

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian-penelitian sebelumnya tentang kepuasan konsumen, banyak diantaranya menggunakan alat analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Pada penelitian yang dilakukan oleh Sukardi dan Chandrawatisma (2008), Tentang Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Produk Corned Pronas Produksi PT CIP Denpasar Bali juga menggunakan IPA dan CSI. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik pelanggan, mengkaji proses keputusan pelanggan, mengetahui tanggapan pelanggan terhadap atribut, serta menganalisa tingkat kepuasan pelanggan terhadap Corned Pronas. Penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT untuk menentukan bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa analisis IPA pada kuadran I meliputi aroma, rasa yang diterima dibanding harga, komposisi produk, ukuran volume produk, warna, dan ketersediaan/mudah didapat. Kuadran II meliputi seluruh atribut *quality service* (ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk, jaminan halal dan izin Depkes produk, ketersediaan layanan informasi untuk mudah diakses), dan rasa. Kuadran III meliputi desain kemasan, aroma yang diterima dibandingkan harga, kepraktisan kemasan yang diterima dibandingkan harga, bergengsi, dan banyak dikonsumsi orang. Kuadran IV, tidak satupun atribut yang diteliti yang termasuk ke dalamnya. Indeks Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Index* atau CSI) diperoleh sebesar 82,76% (0,8276) yang berada pada kisaran 0,81–1,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pelanggan merasa sangat puas terhadap kinerja atribut-atribut dari *corned* yang diteliti.

Penelitian terdahulu menggunakan IPA dan CSI juga dilakukan oleh Wicaksana (2013) yang berjudul Analisis Sikap dan Kepuasan Petani dalam Menggunakan Benih Bersertifikat (Kasus di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu). Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis atribut-atribut yang menentukan sikap dan kepuasan petani, menganalisis sikap dan kepuasan petani, serta menganalisis hubungan antara sikap dan kepuasan penggunaan benih kentang

bersertifikat dengan produksi dan pendapatan. Selain menggunakan IPA dan CSI, penelitian ini juga menggunakan *Cochran Q-test* untuk menganalisis atribut-atribut yang dipertimbangkan responden, serta Multiatribut *Fishbein* untuk menganalisis sikap responden. Penelitian ini juga menggunakan analisis *Rank Spearman* untuk mengetahui hubungan antara sikap dan kepuasan dengan produksi dan pendapatan responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan sikap dan kepuasan petani dalam menggunakan benih kentang memiliki sikap netral terhadap benih kentang bersertifikat dengan presentase sebesar 56,67% yang berarti petani mempunyai kecenderungan sikap yang mudah berubah ke arah positif maupun negatif tergantung dari kinerja atribut benih tersebut. Berdasarkan hasil IPA, harga benih kentang bersertifikat memiliki kinerja kurang baik, hal ini dikarenakan harga benih yang tinggi dapat meningkatkan biaya usahatani kentang. Dari hasil analisis CSI didapatkan nilai sebesar 67,34% yang menunjukkan bahwa petani merasa puas dalam menggunakan benih kentang bersertifikat dibandingkan dengan benih lokal. Hasil korelasi *Rank Spearman* antara sikap dengan produksi sebesar 0.77, sikap dengan pendapatan sebesar 0.739, kepuasan dengan produksi sebesar 0.772, dan kepuasan dengan pendapatan sebesar 0.725. Hal ini menunjukkan sikap dan kepuasan petani yang positif akan cenderung menggunakan benih kentang bersertifikat sehingga produksi dan pendapatan yang dihasilkan lebih tinggi.

Pada penelitian ini penulis ingin mengkaji tentang kepuasan petani terhadap benih padi hibrida dengan menggunakan analisis yang sama dengan penelitian sebelumnya yaitu dengan analisis IPA dan CSI. Penggunaan IPA dan CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan terhadap benih padi hibrida serta tingkat kepuasan petani secara keseluruhan.

Penelitian lainnya tentang kepuasan juga dilakukan oleh Anggraini *et. al.* (2013), yang berjudul Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung juga menggunakan IPA dan CSI untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, serta menggunakan model SEM untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas

konsumen Gulaku, serta menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan kepuasan konsumen gulaku di Kota Bandar Lampung berada pada level sangat puas dengan nilai indeks kepuasan (CSI) sebesar 81,68%, dan konsumen termasuk konsumen yang loyal. Sedangkan bauran pemasaran tidak berpengaruh secara nyata terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen karena nilai yang diterima oleh konsumen dari keempat variabel bauran pemasaran tidak secara nyata/langsung.

Pada ketiga penelitian diatas sama-sama menggunakan analisis IPA dan CSI, hanya saja pada penelitian pertama menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi pengembangan yang harus dilakukan. Sedangkan pada penelitian kedua menggunakan analisis *Rank Spearman* untuk mengetahui hubungan dengan tingkat pendapatan petani dan pada penelitian ketiga menggunakan model SEM untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Pada penelitian pertama hanya berfokus pada kepuasan pelanggan dan strategi pengembangannya. Penelitian kedua lebih berfokus pada sikap dan kepuasan petani serta hubungannya dengan produksi dan pendapatan. Sedangkan pada penelitian ketiga berfokus pada kepuasan dan loyalitas konsumen serta pengaruh bauran pemasaran terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen. Berdasarkan dari kajian penelitian sebelumnya, maka penulis ingin menggunakan analisis IPA dan CSI yang berfokus pada tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan, serta kepuasan petani terhadap benih padi hibrida secara keseluruhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wicaksana (2013) menggunakan analisis *Cochran Q-test* untuk menganalisis atribut yang dipertimbangkan konsumen dari hasil analisis tersebut atribut yang dipertimbangkan oleh petani dalam mengambil keputusan dalam menggunakan benih kentang bersertifikat adalah potensi produksi, daya tumbuh benih, daya tahan benih, ukuran benih, keseragaman benih, ketersediaan benih, harga benih, asal produksi benih, dan sertifikat benih. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Anggraini *et. al.* (2013) menggunakan tiga belas atribut yaitu merek, desain kemasan, kebersihan produk, rasa, ukuran berat, layanan konsumen, label halal, tanggal kadaluarsa, izin BPOM,

