

Bima Kurnia Wijaya. 140321100038. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Getuk Pisang (Studi Kasus Pada UD. GTT). Dibawah bimbingan Setiani, SP., MP

ABSTRAK

UMKM yang bergerak dibidang makanan terus mengalami pertumbuhan, salah satu UMKM tersebut adalah getuk pisang. Banyaknya UMKM getuk pisang membuat persaingan semakin ketat, salah satu UMKM getuk pisang tersebut adalah getuk pisang merek GTT. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut produk getuk pisang merek GTT produksi UD. GTT dan Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk getuk pisang merek GTT produksi UD. GTT. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai Maret 2018 di Kabupaten Kediri dengan pertimbangan bahwa UD. GTT memiliki tempat yang digunakan sebagai pusat penjualan produk-produknya yaitu di Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri dan produk getuk pisang merek GTT ini banyak didistribusikan ke pusat oleh-oleh yang ada di Kabupaten Kediri. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis customer statifaction index (CSI), data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan jumlah sampel 40 responden. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut yang paling tinggi kepuasannya adalah tanggal kadaluarsa dan atribut yang paling rendah kepuasannya adalah promosi, sedangkan nilai CSI getuk pisang merek GTT sebesar 81,234%. Nilai tersebut berada pada rentang 0,81-1,00 yaitu pada kriteria "sangat puas".

Kata kunci: getuk pisang, customer statifaction index, UMKM, tingkat kepuasan

Bima Kurnia Wijaya. 140321100038. Analysis Of The Customer Satisfaction Of Product Getuk Banana (Case Study On UD. GTT). Supervised by Setiani, SP., MP

ABSTRACT

The micro small and medium enterprises engaged in food continues to experience growth, one of the micro small and medium enterprises are getuk bananas. The many of micro small and medium enterprises getuk bananas make the competition getting tougher, one of micro small and medium enterprises getuk banana is getuk banana brand GTT. This study aims to determine the attributes of the product getuk banana brand GTT production UD. GTT and analysis of the customer satisfaction of product getuk banana brand GTT production UD. GTT. This research was conducted in February to March 2018 in Kediri Regency with the consideration that the UD. GTT has used as a Center for the sale of its products in the Village of Toyoresmi District Ngasem Kediri Regency and products getuk banana brand GTT is many distributed to Center Gift Shop Kediri Regency. The research method used is descriptive analysis and analysis of customer satisfaction index (CSI), the data are used primary and secondary data with the total of sample are 40 respondents. The results of the study stated that the most high attribute satisfaction is the expiration date and the lowest satisfaction attributes is the promotion, while the value of the CSI getuk banana brand GTT of 81.234%. These values are in the range of 0.81-1.00 that is on the criteria of "very satisfied".

Key words: getuk banana, customer satisfaction index, micro small and medium enterprises, the level of satisfaction

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Getuk Pisang (Studi Kasus Pada UD. GTT)”

Skripsi disusun dalam rangka menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura. Skripsi ini dibuat berdasarkan hasil penelitian lapangan mengenai “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Getuk Pisang Merek GTT Produksi UD. GTT” yang dilaksanakan pada bulan Februari 2018 sampai Maret 2018 di Kabupaten Kediri.

Terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu dan ucapan terima kasih tersebut penyusun sampaikan kepada:

1. Kedua orang tua Bapak Mulyono dan Ibu Nanik Sritani, untuk semua kasih sayang, pengorbanan, perjuangan, motivasi, dukungan, doa yang tiada hentinya mulai dari kecil sampai sekarang. Terima kasih untuk semuanya perjuangan dan air mata dalam mendukungku menyelesaikan skripsi ini.
2. Setiani, SP., MP, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing, memotivasi serta memberi banyak saran untuk memperbaiki skripsi saya dengan penuh kesabaran.
3. Dr. Teti Sugiarti, SP., M.Si, selaku dosen pembimbing seminar yang telah memberikan kritik dan sarannya untuk memperbaiki skripsi saya.
4. Dr. Elys Fauziah, SP., M.P, selaku dosen penguji. Terima kasih untuk semua kritik dan sarannya yang membangun. Semoga masukan yang diberikan dapat memperbaiki skripsi saya.
5. Dr. Elys Fauziah, SP., M.P, selaku wali dosen yang telah membimbing dan mengarahkan saya dengan penuh kasih sayang dan kesabaran mulai dari Mahasiswa baru hingga mahasiswa akhir.
6. Seluruh dosen dan staff pengajar, khususnya pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura yang telah ikhlas memberikan ilmu kepada saya dengan penuh kesabaran mulai dari

semester satu hingga saya lulus menjadi sarjana di Universitas Trunojoyo Madura. Semoga ilmu yang diberikan bisa menjadi ilmu yang barokah buat saya.

