

ABSTRAK

Produk petis ikan tuna merupakan produk yang sudah lama dikenal hingga sekarang dan banyak digemari oleh masyarakat Madura, sehingga banyak industri rumah tangga di daerah kota Sampang yang memproduksi produk pangan yang sejenis dan variatif. Sikap dan perilaku konsumen merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam upaya meningkatkan pangsa pasar serta untuk menerapkan strategi pemasaran karena perilaku konsumen adalah penentu proses pemilihan untuk membeli atau tidak suatu produk tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sikap dan preferensi konsumen terhadap atribut produk petis ikan tuna dan mengetahui strategi bauran pemasaran sebagai implikasi dari perilaku konsumen produk petis ikan tuna dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI) dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi preferensi konsumen yaitu pengaruh lingkungan dan individu seperti budaya, kelas sosial serta SDM konsumen, dan juga sebagian besar konsumen menilai atribut produk petis ikan tuna seperti rasa, ijin depkes dan ketersediaan merupakan atribut yang sangat penting yang perlu dipertahankan. Sedangkan untuk atribut lainnya kurang diperhatikan oleh konsumen karena kinerjanya kurang istimewa. Berdasarkan hasil CSI dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan secara keseluruhan kualitas produk petis ikan tuna yaitu sebanyak 60 persen konsumen merasa cukup puas terhadap atribut produk petis ikan tuna. Strategi bauran pemasaran yang dapat diterapkan perusahaan antara lain melalui peningkatan cita rasa, memberikan diskon atau potongan harga, menjalin hubungan yang baik dengan para pedagang atau pengecer dan mendistribusikan produk petis ikan tuna secara merata pada tiap-tiap daerah khususnya di kabupaten Sampang.

Kata kunci: *perilaku konsumen, kepuasan konsumen, IPA, CSI dan bauran pemasaran*

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	2
1.3. BATASAN MASALAH	3
1.4. TUJUAN PENELITIAN	3
1.5. MANFAAT PENELITIAN	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. PETIS	4
2.1.1. Bahan Baku Petis	5
2.1.2. Bahan-Bahan Tambahan Petis	5
2.2. PROSES PEMBUATAN PETIS IKAN	7
2.3. SIKAP	9
2.3.1. Sikap Konsumen	9
2.3.2. Teori Daya Saing	10
2.3.3. Pelanggan	13
2.3.4. Kepuasan Pelanggan	14
2.4. PREFERENSI KONSUMEN	17
2.4.1. Pengertian Preferensi	17
2.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen	17
2.4.3. Tujuan preferensi konsumen	17
2.4.4. Langkah-langkah dalam menentukan preferensi konsumen	18
2.5. <i>IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)</i>	19
2.5.1. Penelitian sebelumnya	19

III. METODE PENELITIAN	21
3.1. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	21
3.2. TAHAPAN PENELITIAN	21
3.2.1. Penelitian Pendahuluan	21
3.2.2. Identifikasi Masalah	21
3.2.3. Penetapan Tujuan	22
3.2.4. Pengumpulan Data	22
3.2.5. Pengambilan Sampel	22
3.3. ANALISIS DATA	24
3.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	24
3.3.2. Pengolahan dan Analisis Data	25
3.3.3. Metode Analisis Data	25
3.3.4. Penyimpulan dan Saran	28
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1. PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN	30
4.1.1. Pengenalan Kebutuhan	30
4.1.2. Pencarian Informasi	32
4.1.3. Evaluasi Alternatif	33
4.1.4. Keputusan Pembelian	36
4.1.5. Evaluasi Pasca Pembelian	38
4.2. ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA ..	41
4.2.1. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Atribut Produk Petis Ikan Tuna UD. Hj Diya Food...	41
4.2.2. Tingkat Kesesuaian Atribut Produk Petis Ikan Tuna UD. Hj Diya Food	51
4.3. ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN	53
4.3.1. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Petis Ikan Tuna UD. Hj Diya Food (<i>importance and</i> <i>performance analysis</i>)	53
4.3.2. Analisis Indeks Kepuasan Konsumen (<i>customer</i> <i>satisfaction index</i>)	56
4.3.3. Implikasi Terhadap <i>Marketing Mix</i>	58
4.3.4. Strategi Jangka Pendek dan Jangka Panjang	60
V. KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. KESIMPULAN	62

5.2. SARAN	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Sebaran responden berdasarkan pengenalan kebutuhan produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	30
Tabel 4.2	Sebaran responden berdasarkan pencarian informasi produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	32
Tabel 4.3	Sebaran responden berdasarkan evaluasi alternatif pembelian produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	34
Tabel 4.4	Keputusan responden untuk melakukan pembelian produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	36
Tabel 4.5	Evaluasi responden pasca pembelian produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	39
Tabel 4.6	Tabulasi responden pada tingkat kinerja petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	42
Tabel 4.7	Tabulasi responden pada tingkat kepentingan petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	42
Tabel 4.8	Skor dan penilaian tingkat kepentingan dan kinerja produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	43
Tabel 4.9	Keterangan penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja	43
Tabel 4.10	Keterangan pernyataan dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja	43
Tabel 4.11	Tingkat kesesuaian tingkat kinerja dan kepentingan produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	51
Tabel 4.12	Perhitungan <i>customer satisfaction index</i> (CSI) produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema pembuatan petis ikan	8
Gambar 2.2	Indikator variabel sikap konsumen terhadap atribut	9
Gambar 2.3	Model perilaku konsumen	10
Gambar 2.4	Kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi persaingan industri	11
Gambar 2.5	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	12
Gambar 3.1	Matriks <i>importance performance analysis</i>	27
Gambar 3.2	Diagram alir tahapan penelitian	29
Gambar 4.1	Keputusan pembelian	30
Gambar 4.2	Diagram kartesius tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelanggan produk petis ikan tuna	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner penelitian	66
Lampiran 2	Hasil uji validitas dan reabilitas	72
Lampiran 3	Rekapitulasi karakteristik umum responden	75
Lampiran 4	Hasil tabulasi tingkat kinerja dan tingkat kepentingan produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	77
Lampiran 5	Perhitungan skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan	79
Lampiran 6	Tingkat kesesuaian dan urutan prioritas atribut produk petis ikan tuna UD. Hj Diya Food	84
Lampiran 7	Perhitungan <i>customer satisfaction index</i> (CSI)	85
Lampiran 8	Dokumentasi di UD. Hj Diya Food	87