harga, kemudahan, promo penjualan, dan iklan. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Sukardi dan Chandrawatisma (2008), menggunakan beberapa atribut yang dapat dirasakan langsung oleh pelanggan yaitu dimensi atribut *performance, reliability dan feature, durability, conformance dan quality*. Berdasarkan penelitian terdahulu serta studi literatur, pada penelitian ini menggunakan dimensi kualitas yang terdiri dari *performance, conformance to specification, durability, perceived quality, dan serviceability*.

2.2 Padi Hibrida

2.2.1 Sejarah Padi Hibrida

Menurut Satoto et, al. (2009), varietas hibrida merupakan benih yang digunakan untuk pertanaman produksi adalah benih generasi pertama (F1) yang berasal dari hasil persilangan antara tetua berbeda yang dipilih melalui seleksi. Varietas hibrida mempunyai kemampuan berproduksi lebih tinggi apabila dibandingkan dengan varietas inbrida, karena adanya pengaruh heterosis yaitu kecenderungan F1 yang lebih unggul dibandingkan tetuanya.

Peristiwa heterosis pada padi diamati oleh Jones pada tahun 1926 yang menjelaskan bahwa beberapa hibrida mempunyai jumlah batang yang lebih banyak dan hasil yang lebih tinggi dibandingkan tetuanya. Kurang lebih sepuluh hingga tiga puluh tahun kemudian beberapa peneliti juga mendapatkan fenomena yang sama pada spesies tanaman yang menyerbuk sendiri seperti padi. Namun peneliti tersebut tidak ada yang meneruskannya untuk mengeksploitasi fenomena ini secara komersial. Pada tahun 1960an beberapa peneliti menyarankan untuk mengeksploitasi gejala heterosis pada padi secara komersial. Namun hanya peneliti di China yang kemudian tetap melanjutkan penelitiannya dan berhasil secara komersial (Satoto, et al. 2009).

Padi hibrida yang berhasil dirakit pertama kali di China pada tahun 1974 dan digunakan secara komersial sejak 1976, dengan melepas varietas padi hibrida yang bernama Nam You 2 dan Nam You 3. Kini luas pertanaman padi hibrida di China kurang lebih 15 juta ha atau sekitar 50% dari total areal pertanaman padi dan menyumbang 60% dari total produksi padi nasionalnya (Ma and Yuan, 2003 dalam balitbang 2007).

Di Indonesia penelitian padi hibrida telah dilakukan sejak 1983 yang diawali dengan pengujian keragaan GMJ (Galur Mandul Jantan) dan hibrida hasil introduksi. Selanjutnya, sejak tahun 1998 penelitian pemuliaan padi hibrida di Indonesia lebih diintensifkan, dengan menguji bahan pemuliaan introduksi yang disertai pula dengan perakitan berbagai kombinasi hibrida sendiri (Balitbang, 2007).

Hingga tahun 1990an, penelitian padi hibrida belum membuahkan hasil seperti yang diharapkan karena dihadapkan kepada berbagai masalah, terutama sulitnya mendapatkan GMJ yang stabil, memiliki tingkat persilangan alami (*outcrossing rate*) yang tinggi (>20%), dan sesuai dengan kondisi lingkungan Indonesia. Evaluasi terus dilakukan hingga akhirnya mendapatkan sejumlah hibrida yang hasilnya konsisten dan lebih baik dari varietas pembanding. Kemudian dilepas pada tahun 2002 dengan nama Maro dan Rokan (Satoto dan Suprihatno, 2008).

Penelitian yang terus dilakukan oleh Badan Litbang pertanian juga membuat perusahaan benih swasta turut serta mengembangkan penelitian dan mengeluarkan varietasnya sendiri. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari peneliti padi hibrida BB Padi, dari tahun 2002-2010 telah dilepas 67 varietas padi hibrida, jauh lebih banyak jumlahnya dibandingkan padi inbrida dalam rentang waktu yang sama. Tercatat ada 13 perusahaan benih swasta yang ikut bermain di dalam bisnis padi hibrida ini. BB Padi sendiri telah merilis 17 jenis padi hibrida (Prasetyono, 2012).

2.2.2 Varietas Padi Hibrida

Penelitian yang terus dilakukan mengenai padi hibrida telah menghasilkan beberapa varietas, dari tahun 2002-2010 telah dilepas 67 varietas padi hibrida, jauh lebih banyak jumlahnya dibandingkan padi inbrida dalam rentang waktu yang sama. Tercatat ada 13 perusahaan benih swasta yang ikut bermain di dalam bisnis padi hibrida ini. Beberapa varietas yang telah dilepas di Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Maro

Padi hibrida varietas maro merupakan salah satu padi hibrida milik Balai Besar Penelitian Tanaman Padi yang dilepas pada tahun 2002. Pemulia padi hibrida varietas maro adalah Suwarno, B. Sutaryo, Yuniati P.M, Murdani Diredja, dan B. Suprihatno. Padi ini mempunyai umur tanaman selama 113 hari dengan bentuk

tanaman dan daun yang tegak serta mempunyai tinggi tanaman 98 cm. Bentuk gabahnya ramping dan berwarna kuning bersih serta mempunyai tekstur nasi yang pulen. Padi varietas maro ini tahan rebah sehingga tidak mudah rebah ketika terkena angin. Tingkat kerontokan gabah dari malainya sedang, dengan potensi hasil panen sebesar 8,85 ton/ha gabah kering giling dan rata-rata yang dihasilkan sebesar 6,24 ton/ha gabah kering giling. Kelemahan dari varietas ini adalah rentan terhadap wereng coklat biotipe 2 dan 3 serta rentan terhadap penyakit hawar daun bakteri strain III dan IV. Anjuran penanaman padi ini adalah di lahan sawah irigasi dan bukan daerah endemi virus tungro dan hama wereng coklat (BB Padi, 2015).

