

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Aneka *Snack* Berbahan Dasar Pisang Di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus Pada Askha Jaya Di Bandar Lampung)

Pramudia Tami Wandira
Agribisnis Pangan

Fitriani Fitriani
Agribisnis Pangan

Sri Handayani
Agribisnis

Bina Unteawati
Agribisnis

Alamat: Politeknik Negeri Lampung, Jl. Soekarno Hatta No.10, Rajabasa Raya, Kec.
Rajabasa, Lampung 35141

Korespondensi penulis: pramudiatami18@gmail.com

Abstract. *This study aims to map the characteristics of consumers and the stages of the purchasing decision process, determine the level of importance of attributes and the level of consumer satisfaction of various processed banana-based snacks in Bandar Lampung City. The type of research used is descriptive research and associative research. This study uses 6 attributes, namely price, taste, aroma, ease of obtaining, packaging design and packaging safety. The sampling technique used purposive sampling technique. The study used 100 respondents with sampling on Saturdays and Sundays for 2 months. The data analysis method used is Descriptive, Importance Analysis Performance (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). The results of the consumer characteristics of various banana-based snacks in Bandar Lampung City are dominated by female sex and have an age of 31-40 years, last education Bachelor degree with an average income of IDR 2,500,001.00-IDR 5,000,000.00. with a total of 37%, has a civil servant job and the number of family dependents is 4-6 people. The level of consumer interest in quadrant I, namely the main priority is the ease of obtaining various banana-based snack products in Bandar Lampung City. Therefore it is hoped that there will be more cooperation with other stores or other partnerships. Attributes that must be maintained superiority or attributes that are located in quadrant II, namely price and taste. The consumer satisfaction index is at a satisfaction index of 0.86 and has very satisfied criteria.*

Keywords: *Importance analysis performance, customer satisfaction index, keripik pisang.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan karakteristik konsumen serta tahapan-tahapan proses keputusan pembelian, mengetahui tingkat kepentingan atribut dan tingkat kepuasan konsumen aneka snack olahan berbahan dasar pisang di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan 6 atribut yaitu harga, rasa, aroma, kemudahan memperoleh, desain kemasan dan keamanan kemasan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian menggunakan 100 responden dengan pengambilan sampel pada hari Sabtu dan Minggu selama 2 bulan. Metode analisis data yang digunakan yaitu Deskriptif, *Importance Analysis Performance* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil karakteristik konsumen aneka *snack* berbahan dasar pisang di Kota Bandar Lampung didominasi oleh jenis kelamin perempuan dan memiliki umur 31-40 tahun, pendidikan terakhir Sarjana dengan pendapatan rata-rata Rp2.500.001,00.-Rp5.000.000,00. dengan jumlah 37%, memiliki pekerjaan pegawai negeri dan jumlah tanggungan keluarga 4-6 orang. Tingkat kepentingan konsumen kuadran I yaitu prioritas utama adalah kemudahan memperoleh produk aneka *snack* berbahan dasar pisang di Kota Bandar Lampung. Oleh sebab itu diharapkan dapat lebih memperbanyak kerjasama dengan toko lain atau kemitraan lain. Atribut yang harus dipertahankan keunggulannya atau atribut yang terletak pada kuadran II yaitu harga dan rasa. Indeks kepuasan konsumen berada pada indeks kepuasan 0,86 dan memiliki kriteria sangat puas.

Kata kunci: *Importance analysis performance, customer satisfaction index, keripik pisang.*

LATAR BELAKANG

Seiring pertumbuhan zaman, industri dalam bidang kuliner di Kota Bandar Lampung mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini membuat para pelaku bisnis harus mampu menciptakan suatu produk yang memiliki keunggulan, nilai kegunaan, dan kualitas produk yang baik bagi konsumen agar konsumen merasa puas dan bisa menjadi kekuatan bagi suatu perusahaan. Perkembangan bisnis kuliner yang semakin meningkat tentu membawa dampak persaingan yang ketat bagi para pengusaha kuliner. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk selalu memberikan inovasi baru yang dapat menarik perhatian konsumen.

