga dan manfaat yang diterima pelanggan akan meningkatkan persepsi nilai sehingga pelanggan lebih cenderung mempertahankan hubungan dengan usaha yang bersangkutan[8]. Indikator dalam menetapkan harga yaitu, keterjangkauan harga, harga sesuai dengan kualitas produk, daya saing harga serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh[10].

3. Tempat (*place*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Seblak Prasmanan Mye Mother belum sepenuhnya dalam menerapkan strategi pemilihan lokasi, karena dalam praktiknya lokasi Seblak Prasmanan Mye Mother sangat masuk kedalam gang dan tidak terlihat dari jalan raya. dalam melengkapi kekurangan ini Seblak Prasmanan Mye Mother sangat memperhatikan dalam kenyamanan tempat, kebersihan, serta kerapian desain tempat yang menjadikan nilai tambah tersendiri sebagai pengganti kekurangan. Kenyamanan lingkungan usaha merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan dalam jangka panjang[8]. Hal-hal yang harus diperhatikan saat penentuan lokasi usaha adalah a) Dekat kawasan industri b) Dekat perkantoran c) Dekat lokasi pasar d) Dekat pusat pemerintahan e) Dekat perumahan masyarakat f) Mempertimbangkan jumlah pesaing disekitar di lokasi tersebut g) Sarana dan prasarana[11].

4. Promosi (*promotion*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Seblak Prasmanan Mye Mother menerapkan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi melalui aplikasi WA, Facebook dan Tik Tok dengan mengupload foto maupun video menarik secara konsisten. Pemanfaatan media digital dan media sosial dapat menjadi sarana efektif dalam memperkuat hubungan antara usaha dan pelanggan serta meningkatkan loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang berkelanjutan[12]. Bauran promosi terdiri dari delapan model komunikasi pemasaran yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat[10].

5. Orang (*people*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Seblak Prasmanan Mye Mother sangat memperhatikan pola sikap, tingkah laku, dan juga tata kerapian dalam melayani pelanggan saat proses pelayanan. Dalam proses pelayanan orang-orang di Seblak Prasmanan selalu mengutamakan keramahan, senyum kepada pelanggan serta selalu berusaha berpakaian rapi saat melakukan proses pelayanan. Interaksi yang baik antara pelaku usaha dengan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang yang bertujuan pada loyalitas pelanggan[8]. Dalam mengelola sumber daya manusia, perlu dilakukan pelatihan dan pengembangan kerja agar hasil kerja sesuai dengan tugas dan peran yang ditentukan. Pelatihan adalah setiap usaha untuk memperbaiki performansi pekerja pada suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggungjawabnya, atau satu pekerjaan yang ada kaitannya dengan pekerjaannya. Pelatihan yang efektif harus mencakup pengalaman belajar dan kegiatan yang direncanakan dan dirancang sesuai dengan kebutuhan[13].

6. Proses (*process*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Seblak Prasmanan Mye Mother melakukan proses pelayanan secara maksimal dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan selalu menjaga konsistensi rasa. pelanggan menilai bahwa pelayanan yang diberikan cepat, tepat, dan minim kesalahan. Kecepatan pelayanan memberikan pengalaman positif yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Proses pelayanan yang efektif dan efisien dapat meningkatkan nilai layanan yang dirasakan pelanggan sehingga memperkuat loyalitas pelanggan[8]. Ada tujuh indikator yang mempengaruhi proses yaitu kompleksitas, keragaman, kecepatan pelayanan, ketepatan prosedur pelayanan, kehandalan proses layanan, kecepatan menangani keluhan, dan ketepatan pengiriman atau penyampaian jasa[14].

7. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Seblak Prasmanan Mye Mother melakukan strategi dalam membuat kenyamanan pelanggan dengan menambahkan banyak fasilitas tambahan seperti penambahan kipas angin, fasilitas WiFi gratis serta layanan parkir gratis guna menambah kenyamanan pelanggan. persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelanggan juga sangat merespon

positif dan merasakan kenyamanan dengan fasilitas tambahan yang diberikan. Bukti fisik yang mendukung kenyamanan pelanggan dapat memperkuat persepsi positif terhadap usaha dan menjadi faktor pendukung terbentuknya loyalitas pelanggan[8]. Indikator yang mempengaruhi bukti fisik yaitu bangunan dan desain fisik, kelengkapan fasilitas, peralatan dan perlengkapan, kebersihan dan kerapian, penampilan karyawan, identitas dan simbol perusahaan, kenyamanan lingkungan[15].