2. Rokan

Padi hibrida varietas rokan adalah padi hibrida milik Balai Besar Penelitian Tanaman Padi yang dilepas pada tahun 2002 dengan pemulia Suwarno, B. Sutaryo, Yuniati P.M., Murdani Diredja, dan B. Suprihatno. Padi ini mempunyai umur tanaman selama 115 hari dengan bentuk tanaman dan daun yang tegak serta mempunyai tinggi 107 cm. Bentuk gabah varietas rokan ini kadang berbulu dengan bentuknya yang ramping mempunyai warna gabah yang kuning bersih serta mempunyai tekstur nasi yang pulen. Tingkat kerontokan gabah dari malainya sedang dan termasuk padi yang tahan rebah. Potensi hasil panen dari padi rokan ini dapat mencapai 9,24 ton/ha gabah kering giling, namun rata-rata yang dihasilkan hanya mencapai 6,44 ton/ha gabah kering giling. Varietas ini rentan terhadap hama wereng coklat biotipe 2 dan 3 serta peka terhadap penyakit hawar daun bakteri strain III dan IV. Anjuran penanaman padi ini adalah di lahan sawah irigasi dan bukan daerah endemi virus tungro dan hama wereng coklat (BB Padi, 2015).

3. Hibrindo R2

Berdasarkan SK kementerian pertanian nomor 119 tahun 2003, padi hibrida varietas Hibrindo R2 merupakan hasil persilangan induk betina (CMS) 6 C02 dengan induk jantan (restorer) M06 milik PT Bayer Crop Science. Umur tanaman berkisar antara 115-140 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi tanaman 92-130 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 5-14 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun miring berwarna hijau. Padi ini merupakan padi yang tahan rebah dengan tingkat kerontokan gabahnya tahan. Bentuk gabah dari padi Hibrindo R2 adalah ramping dengan warna gabah kuning serta

mempunyai tekstur nasi pulen. Potensi hasil panen dapat mencapai 9,26 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 6,41 ton/ha gabah kering giling. Padi ini peka terhadap wereng coklat biotipe 2 dan 3 serta peka terhadap penyakit hawar daun bakteri strain IV dan VIII. Padi ini cocok ditanam di sawah irigasi.

4. Hipa 3

Padi hibrida varietas Hipa 3 adalah padi hibrida milik Balai Besar Penelitian Tanaman Padi yang dilepas pada tahun 2004 dengan pemulia Suwarno, Satoto, E. Lubis, Allidawati, Yuniati P. M., Indrastuti A. Rumanti, Yudistira Nugraha, Murdani Diredja dan Sony Suharsono. Padi ini mempunyai umur tanaman selama 116-120 hari dengan bentuk tanaman sedang dan daun yang tegak serta mempunyai tinggi 96-105 cm. Bentuk gabahnya ramping dan mempunyai warna gabah kuning jerami serta mempunyai tekstur nasi sedang. Tingkat kerontokan gabah dari malainya tergolong mudah rontok dan termasuk padi yang tahan rebah. Potensi hasil panen dari padi ini dapat mencapai 11,67 ton/ha gabah kering giling, namun rata-rata yang dihasilkan hanya mencapai 8,5 ton/ha gabah kering giling. Varietas Hipa 3 agak tahan terhadap hama wereng batang coklat biotipe 2 serta agak tahan terhadap penyakit hawar daun bakteri strain IV, VIII dan agak tahan terhadap tungro (BB Padi, 2015).

5. Hipa 4

Padi hibrida varietas Hipa 4 adalah padi hibrida milik Balai Besar Penelitian Tanaman Padi yang dilepas pada tahun 2004 dengan pemulia Suwarno, Satoto, Murdani D., E. Lubis, Alidawati, Yuniati P.M., Indrastuti A. Rumanto, Yudistira Nugraha, dan Sony Suharsono. Padi ini mempunyai umur tanaman selama 114-116 hari dengan bentuk tanaman dan daun yang tegak serta mempunyai tinggi 86-95 cm. Bentuk gabahnya ramping dan mempunyai warna gabah kuning jerami serta mempunyai tekstur nasi pera. Tingkat kerontokan gabah dari malainya tergolong mudah rontok dan termasuk padi yang tahan rebah. Potensi hasil panen dari padi ini dapat mencapai 10,43 ton/ha gabah kering giling, dan rata-rata yang dihasilkan mencapai 8,01 ton/ha gabah kering giling. Varietas Hipa 4 agak tahan terhadap hama wereng batang coklat biotipe 2 serta agak tahan terhadap penyakit hawar daun bakteri strain IV, VIII dan agak tahan terhadap tungro (BB Padi, 2015).

6. Manis 4

Berdasarkan SK kementerian pertanian nomor 569 tahun 2004, padi hibrida varietas Manis 4 merupakan benih padi hibrida hasil persilangan galur padi jepang milik Mitsui Chemicals, Inc. Pemulianya adalah Takeshi Tsuchiya (MCI), Xu Xuning (CNSGC). Umur tanaman berkisar antara 105-123 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi tanaman 90-130 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 8-16 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Padi ini merupakan padi yang tahan rebah dengan tingkat kerontokan gabahnya sedang. Bentuk gabah dari padi Manis 4 adalah sedang dengan warna gabah kuning serta mempunyai tekstur nasi sedang. Potensi hasil panen dapat mencapai 10,14 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 7,43 ton/ha gabah kering giling. Padi ini rentan terhadap hama wereng coklat dan rentan terhadap penyakit hawar daun. Padi ini cocok ditanam di sawah irigasi pada dataran rendah sampai sedang.

