

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
EGG ROLL MEREK “DONNA”**

(Studi Kasus CV. BANDUNG UTAMA Cepu, Blora-Jawa Tengah)

Oleh :

BAHRUL CHALIM

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS PERTANIAN

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

MALANG

2015

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
EGG ROLL MEREK “DONNA”**

(Studi Kasus CV. BANDUNG UTAMA Cepu, Blora-Jawa Tengah)

Oleh :

BAHRUL CHALIM

105040113111011

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

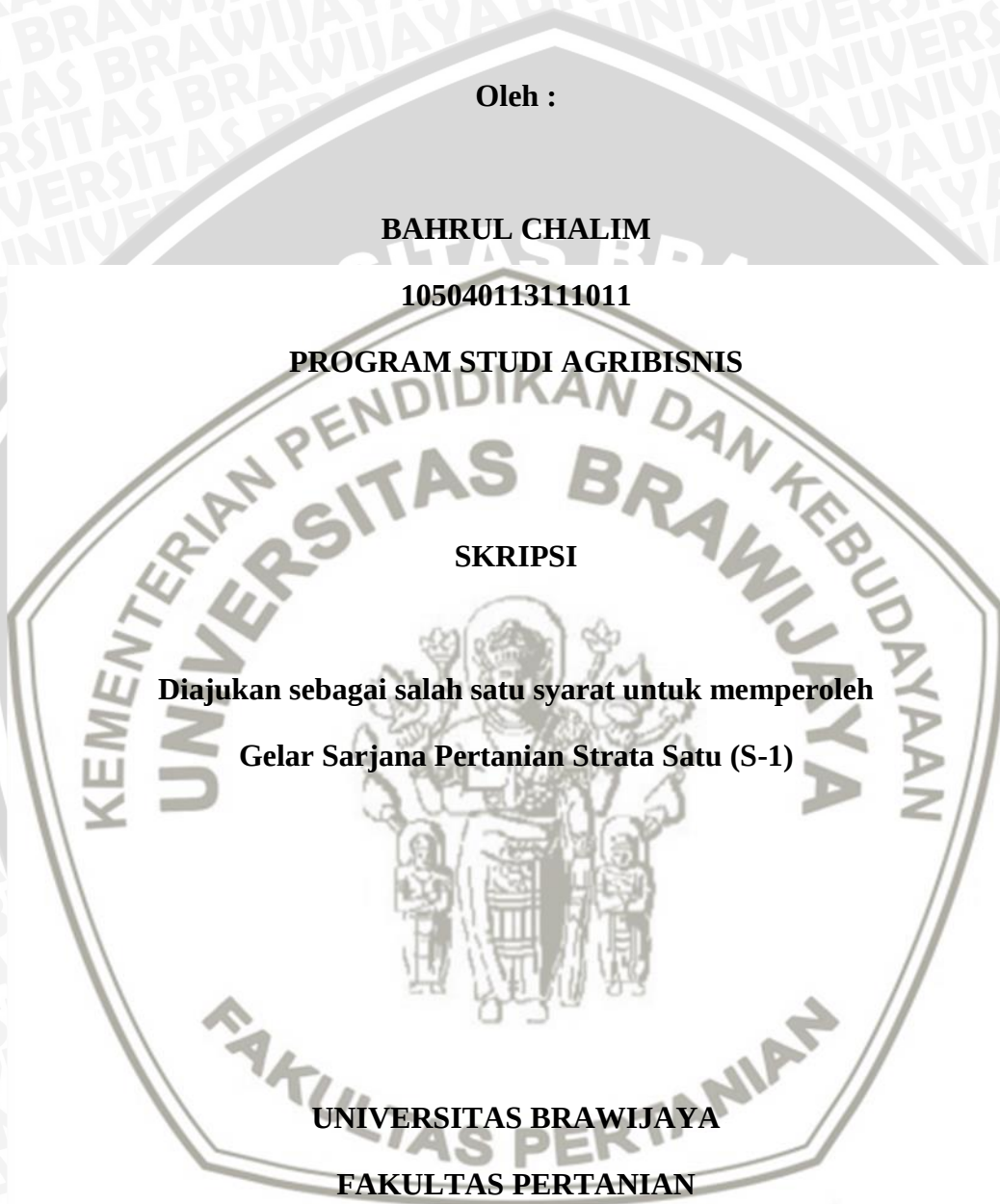
**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN**

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

MALANG

2015



**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
EGG ROLL MEREK “DONNA”**

(Studi Kasus CV. BANDUNG UTAMA Cepu, Blora-Jawa Tengah)