Badan Pusat Statistik Lampung (2021) menyampaikan bahwa Lampung memiliki jumlah tertinggi produksi pisang per-ton pada tahun 2021 sebesar 1.12.240,00 ton. Pisang menjadi ikon dari Kota Bandar Lampung yang sudah terkenal sejak lama. Masyarakat Lampung memanfaatkan apa yang sudah disajikan oleh alam dan menjadikan pisang sebagai olahan makanan yang dapat dijadikan cemilan bahkan oleh-oleh ketika berwisata atau hanya sebatas melintasi daerah Provinsi Lampung saja. Bisnis makanan ringan berbahan lokal menjadi peluang usaha yang menjanjikan dan menguntungkan (Fitriani dkk, 2019). Salah satu toko industri kuliner yang menjual *snack* olahan berbahan dasar pisang di Kota Bandar Lampung adalah Askha Jaya.

Hasil penelitian Handayani (2016) menyebutkan bahwa permintaan pasar terhadap makanan ringan semakin meningkat dari waktu ke waktu. Hal ini mengakibatkan terjadinya persaingan antar produk yang sejenis. Oleh karena itu penelitian lebih lanjut mengenai “Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Aneka *Snack* Olahan Berbahan Dasar Pisang di Kota Bandar Lampung” diperlukan untuk mengetahui apakah upaya yang akan dilakukan oleh Askha Jaya dan berbagai terobosan dalam menjaga daya tarik produk dan juga membantu konsumen dalam mempertimbangkan pembelian guna mendapatkan informasi prioritas perbaikan pada keputusan pembelian mutu atribut yang mempengaruhi kualitas dan kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan karakteristik konsumen serta tahapan-tahapan proses keputusan pembelian, mengetahui tingkat kepentingan atribut dan tingkat kepuasan konsumen aneka *snack* olahan berbahan dasar pisang di Kota Bandar Lampung. Manfaat penelitian ini yaitu memberikan bahan informasi bagi pihak Pemilik toko Askha Jaya untuk terus meningkatkan kualitas, inovasi, serta pelayanan penjualan demi menjaga kenyamanan dan meningkatkan loyalitas para konsumen Askha Jaya.

KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan tingkat kinerja atau hasil yang diterima dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki oleh seseorang (Aryani dkk, 2010).

Importance of Performance Analisis (IPA)

Pendekatan dari IPA adalah metode atau cara analisis yang digunakan untuk mengetahui pengelompokan atribut dalam organisasi dalam memenuhi kepuasan para pelanggan. IPA memiliki empat dimensi atau kuadran diantaranya: Kuadran 1 merupakan daerah yang menurut pelanggan sangat penting tapi pada kenyataannya masih belum sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Kuadran 2 merupakan daerah dari aspek yang penting dan telah memenuhi keinginan dari pelanggan sehingga perlu untuk dipertahankan. Kuadran 3 merupakan wilayah yang dianggap tidak sesuai dengan harapan tetapi dampaknya tidak terlalu berpengaruh pada pelanggan. Kuadran 4 merupakan daerah yang berisi atribut layanan yang kurang penting, sehingga dikatakan berlebihan. Atribut yang ada pada kuadran ini perlu untuk dikurangi agar dapat mengurangi biaya perusahaan (Vanessa dkk, 2020).

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer satisfaction index digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan dari atribut-atribut jasa pelayanan (Deviani dkk, 2016). Untuk mengetahui besarnya nilai CSI, maka langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut: (1) Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)* *Mean Importance Score (MIS)* adalah rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan *Mean Satisfaction Score (MSS)* adalah rata-rata skor untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan oleh pelanggan. (2) Menghitung *Weight Factor (WF)* atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator. (3) Menghitung *Weight Score (WS)* atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan. (4) Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

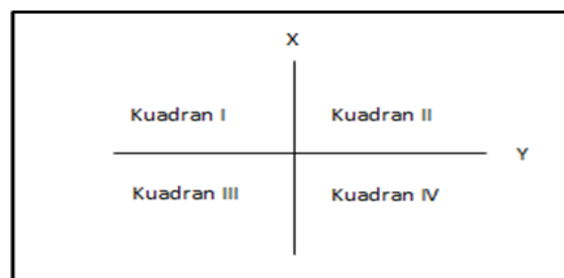
METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Askha Jaya Jl. Pagar Alam, Segala Mider, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden didasarkan pada proporsional sampel dan perhitungan pada penelitian selama 2 bulan di hari Sabtu dan Minggu. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer (pengisian kuisioner dan wawancara), data sekunder (studi literatur). Sub-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah atribut produk dengan metode pengukuran data pada kuisioner menggunakan skala likert. Metode analisis data yang ada pada penelitian ini diantaranya:

(1) Analisis deskriptif, analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk penjabaran informasi yang relevan mengenai karakteristik konsumen sebagai responden penelitian yang sedang mengunjungi Askha Jaya di Bandar Lampung. Karakteristik konsumen tersebut dibagi menjadi 5 kategori yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, jumlah pendapatan dan pekerjaan.