7. Manis 5

Berdasarkan SK kementerian pertanian nomor 572 tahun 2004, padi hibrida varietas Manis 5 merupakan benih padi hibrida hasil persilangan galur padi jepang milik Mitsui Chemicals, Inc. Pemulianya adalah Takeshi Tsuchiya (MCI), Yan Jingbo, dan Fang (NNSGC). Umur tanaman berkisar antara 96-115 hari dengan bentuk tanaman agak tegak dan tinggi tanaman 85-135 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 7-16 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Padi ini mempunyai batang dengan tingkat kerebahan sedang. Bentuk gabah dari padi Manis 5 adalah panjang dengan warna gabah kuning serta mempunyai tekstur nasi sedang. Tingkat kerontokan gabah tergolong tahan. Potensi hasil panen dapat mencapai 9,87 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 6,84 ton/ha gabah kering giling. Padi ini rentan terhadap hama wereng coklat dan rentan terhadap penyakit hawar daun. Padi ini cocok ditanam di sawah irigasi pada dataran rendah sampai sedang.

8. Segara Anak

Berdasarkan SK Menteri Pertanian nomor 519 tahun 2005, varietas segara anak merupakan salah satu varietas padi hibrida milik PT Makmur Sejahtera dengan pemulia Mo Zhijun dan Satoto serta peneliti M. Zairin, Mashur, Awaludin Hipi,

dan L. Wirajaswadi. Padi hibrida segara anak mempunyai umur tanam selama 100-105 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi 93-109 cm. Anakan produktif dapat mencapai 14 hingga 17 batang, dengan warna batang hijau dan helai daun hijau. Padi ini mempunyai muka daun yang agak kasar dan posisi daun yang tegak. Bentuk gabahnya agak besar dan berwarna kuning bersih dengan tekstur nasi sedang, selain itu padi ini juga tahan rebah. Potensi hasil panennya dapat mencapai 8,50 ton/ha gabah kering giling, sedangkan rata-rata menghasilkan 7 ton/ha gabah kering giling. Namun padi segara anak ini rentan terhadap tungro, wereng coklat biotipe 2 dan BLB Strain IV dan VIII, selain itu juga tingkat kerontokan gabahnya tahan sehingga agak sulit dalam merontokkan gabah dari malainya pada saat panen. Padi ini merupakan padi hibrida yang mempunyai aromatik/wangi serta cocok untuk ditanam pada dataran rendah dekat pantai.

9. Brang Biji

Berdasarkan SK kementerian pertanian nomor 531 tahun 2006, padi hibrida varietas Brang Biji merupakan benih padi hibrida milik PT Makmur Sejahtera. Pemulianya adalah Mo Zhijun, dan Satoto, serta diteliti oleh M. Zairin, Mashur, Awaludin Hipi, dan L. Wirajaswadi. Umur tanaman berkisar antara 100-107 hari dengan bentuk tanaman agak tegak dan tinggi tanaman 97-117 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 12-15 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Padi ini mempunyai batang yang tahan rebah. Bentuk gabah dari padi Brang Biji adalah tegak dengan warna gabah kuning bersih serta mempunyai tekstur nasi agak pulen. Tingkat kerontokan gabah tergolong sedang. Potensi hasil panen dapat mencapai 9,00 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 6,50 ton/ha gabah kering giling. Padi ini rentan terhadap Tungro, wereng Coklat biotipe 2, BLB strain IV dan VIII. Padi ini cocok ditanam pada dataran rendah dekat pantai.

10. Adirasa 64

Berdasarkan SK kementerian pertanian nomor 533 tahun 2006, padi hibrida varietas Adirasa 64 merupakan salah satu benih padi hibrida milik PT Triusaha Sari Tani. Padi ini merupakan hasil persilangan antara CMS 3-1A dengan Restorer IR 64. Pemulianya adalah Li Zheng You dari China, sedangkan di Indonesia pemulianya adalah Sukarno Roesmarkam dan diteliti oleh Suparman Yudi Hartono,

Susanto, Juliastuti, dan Endung Hendro Subagyo. Umur tanaman berkisar antara 105-110 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi tanaman 90-115 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 10-12 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Padi ini mempunyai batang yang tahan rebah. Bentuk gabah dari padi Adirasa 64 adalah ramping dengan warna gabah seperti warna jerami serta mempunyai tekstur nasi yang pulen. Tingkat kerontokan gabah tergolong sedang. Potensi hasil panen dapat mencapai 7,89 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 7,22 ton/ha gabah kering giling. Ketahanan terhadap hama dan penyakit cukup bervariasi, agak tahan terhadap Wereng Coklat biotipe 1, agak peka terhadap biotipe 2 dan biotipe 3 selain itu varietas ini juga agak peka terhadap hawar daun bakteri patotipe IV, VIII dan tahan terhadap penyakit tungro. Padi ini cocok ditanam di Jawa Timur saat musim kemarau pada lahan sawah subur dataran rendah sampai ketinggian 500 m dpl.