Oleh :

BAHRUL CHALIM

105040113111011

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS PERTANIAN

JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

MALANG

2015

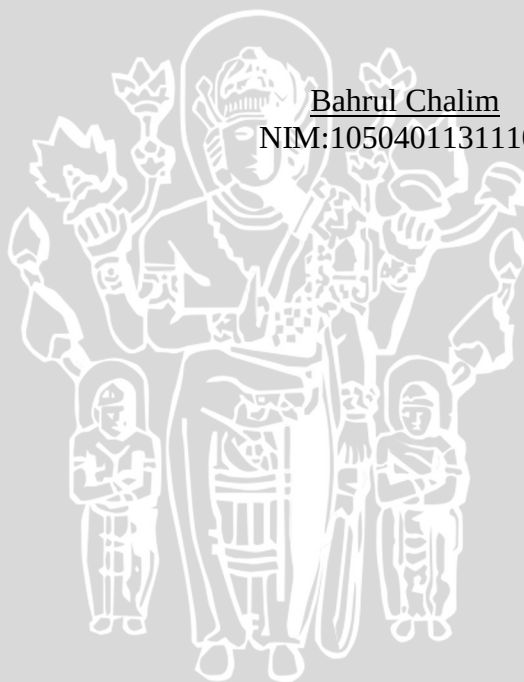
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan dalam daftar pustaka.

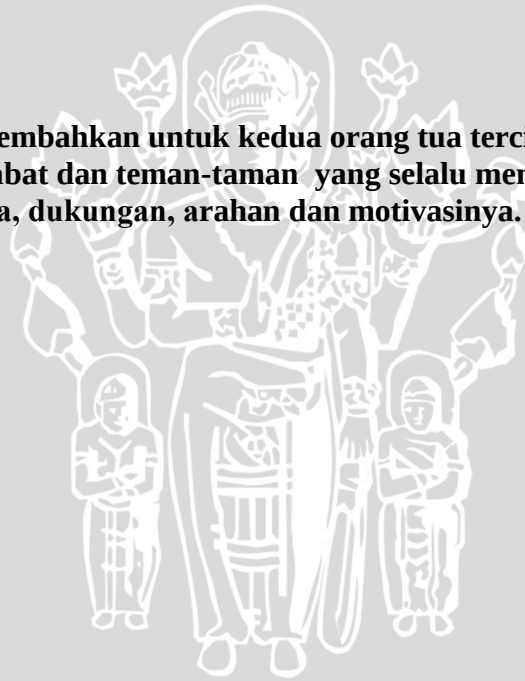
Malang, Februari 2015

Bahrul Chalim

NIM:105040113111011



**Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, kakak serta
sahabat-sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan
do'a, dukungan, arahan dan motivasinya.**





RINGKASAN

BAHRUL CHALIM. 105040113111011. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk *Egg Roll* Merek “DONNA” (Studi Kasus CV. BANDUNG UTAMA Cepu, Blora-Jawa Tengah). Di bawah bimbingan Ir. Heru Santoso HS, SU, sebagai Pembimbing Utama dan Riyanti Isaskar, SP. M.Si sebagai Pembimbing Pendamping.

Persaingan membuat para pelaku usaha untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen dengan meningkatkan kualitas produknya. Produsen *egg roll* harus memperhatikan beberapa atribut produknya, seperti penetapan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, kemasan, periklanan, rasa, serta atribut tambahan lainnya yang dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen. Konsumen merupakan prioritas utama karena setiap barang yang diproduksi tujuan akhirnya ada pada konsumen. Bagi setiap perusahaan konsumen memiliki pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan usaha tersebut.

Egg roll merupakan salah satu makanan khas oleh-oleh di Cepu-Blora, mulai dikembangkan selama beberapa tahun terakhir. Respon pasar yang cukup positif menyusul banyak yang diujakan di sejumlah mini market maupun toko penjual makanan yang ada di Cepu. Pada saat ini *egg roll* mulai dikembangkan dengan beberapa varian rasa yakni rasa coklat, durian maupun rasa lainnya yang memang menjadi daya tarik pembeli.