(2) Uji validitas dan realibilitas, digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu pertanyaan dalam kuesioner. Penentuan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel *r product moment*. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur indikator dari variabel penelitian. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*.

(3) *Importance Performance Analysis* (IPA), metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut. Tahapan analisis menggunakan metode IPA dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius (Supranto, 1997) pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Diagram kartesius *Important Performance Analysis*.

(4) *Consumer Satisfaction Index* (CSI), Berikut adalah metode pengukuran CSI (Ayuni dkk, 2017):

Menghitung *Weighting Factors* (WF) dari nilai rata-rata tingkat kepentingan atau *mean important score* (MIS).

$$WF = \frac{MIS_i}{Total MIS} \times 100\%$$

Menghitung *Weighted Score* (WS) yaitu bobot perkalian antara WF dengan rata tingkat kinerja atau *mean satisfaction score* (MSS)

$$WS = MSS \times WF$$

Menghitung *Weighted Average Total* (WAT) yaitu menjumlahkan *Weighted Score* seluruh atribut.

$$WAT = WS1 + WS2 + WS3 \dots + WSN$$

Menghitung *customer satisfaction index* (CSI) yaitu *Weighted Average Total* (WAT) dibagi *highest scale* (HS).

$$CSI = \frac{WAT}{HS} \times 100\%$$

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen *snack* berbahan dasar pisang dibagi menjadi umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, dan pekerjaan. Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin didominasi dengan perempuan, rata-rata umur didominasi 31-40 tahun sebanyak 51%, pendidikan terakhir sarjana sebanyak 46%, Pendapatan responden rata-rata Rp2.500.001,00.-Rp5.000.000,00. dengan jumlah 37%. Jumlah tanggungan keluarga 4-6 orang sebanyak 52% dengan pekerjaan pegawai negeri sebanyak 45%.

Tahap proses pengambilan keputusan konsumen melalui tahapan pengenalan kebutuhan yaitu pernah mengonsumsi persentase 100%, tahap pencarian informasi yaitu pengetahuan informasi dari iklan persentase 92%, evaluasi alternatif yaitu pertimbangan pembelian berdasarkan lokasi persentase 74%, keputusan pembelian berdasarkan pengaruh dari diri sendiri persentase 56% dan evaluasi pasca pembelian yaitu pembelian ulang dengan persentase 100%.

Uji Validitas dan Realibilitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Uji validitas aneka snack berbahan dasar pisang

| Variabel | Hasil Uji Validitas <i>Corrected</i> | | R Tabel | Ket |
|----------------------|--------------------------------------|-------------|------------|-------|
| | <i>Item - Total Correlation</i> | | | |
| | Kepercayaan | Kepentingan | | |
| Harga | 0,499 | 0,703 | 0,1966 | Valid |
| Rasa | 0,489 | 0,484 | 0,1966 | Valid |
| Aroma | 0,610 | 0,802 | 0,1966 | Valid |
| Kemudahan Memperoleh | 0,836 | 0,646 | 0,1966 | Valid |
| Keamanan Produk | 0,836 | 0,601 | 0,1966 | Valid |
| Desain Kemasan | 0,720 | 0,802 | 0,1966 | Valid |

Sumber: Hasil olah data, 2023.