11. PP 1

Berdasarkan SK kementerian pertanian nomor 571 tahun 2005, padi hibrida varietas PP 1 merupakan benih padi hibrida milik PT DuPont Indonesia. Pemuliaannya adalah Govinda Raj Kumar, sedangkan di Indonesia pemuliaannya adalah Sunardi dan diteliti oleh Priyandono Hadari, Rulik Saiful Ahmadi. Umur tanaman 121 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi tanaman 118 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 8-15 malai per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Padi ini mempunyai batang yang cukup tahan rebah. Bentuk gabah dari padi PP 1 adalah ramping dengan warna gabah kuning bersih serta mempunyai tekstur nasi pulen dan sedikit aromatik. Tingkat kerontokan gabah tergolong tahan atau sulit rontok. Potensi hasil panen dapat mencapai 10,4 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 6,6 ton/ha gabah kering giling. Padi ini agak peka terhadap Wereng Coklat biotipe 1,2 dan 3, agak tahan terhadap tungro dan agak peka HDB patotipe IV dan VIII. Padi ini mempunyai mempunyai daya hasil yang tinggi di musim kemarau dan cukup tinggi di musim penghujan pada sawah beririgasi.

12. PP 2

Berdasarkan SK kementerian pertanian nomor 532 tahun 2006, padi hibrida varietas PP 2 merupakan benih padi hibrida milik PT DuPont Indonesia.

Pemulianya adalah Govinda Raj Kumar, sedangkan di Indonesia pemulianya adalah Sunardi dan diteliti oleh Priyandono Hadari, Rulik Saiful Ahmadi. Umur tanaman 120 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi tanaman 105 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 10-12 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Padi ini mempunyai batang yang tahan rebah. Bentuk gabah dari padi PP 2 adalah ramping sedang dengan warna gabah kuning bersih serta mempunyai tekstur nasi sedang. Tingkat kerontokan gabah tergolong tahan atau sulit rontok. Potensi hasil panen dapat mencapai 9,7 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 6,4 ton/ha gabah kering giling. Ketahanan terhadap hama dan penyakit cukup bervariasi, agak tahan terhadap Wereng Coklat biotipe 1, agak peka terhadap biotipe 2 dan biotipe 3 selain itu varietas ini juga agak tahan terhadap tungro dan bereaksi agak peka terhadap penyakit hawar daun strain IV dan VIII. Padi ini mempunyai daya hasil yang tinggi di musim kemarau dan cukup tinggi di musim penghujan pada sawah beririgasi.

13. SL-8-SHS

Berdasarkan SK kementerian pertanian nomor 376 tahun 2006, padi hibrida varietas SL-8-SHS adalah benih padi hibrida milik SL. Agritech Corp, Philippines. Pemulianya adalah Zhang Zhao Dong dan Weijen Xu, dan pemulia lokal di Indonesia adalah Suwarno. Umur tanaman berkisar antara 112-115 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi tanaman 107-115 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 11-12 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Bentuk gabah padi SL-8-SHS adalah sedang dengan warna gabah kuning jerami serta mempunyai tekstur nasi pulen. Padi ini mempunyai tingkat kerebahan batang yang sedang dan tingkat kerontokan gabahnya sedang. Potensi hasil panen dapat mencapai 14,83 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 11,53 ton/ha gabah kering giling pada musim hujan dan 10,72 ton/ha pada musim kering. Padi ini agak peka terhadap wereng coklat biotipe 1, 2 dan 3 serta agak peka terhadap hawar daun bakteri strain IV dan VIII. Agak tahan terhadap hawar daun bakteri strain III. Peka terhadap penyakit virus tungro. Pada musim kemarau padi ini cocok ditanam di lahan sawah irigasi yang subur serta musim hujan cocok ditanam pada lahan sawah irigasi subur yang bukan daerah endemik wereng coklat, virus tungro dan hawar daun bakteri

14. SL-11-SHS

Berdasarkan SK kementerian pertanian 377 tahun 2006, padi hibrida varietas SL-11-SHS merupakan benih padi hibrida milik SL. Agritech Corp, Philippines. Pemulianya adalah Zhang Zhao Dong dan Weijen Xu, dan pemulia lokal di Indonesia adalah Suwarno. Umur tanaman berkisar antara 115-126 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi tanaman 115-120 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 11-12 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Bentuk gabah padi SL-11-SHS adalah sedang dengan warna gabah kuning jerami serta mempunyai tekstur nasi sangat pulen dan beraroma. Padi ini mempunyai tingkat kerebahan batang yang sedang dan tingkat kerontokan gabahnya sedang. Potensi hasil panen dapat mencapai 15,25 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 11,53 ton/ha gabah kering giling pada musim hujan dan 10,72 ton/ha pada musim kering. Padi ini agak peka terhadap wereng coklat biotipe 1,2 dan 3 serta agak peka terhadap hawar daun bakteri strain IV dan VIII. Agak tahan terhadap hawar daun bakteri strain III. Peka terhadap penyakit virus tunggro. Pada musim kemarau padi ini cocok ditanam di lahan sawah irigasi yang subur serta musim hujan cocok ditanam pada lahan sawah irigasi subur yang bukan daerah endemik wereng coklat, virus tungro dan hawar daun bakteri.

15. Mapan P-02

Menurut SK kementerian pertanian nomor 131 tahun 2006, padi hibrida varietas Mapan P-02 merupakan salah satu benih padi hibrida milik PT Primasid. Padi ini merupakan hasil persilangan antara CMS Jinzao A dengan Restorer Jiang Hui 151. Pemulianya adalah Li Yuan Ping dan Liu Zu Han dari China, sedangkan di Indonesia pemulianya adalah Suwarno dan diteliti oleh Ayub Darmanto dan Era Adi Candra. Umur tanaman berkisar antara 114-116 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi 112 cm. Anakan produktif yang dihasilkan sebanyak 6-12 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Padi ini mempunyai batang yang tahan rebah. Bentuk gabah dari padi Mapan P-02 adalah ramping dengan warna gabah kuning bersih serta mempunyai tekstur nasi yang agak pera. Gabah yang dihasilkan mudah rontok sehingga akan lebih memudahkan saat pemanenan. Potensi hasil panen dapat mencapai 9,68 ton/ha gabah kering

giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 7,95 ton/ha gabah kering giling. Ketahanan terhadap hama dan penyakit cukup bervariasi, varietas ini agak tahan terhadap penyakit tungro dan agak peka terhadap HDB strain IV dan VIII. Sedangkan terhadap hama varietas ini agak peka dengan wereng coklat biotipe 1,2 dan peka terhadap biotipe 3. Padi ini cocok ditanam di sawah dataran rendah sampai menengah (50-300m dpl) dengan pengairan terjamin.