CV. Bandung Utama untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang membeli, harus mengerti kelemahan dan kelebihan dari strategi pemasaran yang telah dilakukan sehingga tahu prioritas mana yang harus diperbaiki dan dikembangkan. Salah satu metode yang digunakan adalah metode *Importance Performance Analysis*. Pengukuran terhadap tingkat kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan untuk mengetahui kepuasan dan dijadikan acuan dalam menentukan sasaran-sasaran di masa yang akan datang.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis atribut-atribut produk *egg roll* yang harus diperbaiki atau dikembangkan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*. (2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap keseluruhan atribut produk *egg roll* dengan metode *Customer Satisfaction Index*. Lokasi ditentukan secara sengaja, yang didasarkan pada pertimbangan bahwa para konsumen pernah / sedang mengonsumsi *egg roll* produk merek “DONNA”. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) yakni di Blora Jawa Tengah. Metode Penelitian ini menggunakan empat alat analisis. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data dan mengetahui kestabilan alat ukur yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama. Analisis diskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik konsumen produk *egg roll* “Donna”. *Importance Performance Analysis* digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut produk *egg roll*. *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki adalah atribut yang berada dikuadran I dan kuadran III antara lain atribut desain kemasan *egg roll* dan atribut periklanan. Berikutnya atribut yang berada dikuadran III yakni atribut merek *egg roll*, atribut harga yang terjangkau, atribut kesesuaian dengan kualitas dan atribut kemudahan dalam mendapatkan produk *egg roll*. Sedangkan atribut yang harus dipertahankan kinerjanya adalah atribut yang berada dikuadran II, antara lain adalah atribut mengenai tanggal kadaluarsa *egg roll*, atribut komposisi, atribut kerenyahan *egg roll* dan atribut rasa. Berdasarkan dari perhitungan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen pada produk *egg roll* “Donna” sebesar 70 persen. Nilai CSI tersebut terletak di rentang 0,66-0,80 yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen ada pada kriteria “puas”.

Saran dari penelitian ini adalah CV. Bandung utama sebagai produsen *egg roll* sebaiknya melakukan perbaikan secara terus-menerus terhadap strategi pemasaran yang berkaitan dengan atribut desain kemasan produk dan periklanan, karena menurut konsumen kinerjanya masih kurang dengan yang diharapkan. Pada atribut warna kemasan, lebih ditekankan corak khusus sehingga warna kemasan tidak terlalu monoton dengan satu warna. Sedangkan pada atribut periklanan/promosi produk, promosi sangat penting dalam memperkenalkan produk terhadap produsen, sehingga diharapkan promosi lebih diperluas ke berbagai daerah khususnya diluar Cepu. Selain itu perlu adanya peningkatan dalam penerapan bauran pemasaran agar dalam pemasarannya dapat maksimal, khususnya dalam konsep periklanan. Periklanan/promosi perlu ditingkatkan lagi dengan cara mengiklankan produk dan memperkuat jaringan bisnis. Strategi penjualan yang dilakukan lebih diperbanyak lagi, dan tidak sekedar hanya sebatas strategi tradisional, semisal mengirimkan produk *egg roll* untuk dikenalkan pada konsumen luar kota secara lebih luas.

SUMMARY

BAHRUL CHALIM. 105040113111011. Analysis of Customer Satisfaction Level Egg Roll Brand Products “DONNA” (Case Study CV. BANDUNG UTAMA Cepu, Blora-Jawa Tengah). Under the guidance of Ir. Heru Santoso HS, SU as the main supervisor and Riyanti Isaskar, SP. M.Si as Supervising Companion.

Competition makes the business to provide the best to consumers by improving the quality of its products. Manufacturer egg roll should consider several product attributes, such as price fixing in accordance with the given quality, packaging, advertising, taste, as well as other additional attributes that can provide added value to the consumer. Is a priority because every consumer goods are produced the ultimate goal is on consumers. For each company consumers is a big influence over the sustainability of the business.

Egg roll is one of the typical food in Cepu-Blora, begin to be developed during the last few years. Market response sufficient positive following many sold in a mini market and seller food store existing in Cepu. At this time of egg roll begins to develop with some variant taste namely taste brown, taste durian and other indeed be an attraction buyer.

CV. Bandung Utama to increase of customers who buys, must understand weakness and an excess of the marketing strategy that has been done so that know priority which should be improved and developed. One method that is used is a method of Importance the Performance of Analysis (IPA). The measurement of on the level of customer satisfaction can be done by using the method Customer Satisfaction Index (CSI). Customer satisfaction index (CSI) held to find out satisfaction and be used as reference in determining objectives in the future.