Tingkat kepentingan atribut (IPA)

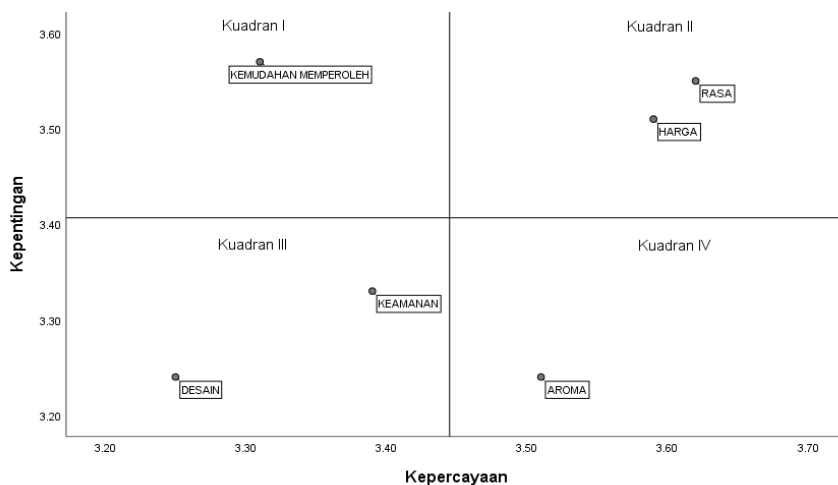
Analisis tingkat kepentingan atribut aneka *snack* berbahan dasar pisang dapat dihitung menggunakan analisis *Importance Analysis Perfomance* (IPA). Perhitungan IPA adalah metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana kepentingan dan juga kepuasan konsumen terhadap atribut produk aneka *snack* berbahan dasar pisang di Kota Bandar Lampung. Berikut adalah data sebaran konsumen tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan aneka *snack* berbahan dasar pisang pada Tabel 2.

Tabel 2. Sebaran tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan aneka snack berbahan dasar pisang

| No | Atribut | Tingkat Kepentingan (Y) | Tingkat Kepercayaan (X) |
|-----------|----------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. | Harga | 3.51 | 3.59 |
| 2. | Rasa | 3.55 | 3.62 |
| 3. | Aroma | 3.24 | 3.51 |
| 4. | Kemudahan Memperoleh | 3.57 | 3.31 |
| 5. | Kemanan | 3.33 | 3.39 |
| 6. | Desain | 3.24 | 3.25 |
| Jumlah | | 20.44 | 20.67 |
| Rata-rata | | 3.41 | 3.45 |

Sumber: Hasil olah data, 2023.

Hasil olahan perhitungan Tabel 2 dapat digambarkan data diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) aneka *snack* berbahan dasar pisang yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA) Aneka Snack Berbahan Dasar Pisang

Berdasarkan Gambar 2 dari diagram kartesius pada analisis atribut keripik pisang di kota metro. Pembahasan mengenai hasil analisis prioritas perbaikan berdasarkan posisi masing-masing atribut yaitu sebagai berikut :

Kuadran I

Kuadran I disebut dengan prioritas utama. Kuadran ini memiliki atribut yang tingkat kepentingannya tinggi namun kinerja-nya yang rendah. Atribut yang terdapat disini dapat dikatakan mampu mempengaruhi kepuasan pengunjung tetapi pada kinerja perusahaan atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan kepuasan pengunjung. Atribut yang termasuk pada kuadran I adalah kemudahan memperoleh. Kemudahan memperoleh berada pada kuadran 1. Lokasi toko Askha Jaya memiliki akses jalan yang bagus dan berada ditengah kota hingga konsumen mudah memperoleh produk tersebut apabila membeli secara langsung, sementara bagi konsumen yang tidak dapat membeli secara langsung dapat membeli secara *online*.

Kuadran II

Kuadran II disebut dengan pertahankan prestasi. Atribut yang termasuk dalam kuadran II adalah harga dan rasa. Atribut yang pertama yaitu harga, dikarenakan harga yang ditawarkan tergolong cukup murah yaitu keripik pisang dan sale pisang tepung masing-masing harga Rp15.000,00./225 gram, pie pisang dengan isi 5 rasa Rp50.000,00./626 gram dan pisang *melted chocolate* premium Rp18.000,00./100 gram. Hal ini tentunya berkaitan dengan rata-rata pendapatan konsumen. Atribut yang kedua yaitu rasa. Rasa pada produk aneka snack berbahan

dasar pisang termasuk faktor yang sangat penting dan rasa yang ditawarkan kepada konsumen dinilai sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Kuadran III

Kuadran III disebut dengan prioritas rendah. Atribut ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan kepercayaannya juga tidak terlalu istimewa. Peningkatan pada kuadran ini dapat ditingkatkan kembali untuk memberi manfaat bagi konsumen. Atribut pertama yang termasuk dalam kuadran ini adalah keamanan produk. Keamanan produk pada aneka *snack* berbahan dasar pisang ini dapat dikatakan sudah cukup baik, namun keamanan produk tetap dibutuhkan agar produk saat diperjalanan tetap aman. Atribut yang kedua yaitu desain produk. Atribut ini terbilang tidak terlalu dipermasalahkan oleh konsumen maupun perusahaan, akan tetapi desain yang menarik tentunya akan menambah daya tarik dari produk aneka *snack* berbahan dasar pisang pada Askha Jaya di kota Bandar Lampung.