16. Mapan P-05

Benih hibrida Mapan P-05 merupakan salah satu benih hibrida swasta milik PT Primasid selain itu juga terdapat varietas lain yaitu Mapan P-02. Benih hibrida ini dilepas oleh kementerian pertanian pada tahun 2006. Berdasarkan surat keputusan menteri pertanian nomor 132 tahun 2006, padi hibrida Mapan P-05 merupakan hasil persilangan antara CMS Jinzao A dengan Restorer Minghui 63 oleh pemulia Li Yuan Ping dan Liu Zu Han dari China, sedangkan di Indonesia pemulianya adalah Suwarno dan diteliti oleh Ayub Darmanto dan Era Adi Candra. Padi hibrida Mapan P-05 berumur 113 sampai 115 hari dari benih sebar hingga panen. Tanaman berbentuk tegak dengan tinggi sekitar 103 cm dan mempunyai anakan produktif 7-19 batang per rumpun. Warna kaki dan warna batang dari padi Mapan P-05 ini berwarna hijau dengan daun tegak yang juga berwarna hijau serta tahan rebah. Gabah dari padi hibrida berbentuk ramping dengan warna gabah kuning bersih. Padi ini agak peka terhadap wereng coklat biotipe 1,2 dan 3 serta agak tahan terhadap penyakit tungro dan peka terhadap HDB strain IV dan VIII. Jumlah gabah per malainya sekitar 169 butir dan mudah rontok dari malainya. Padi hibrida ini mempunyai potensi hasil 9,52 ton / ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil 7,79 ton / ha gabah kering giling. Padi Mapan P-05 cocok di tanam sawah dataran rendah sampai menengah (ketinggian 50 –300 m dpl) dengan pengairan terjamin.

17. Hipa 5 Ceva

Padi hibrida varietas Hipa 5 Ceva merupakan salah satu padi hibrida milik Balai Besar Penelitian Tanaman Padi yang dilepas pada tahun 2007. Pemulia padi hibrida varietas maro adalah Satoto, Murdani D., Yudistira Nugraha, dan Sudibyo TWU. Padi ini mempunyai umur tanaman selama 114-129 hari dengan bentuk tanaman tegak dan daun bendera yang miring serta mempunyai tinggi tanaman

antara 93,67-120,57 cm. Bentuk gabahnya ramping dan berwarna kuning jerami serta mempunyai tekstur nasi yang pulen dan aromatik. Padi varietas Hipa 5 Ceva ini tahan rebah dan mempunyai tingkat kerontokan gabah yang mudah, dengan potensi hasil panen sebesar 8,40 ton/ha gabah kering giling dan rata-rata yang dihasilkan sebesar 7,29 ton/ha gabah kering giling. Varietas ini agak tahan terhadap hama wereng batang coklat biotipe 2 dan agak rentan terhadap penyakit hawar daun bakteri strain IV dan VII, namun agak tahan terhadap virus tungro (BB Padi, 2015).

18. Hipa 6 Jete

Padi hibrida varietas Hipa 6 Jete adalah padi hibrida milik Balai Besar Penelitian Tanaman Padi yang dilepas pada tahun 2007 dengan pemulia Satoto, Murdani D., Yudistira Nugraha, dan Sudibyo TWU. Padi ini mempunyai umur tanaman selama 101-128 hari dengan bentuk tanaman dan daun yang tegak serta mempunyai tinggi 90,20-119,93 cm. Bentuk gabahnya ramping dan mempunyai warna gabah kuning jerami serta mempunyai tekstur nasi yang pulen. Tingkat kerontokan gabah dari malainya tergolong mudah rontok dan termasuk padi yang tahan rebah. Potensi hasil panen dari padi ini dapat mencapai 10,60 ton/ha gabah kering giling, dan rata-rata yang dihasilkan mencapai 7,36 ton/ha gabah kering giling. Varietas Hipa 6 Jete rentan terhadap wereng coklat biotipe 2 serta agak terhadap hawar daun bakteri strain IV dan VIII dan Rentan virus tungro (BB Padi, 2015).

19. Sembada 168

Padi varietas Sembada 168 merupakan benih padi hibrida milik PT. Biogene Plantation. Pemulianya adalah Su Yao, Sudibyo TW, Bambang Sutaryo, dan Satoto. Umur tanaman kurang lebih 113 hari dengan bentuk tanaman tegak dan tinggi tanaman 114 cm. Anakan produktif yang dihasilkan kurang lebih sebanyak 15 batang per rumpun dengan warna batang hijau dan daun tegak berwarna hijau. Bentuk gabah padi Sembada 168 adalah sedang dengan warna gabah kuning serta mempunyai tekstur nasi pulen. Padi ini termasuk mempunyai tingkat kerebahan batang yang tahan dan tingkat kerontokan gabahnya sedang. Potensi hasil panen dapat mencapai 13,8 ton/ha gabah kering giling dengan rata-rata hasil panen sebesar 10,5 ton/ha gabah kering giling. Padi ini agak peka terhadap wereng coklat biotipe 2 dan 3. Agak tahan terhadap penyakit hawar daun bakteri patotipe III, agak peka

patotipe IV dan VIII, serta peka terhadap penyakit virus tungro (SK Menteri Pertanian No. 2232, 2010).