The purpose of this research is (1) analyze attributes egg roll products that must be repaired or developed to increase the amount of customers by using the method importance performance analysis. (2) analyzed levels of customer satisfaction to products egg roll that was done by CV. Bandung Utama with the methods Customer Satisfaction Index. The location determined on deliberately, which is based on the consideration that consumers ever/were consuming egg roll products brand “DONNA”. The selection of location which is purposive to the Blora Central Java. Methods This study used four analytical tools. Validity and reliability tests conducted to determine the level of validity of the instruments (questionnaires) are used in the data collection and determine the stability of the measuring instrument which shows the consistency of a measuring instrument in measuring the same symptoms. Descriptive analysis is used to describe the characteristics of a product consumers egg roll "Donna". Importance Performance Analysis is used to map the relationship between the interests of the performance of each product attribute egg roll. Customer Satisfaction Index is used to analyze the overall level of customer satisfaction.

Attributes the improvement of priority done with the approach of a diagram kartesius importance the performance of analysis, where in a quadrant I (the main priority) there are two attributes the attributes of packaging and design attributes advertising. The quadrant II (keep a chievement) there is a four attributes namely the attribute of composition, expiration date, Crispness and taste. The quadrant III (low priority) consisting of brand attributes, an affordable

price, appropriate with the quality and ease of getting products. The quadrant IV (excessive) is an attribute the form of packaging . On the basis of calculation with a method of customer satisfaction index (CSI) known that the level of customer satisfaction on the product of egg roll “DONNA” of 70 percent. The value of CSI 70 percent is located in the span of 0,66-0,80 showing that consumer satisfaction index is on the criteria “satisfied”.

Suggestions of this study is CV. Bandung Utama as a manufacturer of egg roll should make improvements on going basis to the marketing strategies related to the design attributes of the product packaging and advertising, according to the consumer because the performance is still less than expected. In the color attributes of packaging, more emphasis special feature that the packaging is not too monotonous color with one color. While the attributes of advertising/promotional products, promotional very important in introducing the product to the manufacturer, so expect more promotion extended to various areas, especially outside of Cepu. In addition, there needs to be an increase in the application of the marketing mix in order to marketing to the maximum, especially in the advertising concept. Advertising should be encouraged again to advertise the products and strengthen business networks. Sales strategy undertaken more propagated again, and not just merely traditional strategies, such as sending an egg roll products to be introduced to consumers outside of the city at large.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk *Egg Roll* Merek “DONNA” (Studi Kasus Pada CV. Bandung Utama Cepu, Blora-Jawa Tengah)”** untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh program pendidikan S-1 di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang tanpa mengalami hambatan yang berarti.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak yang telah membimbing dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, sehingga besar ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU selaku Dosen Pembimbing Utama, dan Riyanti Isaskar, SP. M.Si selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan arahan, dukungan, serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ir. Syafrial, MS selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang
3. Wisynu Ari Gutama, SP., M.MA dan Setiyo Yuli Handono, SP, MP.MBA selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan arahan terhadap kesempurnaan skripsi ini.
4. Orang tua, kakak, dan keluarga tercinta yang telah memberikan do'a, motivasi, dukungan, kepercayaan, baik moral maupun material guna memperlancar kegiatan belajar dan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Donnie dan Ibu Erna selaku pemilik CV. Bandung Utama yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di tempat tersebut.
6. Teman-teman fakultas pertanian, khususnya teman-teman agribisnis angkatan 2010 yang telah memberikan arahan dan motivasi terhadap penulis.
7. Dan semua pihak yang telah membantu yang tidak sempat disebutkan satu persatu di sini kami ucapkan banyak terimakasih.

Penulis senantiasa menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi materi, sistematika, maupun susunan bahasanya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan, dengan iringan doa mudah-mudahan penulisan ini bisa bermanfaat dalam pengembangan pengetahuan dan memberikan manfaat bagi pembaca.