Kuadran IV

Kuadran IV disebut dengan berlebihan. Atribut dianggap kurang penting oleh konsumen namun kinerjanya sudah dilakukan terlalu berlebihan. Aroma yang dimaksudkan dalam penelitian ini ialah aroma yang tidak spesifik sehingga konsumen tidak dapat membedakan apakah kualitas produk tersebut baik atau tidak di aroma karena timbulnya aroma tengik akan timbulnya ketidakpuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa; pemetaan karakteristik konsumen aneka *snack* berbahan dasar pisang di Kota Bandar Lampung didominasi jenis kelamin perempuan (67%) berumur 31-40 tahun (51%), pendidikan terakhir Sarjana (46%) dengan pendapatan rata-rata Rp2.500.001,00. - Rp5.000.000,00. (37%) memiliki pekerjaan pegawai negeri (45%) dan jumlah tanggungan keluarga 4-6 orang (52%). Tahapan proses keputusan pembelian melingkupi proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Tingkat kepentingan konsumen pada analisis Importance Performance Analysis (IPA) mendapatkan hasil atribut yang harus diperhatikan dan ditingkatkan dikarenakan terletak pada kuadran I prioritas utama adalah kemudahan memperoleh produk aneka *snack* berbahan dasar pisang di Kota Bandar Lampung. Atribut yang harus dipertahankan keunggulannya atau atribut yang terletak pada kuadran II yaitu harga dan rasa. Tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam mengonsumsi produk

aneka snack berbahan dasar pisang di Kota Bandar Lampung mendapatkan hasil 0,86 dengan kategori sangat puas.

DAFTAR REFERENSI

- Apriyani, M., Marga Saty, F., Desfaryani, R., Fitriani, Sutarni, Trisnanto, T. B., Berliana, D., & Fitri, A. (2021). Pelatihan pengemasan produk olahan pangan pada SMKN 1 Negeri Besar Way Kanan. *Jurnal Pengabdian Nasional*.
- Aryani, D, dan F. Rosinta. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Volume 17, Nomor 2.
- Ayuni, N.W.D., I Made, A.A., dan I Gusti, A. K. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Produk Kopi Biji Salak. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*.
- D. Vanesa, F. Firman, And H. A. Mesta. (2020). “Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Pasien Menggunakan Metode *Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA)*,” *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, Vol. 2, No. 1, P. 28.
- Deviani, V, dan R. A. Rizko. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index dan Potential Gain in Customer Value*. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 2, No.2. Riau.
- Fitriani, F., Sutarni, S., Unteawati, B., Widiawati, D. K., & Berliana, D. (2019). Polinela *Smart Market-Place* untuk Penguatan Jejaring Kluster Rantai Pasok dan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Prosiding Seminar Pengabdian Penerapan IPTEKS*.
- Handayani, S. (2016). Analisis keuntungan dan sensitivitas UMKM makanan ringan berbahan baku singkong di Kecamatan Gedong Tataan. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Teknologi Pertanian*.
- Handayati, R. (2016). Pengaruh Karakteristik Individu terhadap Kinerja Karyawan di Bank Jatim Cabang Lawongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*.
- Itradi, Y. T. (2013). Analisis kepuasan konsumen terhadap minuman sari buah jeruk. Skripsi. Universitas Padjajaran Fakultas Pertanian.
- Rian, I., Fitriani, D., & Arahman, E. (2021). Analisa Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Jajanan Pasar Pada Masa Pandemi *Covid-19* di Kecamatan Delta Pawan Kabupaten Ketapang. *Journal of Food System and Agribusiness*.
- Supranto, J.M.A. (1997). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suryoko, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Social And Political Science*.
- Sutarni., Trisnanto, T. B., & Unteawati, B. (2018). Preferensi Konsumen terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Tera*.