2.3 Perilaku Konsumen

2.3.1 Definisi Perilaku Konsumen

Konsumen dapat diartikan sebagai pengguna barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Dalam hal ini petani sebagai konsumen yang menggunakan barang atau jasa di kegiatan budidaya untuk mencapai keinginannya. Menurut Kotler dan Keller (2009), konsumen didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang berusaha memenuhi atau mendapatkan barang atau jasa karena pengaruh kehidupan pribadi atau kelompoknya. Menurut Sumarwan (2014), konsumen terbagi menjadi dua jenis, yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu adalah konsumen yang membeli barang atau jasa untuk digunakan sendiri sedangkan konsumen organisasi adalah konsumen yang membeli barang atau jasa untuk seluruh kegiatan-kegiatan sosial.

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2009). Menurut Sumarwan (2014), perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang memperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, serta menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Dalam mempelajari perilaku konsumen berarti mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan untuk menggunakan sumberdaya yang dimiliki guna memperoleh barang atau jasa yang diinginkannya. Sehingga para pemasar perlu memahami bagaimana perilaku konsumen serta bagaimana mereka mengambil keputusan dalam mengkonsumsi agar para pemasar dapat memasarkan barang atau jasa dengan baik serta dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai.

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009), perilaku konsumen dipengaruhi oleh :

1. Faktor budaya

Budaya merupakan kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan insitisi penting lainnya. Budaya adalah penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar. Setiap kelompok atau masyarakat mempunyai budaya, dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian bisa sangat bervariasi dari satu negara ke negara lain. Masing-masing budaya mengandung subbudaya yang lebih kecil, atau kelompok yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis yang berbeda-beda. Pemasaran yang efektif harus menyesuaikan dengan perbedaan-perbedaan yang ada agar tidak terjadi kesalahan yang mendasar.

2. Faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Sebuah kelompok akan mempunyai pengaruh langsung terhadap perilaku anggotanya. Kelompok akan memperkenalkan perilaku dan gaya hidup kepada seseorang anggotanya dan akan mempengaruhi sikap seseorang serta menciptakan tekanan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang. Anggota keluarga juga bisa sangat mempengaruhi perilaku konsumen. Pengaruh dari suami, istri serta anak-anak dapat memberikan merubah pandangan konsumen dari suatu barang atau jasa. Seseorang menjadi anggota kelompok maupun keluarga yang masing-masing mempunyai peran dan status. Setiap peran akan membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat. Seseorang biasanya memilih produk yang sesuai dengan peran dan status mereka.

3. Faktor pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Pembelian akan dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarga atau tahap-tahap yang dilalui keluarga ketika mereka menjadi matang dengan berjalannya waktu. Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli. Mereka akan menyesuaikan barang yang ingin dibeli dengan

pekerjannya. Selain itu terdapat situasi ekonomi yang mempengaruhi pilihan produk. Seseorang dengan kondisi ekonomi yang tinggi akan lebih cenderung memilih merek yang lebih mahal. Gaya hidup atau pola hidup akan berbeda pula dari setiap pekerjaan dan kelas sosial. Gaya hidup akan memperlihatkan bagaimana profil serta tindakan yang akan mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen juga akan memilih barang atau jasa yang sesuai dengan kepribadian mereka. Pengaruh kepribadian dan konsep diri merupakan pengaruh besar yang muncul dari diri sendiri. Dengan adanya konsep diri, konsumen akan memilih barang atau jasa yang mencerminkan identitas mereka.

4. Faktor psikologis

Pilihan pembelian seseorang juga akan dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Seseorang senantiasa mempunyai banyak kebutuhan, selain kebutuhan biologis seseorang juga mempunyai kebutuhan psikologis. Motivasi atau dorongan adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang akan mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan. Motivasi muncul dari diri sendiri dan tersembunyi dibawah kesadaran konsumen. Setelah orang termotivasi untuk bertindak, maka orang tersebut akan dipengaruhi oleh persepsi dirinya tentang sebuah situasi. Persepsi adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Seseorang dapat membentuk persepsi yang berbeda-beda meskipun dari rangsangan yang sama. Hal ini membuat pemasar harus bekerja keras dalam mempelajari perilaku konsumen. Dalam sebuah pengalaman pembelian, konsumen akan mengambil pembelajaran untuk melakukan perubahan dalam berperilaku. Dari pengalamannya tersebut, konsumen akan mengambil pembelajaran mengenai barang atau jasa yang akan dipilih. Melalui pelaksanaan dan pembelajaran, seseorang mendapatkan keyakinan dan sikap. Sehingga keyakinan dan sikap ini mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu sedangkan sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Untuk merubah keyakinan adalah hal yang sulit, maka kebanyakan para pemasar lebih memilih untuk mengikuti sikap daripada harus mengubah sikap konsumen.

2.4 Kepuasan Konsumen

2.4.1 Definisi Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2009) menyatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas atau senang. Menurut Engel, et al. dalam Tjiptono dan Diana (2003), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pasca pembelian dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Sedangkan menurut Wilkie dalam Tjiptono dan Diana (2003), mendefinisikan kepuasan sebagai sebuah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk.

Dari beberapa definisi diatas dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan hasil yang dirasakan oleh konsumen sehingga dapat menimbulkan perasaan puas ataupun tidak puas. Oleh karena itu mempelajari atau mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa menjadi sangat penting bagi pemasar, agar kebijakan dan strategi pemasaran yang akan dilaksanakan berhasil karena sudah sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh para konsumen.