7. Kakakku Rafika Rizky Kartikasari yang telah mensupportku tanpa kenal lelah mulai aku masuk kuliah sampai aku lulus.
8. Para Sahabat-Sahabatku Maudho, Ria, Eka, Anis, Hana yang selalu memberikan motivasi dan semangat sehingga aku bisa menyelesaikan skripsiku.
9. Keluarga Weirdie Nita Oktavia, Sevita, Mirna, Fahmi Terima kasih telah menjadi perantara Allah untuk menjadi keluarga keduaku yang selalu menguatkan dalam senang dan susah berjuang diperantauan. Semoga kesuksesan selalu menghampiri kita di kemudian hari.
10. Keluarga Setiani Squad Pipit, Iqbal, Fahmi, Ovi, Seli, Ali, Irvi yang sudah menasehati, mensupport, dan memotivasiku hingga aku bisa menyelesaikan tugas akhirku.
11. Nita Oktavia yang selalu menasehati, mensupportku dan menjadi pelengkap perjuanganku menyelesaikan skripsi. Terima kasih untuk kebaikannya yang selalu membantuku dalam menyelesaikan revisian.
12. Teman-teman seperjuangan Agribisnis UTM angkatan 2014, yang tidak dapat kusebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semua pengalaman, canda tawa, kebersamaan, kekeluargaan yang telah diberikan mulai masuk kuliah sampai lulus.
13. Dan semua pihak yang telah mendukungku dalam menyelesaikan skripsiku yang tidak dapat kusebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga Allah memberikan balasan yang setimpal atas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa karya kecil ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Bangkalan, 05 Juli 2018

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
BIODATA PENULIS.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Agroindustri	5
2.2 Perilaku Konsumen	6
2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	6
2.4 Kepuasan Konsumen	8
2.5 Proses Pengambilan Keputusan.....	9
2.6 Atribut Produk.....	10
2.7 <i>Customer Statifaction Index</i> (CSI)	11
2.7 Penelitian Terdahulu.....	11
2.8 Kerangka Pemikiran	22
 BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.2 Metode Penentuan Sampel	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.5 Metode Analisis Data.....	25
3.5.1 Analisis Deskriptif	25
3.5.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	26
3.5.3 <i>Customer Statifaction Index</i> (CSI).....	27
3.5.4 <i>Importance and Performance Analysis</i> (IPA)	28
3.6 Definisi Operasional	30

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	32
4.1 Deskripsi Kabupaten Kediri	32
4.2 Sejarah UD. GTT	33
4.3 Karakteristik Konsumen.....	34
4.3.1 Usia Konsumen	34
4.3.2 Jenis Kelamin Konsumen	35
4.3.3 Alamat Rumah Konsumen	36
4.3.4 Jumlah Anggota Keluarga Konsumen.....	36
4.3.5 Pendidikan Terakhir Konsumen.....	37
4.3.6 Pekerjaan Konsumen	38
4.3.7 Pendapatan Konsumen	39
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
5.1 Atribut Getuk Pisang Merek GTT	41
5.1.1 Rasa.....	41
5.1.2 Aroma yang Khas	41
5.1.3 Kemasan	42
5.1.4 Label Halal	42
5.1.5 Tanggal Kadaluarsa.....	43
5.1.6 Harga.....	44
5.1.7 Lokasi Pembelian	44
5.1.8 Promosi	45
5.2 Tingkat Kepuasan Konsumen Getuk Pisang Merek GTT	46
5.2.1 Uji Validitas.....	46
5.2.2 Uji Reliabilitas	47
5.2.3 Tingkat Kepentingan Atribut Getuk Pisang Merek GTT.....	48
5.2.4 Tingkat Kinerja Atribut Getuk Pisang Merek GTT	49
5.2.5 <i>Customer Statifaction Index (CSI)</i>	51
5.2.6 <i>Importance and Performance Analysis (IPA)</i>	52
BAB VI PENUTUP	55
6.1 Simpulan	55
6.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Penduduk di Jawa Timur Tahun 2013 – 2016.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2.2	Lanjutan Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.3	Lanjutan Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2.4	Lanjutan Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.5	Lanjutan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2.6	Lanjutan Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Atribut – Atribut Dasar Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	28
Tabel 4.1	Karakteristik Konsumen Getuk Pisang Merek GTT Menurut Usia.....	34
Tabel 4.2	Karakteristik Konsumen Getuk Pisang Merek GTT Menurut Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.3	Karakteristik Konsumen Getuk Pisang Merek GTT Menurut Alamat Rumah.....	36
Tabel 4.4	Karakteristik Konsumen Getuk Pisang Merek GTT Menurut Jumlah Keluarga.....	37
Tabel 4.5	Karakteristik Konsumen Getuk Pisang Merek GTT Menurut Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.6	Karakteristik Konsumen Getuk Pisang Merek GTT Menurut Pekerjaan.....	39
Tabel 4.7	Karakteristik Konsumen Getuk Pisang Merek GTT Menurut Pendapatan.....	40
Tabel 5.1	Uji Validitas.....	47
Tabel 5.2	Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 5.3	Hasil Rata-Rata Tingkat Kepentingan.....	48
Tabel 5.4	Hasil Rata-Rata Tingkat Kinerja.....	49
Tabel 5.5	Perhitungan <i>Customer Satifaction Index</i> (CSI) Getuk Pisang Merek GTT.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	9
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir.....	23
Gambar 3.1	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	29
Gambar 4.1	Peta Wilayah Kabupaten Kediri.....	32
Gambar 5.1	<i>Importance and Performance Analysis</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jumlah Penduduk di Jawa Timur Tahun 2013-2016.....	60
Lampiran 2. Data UMKM Makanan Di Kabupaten Kediri Tahun 2015.....	62
Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian.....	63
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian.....	67
Lampiran 5. Karakteristik Konsumen	69
Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas	74
Lampiran 7. Output Hasil Analisis CSI dan IPA.....	76