KESIMPULAN

Implementasi *marketing mix* pada Seblak Prasmanan Mye Mother ditunjukkan dengan penerapan 7 unsur. Pada strategi produk sangat dijaga kualitasnya mulai dari menjaga kualitas bahan baku dan topping sampai dengan menjaga kualitas rasa masakan selalu konsisten serta menjaga tampilan kemasan produk yang membuat produk semakin praktis dan berbeda dengan produk seblak yang lainnya. Hal ini salah satu faktor terbesar dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga pelanggan konsisten dalam berlangganan. Strategi harga produk seblak masih tergolong terjangkau dan masih sesuai dengan harga pasaran dilingkungan sekitar serta harga yang ditetapkan juga *fleksibel*, bisa menyesuaikan dengan keuangan masing-masing pelanggan karena Seblak Prasmanan Mye Mother berkonsep prasmanan sehingga harga yang dibayarkan sesuai yang diambil dan dipilih oleh pelanggan saja. Lokasi atau tempat usaha tergolong dalam kategori yang kurang strategis karena tempat usaha sangat masuk didalam gang dan tidak terlihat dari jalan raya besar. Namun dalam hal ini pemilik usaha mempunyai strategi tersendiri dengan cara mempromosikan dimedia sosial dan membuat tempat nyaman mungkin dengan penataan tempat yang rapi, desain tempat yang bagus, bersih serta nyaman. Promosi memanfaatkan media sosial seperti facebook dan tik tok dengan membuat video atau foto promosi dengan menampilkan foto produk seblak maupun video tempat dengan penyampaian yang semenarik mungkin mengikuti trend dimedia sosial tersebut. Orang-orang yang terlibat dalam proses pelayanan sangat menjunjung tinggi keramahan, keakraban, selalu terbuka atas keluhan dan masukan dari pelanggan serta menjaga kerapian penampilan dengan tujuan agar pelanggan nyaman dan merasa dihargai saat berkunjung. Proses pelayanan selalu mengusahakan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, sigap dalam merespon pesanan serta pelayanan yang bersih dan selalu konsisten. Bukti fisik berupa pemberian fasilitas tambahan berupa kipas angin, layanan Wifi gratis dan fasilitas parkir gratis dengan tujuan pelanggan merasa lebih nyaman saat berkunjung di Seblak Prasmanan Mye Mother. Semua unsur dalam *marketing mix* sangat berpengaruh dan saling berkaitan dalam proses membangun hubungan loyalitas antara pelanggan dan Seblak Prasmanan Mye Mother.

Persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan menunjukkan kesan yang positif, pelanggan sangat merasa nyaman atas segala tindakan pelayanan yang diberikan oleh pemilik dan karyawan. Pada unsur orang (*people*) yaitu pemilik dan Karyawan sudah melakukan strategi kualitas layanan berupa empati (*empathy*). Ditunjukkan dengan proses pelayanan yang sangat menjunjung tinggi keramahan, keakraban, selalu terbuka atas keluhan dan masukan dari pelanggan serta kerapian penampilan dengan tujuan agar pelanggan nyaman dan merasa dihargai saat berkunjung. Pada unsur proses (*process*) sudah melakukan strategi kualitas layanan kehandalan (*reability*) dan daya tanggap (*responsiveness*). Proses pelayanan selalu mengusahakan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan sigap dalam merespon pesanan pelanggan serta selalu konsisten dalam memberikan pelayanan. Dalam hal ini pelanggan sangat merasa nyaman atas segala tindakan pelayanan yang diberikan oleh pemilik dan karyawan. Pada unsur bukti fisik (*phisycal evidence*), sudah melakukan strategi kualitas layanan bukti fisik (*tangilbes*) dan jaminan (*assurance*). Pemberian fasilitas tambahan berupa kipas angin, layanan Wifi gratis dan fasilitas parkir gratis dengan tujuan pelanggan merasa lebih nyaman saat berkunjung di Seblak Prasmanan Mye Mother. Semua proses pelayanan dan juga segala fasilitas tambahan yang diberikan mendapat respon positif dari pelanggan. Dalam hal ini membuktikan bahwa persepsi mengenai kualitas pelayanan yang positif sangat membantu membangun loyalitas pelanggan terhadap Seblak Prasmanan Mye Mother.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yashilva Willy. Perkembangan Perusahaan F&B diindonesia. GoodStats 2024.
- [2] Irawan H. Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia; 2008.
- [3] Kucuk SU. Marketing and Marketing Mix. In Visualizing Marketing (pp. 3–7). Springer International Publishing; 2017.
- [4] Hole, Y., Pawar-Hole, S. & VW. Service Quality, Its Importance in Marketing and Competitive Strategies. GIS Bussines; 2019.

- [5] Moleong L.J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya; 2021.
- [6] Helaluddin. Mengenal lebih dekat dengan pendekatan fenomenologi : Sebuah penelitian kualitatif. *J Res* 2018:1–15.
- [7] Kamayanti A. *Metodologi Penelitian Kualitatif Pengantar religiositas Keilmuan*. In *Model Pengelolaan Keuangan Masyarakat Penerima Program Keluarga Harapan (Pkh) Di Dusun Pandan Rejo Desa Sukopuro Malang* (p. 40). kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri; 2017.
- [8] Hakimah Nurzainul Ema TA. *Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Berbasis Manajemen Pemasaran Retail Studi Pada Pedagang Retail Anggota Umkm Kota Kediri* 2015:1–9.
- [9] Kotler, P., & Armstrong G. *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education; 2020.
- [10] Armstrong, G & Kotler P. *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson; 2018. <https://doi.org/736>.
- [11] Jakfar K&. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.; 2017.
- [12] Hakimah Nurzainul Ema MB. *Penerapan Strategi 7t Bisnis Ritel Dalam E - Commerce (On-Line Shop) Oleh Swalayan Golden Sebagai Media Pemasaran* 2016:91–102.
- [13] Prasetyo Dwi Wisnu. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di UMKM Konveksi Dan Sablon Top Collection Candirejo Kab.Nganjuk Pasca Pandemi Covid -19 2023*.
- [14] Lupiyoadi, R., & Hamdani A. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.; 2011.
- [15] Hurriyati R. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta; 2015.