2.4.2 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan beberapa metode. Selain untuk memantau kepuasan konsumennya, pengukuran ini juga digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen pesaing. Menurut Kotler dalam Tjiptono dan Chandra (2011), terdapat empat metode pengukuran untuk mengetahui kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Sistem keluhan dan saran merupakan sebuah cara yang dilakukan oleh perusahaan dengan menyediakan kesempatan bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Biasanya metode ini dilakukan dengan menggunakan media berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, website, dan lain-lain. Informasi yang dihasilkan dapat

menjadi ide-ide baru dan masukan bagi perusahaan. Namun metode ini bersifat pasif, karena tidak semua konsumen yang tidak puas akan menyampaikan pendapatnya, bisa saja mereka langsung beralih ke produk yang lain.

2. *Ghost shopping*

Ghost shopping adalah salah satu cara untuk mengetahui gambaran kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berpura-pura menjadi pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Mereka kemudian diminta untuk berinteraksi dengan para staf atau karyawan serta menggunakan barang atau jasanya. Kemudian mereka diminta untuk melaporkan berdasarkan pengalaman mereka yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah berpindah produk untuk mengetahui mengapa hal itu dapat terjadi sehingga dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Hanya saja metode ini sulit diterapkan karena harus mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan tersebut agak sulit.

4. Survei kepuasan pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, websites, maupun wawancara langsung (McNeal dan Lamb dalam Tjiptono dan Chandra, 2011). Metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu :

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran ini dilakukan dengan cara menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

b. *Derived satisfaction*

Pertanyaan-pertanyaan akan diajukan kepada pelanggan mengenai tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut yang relevan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja actual produk atau perusahaan bersangkutan.

c. *Problem analysis*

Responden akan diminta untuk mengungkapkan masalah yang dihadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan beserta saran perbaikan. Kemudian perusahaan akan menganalisis konten terhadap semua permasalahan dan saran untuk mengidentifikasi bidang utama yang perlu perbaikan segera.

d. *Importance performance analysis*

Responden akan diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut. Kemudian nilai rata-rata dari kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance Performance Matrix*.

2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Irawan, 2003).

Menurut Irawan (2003), terdapat lima faktor pendorong utama yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu :

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila setelah membeli dan menggunakan sebuah produk, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada 6 elemen dari kualitas produk yaitu *performance, durability, feature, reliability, consistency, dan design*.

2. Harga

Harga murah adalah sumber kepuasan yang penting bagi pelanggan yang sensitif, karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Sedangkan bagi konsumen yang tidak sensitif terhadap harga, maka komponen harga relatif tidak penting.

3. *Service quality*

Service quality sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Sehingga tidak heran jika kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan attitude dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan

bukanlah pekerjaan yang mudah. Pembenahan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training, budaya kerja dan hasilnya baru terlihat setelah tiga bulan. Kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.

4. Emotional factor

Kepuasan pelanggan dapat timbul pada saat mengendarai mobil yang memiliki *brand image* yang baik. Banyak jam tangan yang berharga Rp. 200.000 mempunyai kualitas produk yang sama baiknya dengan yang berharga Rp.10.000.000. Namun pelanggan yang menggunakan jam tangan seharga Rp.10.000.000 bisa lebih puas karena *emotional value* yang diberikan oleh brand tersebut. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.

5. Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Dengan mengetahui lima faktor pendorong ini, cukup bagi perusahaan untuk merancang strategi dan program peningkatan kepuasan pelanggan.

2.5 Karakteristik Produk

2.5.1 Atribut Produk

Atribut produk adalah unsur-unsur pokok yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono 2008). Atribut produk dapat meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya. Menurut Tjiptono (2008), atribut produk meliputi berikut :

1. Merek

Merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Merek pada dasarnya merupakan janji penjual untuk secara konsisten menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada para pembeli. Merek yang baik juga menyampaikan sebuah jaminan kualitas.

2. Kemasan

Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Pemberian kemasan pada suatu produk bisa memberikan tiga manfaat utama, yaitu manfaat komunikasi, manfaat fungsional, dan manfaat perseptual (Berkowitz et al., 1992 dalam Tjiptono, 2008).

3. Pemberian label

Labeling berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan sebagai tanda pengenal pada produk. Dengan demikian terdapat hubungan erat antara *labelling*, *packaging*, dan *branding*.

4. Layanan pelengkap

Berbagai macam produk saat ini tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa sebagai pelengkap. Menurut Lovelock dalam Tjiptono (2008), layanan pelengkap dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok yaitu :

- a. Informasi, misalnya jalan/arah menuju tempat produsen, jadwal atau skedul penyampaian produk/jasa, harga cara pemakaian produk dll.
- b. Konsultasi, seperti pemberian saran, auditing, dan konseling
- c. Order taking, meliputi aplikasi, jasa berlangganan, reservasi tempat dll.
- d. Hospitality, diantaranya seperti kelengkapan fasilitas
- e. Caretalking, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawa, serta dibeli pelanggan
- f. Exception, meliputi permintaan khusus, melayani komplain atau pujian/saran, dan sebagainya
- g. Pembayaran, bagaimana melayani pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan

5. Jaminan (garansi)

Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, dimana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan, jaminan

bisa meliputi kualitas produk, reparasi, ganti rugi (uang kembali atau produk ditukar), dan sebagainya.

2.5.2 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Diana (2003), ada delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis, terutama untuk produk manufaktur. Dimensi tersebut adalah :

1. Kinerja (*performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau kegagalan saat dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah diperbaiki, penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Dimensi-dimensi diatas lebih banyak diterapkan pada perusahaan manufaktur, sedangkan untuk mengevaluasi kualitas jasa menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman dalam Tjiptono dan Diana (2003) terdapat beberapa dimensi sebagai berikut :

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dengan memberikan pelayanan yang tanggap.

4. Jaminan (*assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