Malang, Pebruari 2015

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Bahrul Chalim, dilahirkan di Gresik, Jawa Timur pada tanggal 05 September 1991 dari keluarga Bapak Moh. Khazim dan Ibu Muzaromah sebagai anak kedua dari dua bersaudara. Penulis memulai pendidikan di SDN Sambogunung Dukun Gresik pada tahun 1998, Kemudian melanjutkan pendidikan Menengah Pertama di MTs YKUI Sambogunung Dukun Gresik pada tahun 2004 dan lulus pada tahun 2007. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan Menengah Keatas di MA YKUI Maskumambang Dukun Gresik dan lulus pada tahun 2010. Pada tahun 2010, penulis melanjutkan kuliah dan diterima sebagai Mahasiswa di Fakultas Pertanian, Program Studi Agibisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Brawijaya Malang melalui jalur bidik misi.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi asisten praktikum matakuliah komunikasi agribisnis pada tahun 2011-2012. Penulis juga pernah aktif dalam kegiatan kepanitiaan Pemilihan Mahasiswa Raya (PEMIRA) staf divisi TRANSKOPER dan Rangkaian Acara Semarak PERMASETA (RASTA) staf divisi PERKAP pada tahun 2011.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.3. Kegunaan Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Telaah Penelitian Terdahulu	9
2.2. Tinjauan Tentang Perilaku Konsumen	13
2.2.1 Perilaku Konsumen	13
2.2.2 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..	15
2.3. Tinjauan Tentang Konsumen	19
2.3.1 Kepuasan Konsumen	19
2.3.2 Faktor-faktor Pendorong Kepuasan Konsumen	21
2.4. Tinjauan Tentang Pemasaran	22
2.4.1 Pengertian Pemasaran	22
2.4.2 Strategi Pemasaran	23
2.5. Tinjauan Tentang Bauran Pemasaran	24
2.5.1 Pengertian Bauran Pemasaran	24
2.5.2 Bentuk-bentuk Bauran Pemasaran	25
2.6. Tinjauan Tentang Atribut	30
2.7. Hubungan Perilaku Konsumen Dengan Pemasaran	33
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN	34
3.1. Kerangka Pemikiran	34
3.2. Hipotesis	38
3.3. Batasan Masalah Penelitian	38
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
IV. METODE PENELITIAN	50
4.1. Metode Penentuan Lokasi	50
4.2. Metode Penentuan Responden	50
4.3. Metode Pengumpulan Data	50
4.4. Metode Analisis Data	51
4.4.1 Uji Validitas	52
4.4.2 Uji Realibilitas	53

4.4.3 Importance Performance Analysis	53
4.4.4 Customer Satisfaction Index	57
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	59
5.1. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	59
5.1.1. Letak Geografis	59
5.1.2. Gambaran Umum Usaha Egg Roll CV. Bandung Utama	60
5.2. Produksi Egg Roll CV. Bandung Utama	63
5.3. Strategi Pemasaran CV. Bandung Utama	64
5.3.1. Produk (<i>Product</i>)	65
5.3.2. Promosi (<i>Promotion</i>)	65
5.3.3. Harga (<i>Price</i>)	66
5.3.4. Tempat/Distribusi (<i>Place</i>)	67
5.4. Karakteristik Konsumen Egg Roll “DONNA”	68
5.4.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	68
5.4.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	69
5.4.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan	69
5.4.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan	70
5.4.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Perbulan	71
5.4.6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tempat Tinggal	72
5.4.7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Konsumen	72
5.4.8. Keterkaitan Karakteristik Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen	73
5.5. Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas	73
5.6. Analisis Importance Performance Analysis (IPA)	75
5.6.1. Tingkat Kesesuaian	75
5.6.2. Rata Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	77
5.6.3. Analisis Kuadran dalam Diagram Kartesius	77
5.7. Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)	84
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	88
6.1. Kesimpulan	88
6.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Definisi Operasional dan Pengukuran	39
2.	<i>Range</i> nilai CS	58
3.	Daftar harga <i>egg roll</i>	66
4.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	68
5.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	69
6.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan	70
7.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	70
8.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	71
9.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tempat Tinggal.....	72
10.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	72
11.	Kontrol Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen	73
12.	Uji Validitas Kuisisioner	74
13.	Uji Realibilitas Kuisisioner	75
14.	Presentase Tingkat Kesesuaian	76
15.	Rata Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	77
16.	Analisis Kuadran dalam Diagram Kartesius	78
17.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	85

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya	14
2.	Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen	15
3.	Faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan	21
4.	Model Sederhana Proses Pemasaran	24
5.	Kerangka Pemikiran Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk <i>Egg Roll</i> Merek “DONNA”	37
6.	Diagram <i>Importance Performance Analysis</i>	56
7.	Bagan Struktur Organisasi CV. Bandung Utama	61
8.	Diagram Alir Proses Produksi <i>Egg Roll</i>	63
9.	Saluran Distribusi Pemasaran CV. Bandung Utama	67
10.	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	78



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	93
2.	Kuisisioner Tingkat Kepentingan Atribut	94
3.	Kuisisioner Tingkat Kinerja Antribut	95
4.	Data Tingkat Kepentingan	97
5.	Data Tingkat Kinerja	98
6.	Kontrol Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan	99
7.	Uji Validitas Tingkat Kepentingan	100
8.	Uji Validitas Tingkat Kinerja	101
9.	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	102
10.	Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	103
11.	Perhitungan Nilai Interval	104

