

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
DODOL BUAH JERUK SIAM MENGGUNAKAN METODE
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)**

SKRIPSI

Oleh
LINDA APRILIANY
NIM 165100300111005



**JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2020**



**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
DODOL BUAH JERUK SIAM MENGGUNAKAN METODE
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)**

SKRIPSI PENELITIAN

Oleh
LINDA APRILIANY
NIM 165100300111005

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Teknik**



**JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2020




LEMBAR PERSETUJUAN

Judul TA : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Dodol Buah Jeruk Siam Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nama Mahasiswa : Linda Apriliany
NIM : 165100300111005
Jurusan : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknologi Pertanian

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Panti Deoranto STP, MP
NIP. 19710806 200212 1 002


Dhita Morita Ikasari STP, MP
NIP. 19880318 201504 2 002

Tanggal Persetujuan :

Tanggal Persetujuan :



LEMBAR PENGESAHAN

Judul TA : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Dodol Buah Jeruk Siam Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nama Mahasiswa : Linda Apriliany

NIM : 165100300111005

Jurusan : Teknologi Industri Pertanian

Fakultas : Teknologi Pertanian

Dosen Penguji



Dr. Ir. Endah Rahayu Lestari, MS

NIP. 19590924 198601 2 001

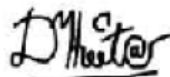
Dosen Pembimbing I



Dr. Paoli Deoranto, STP, MP

NIP. 19710805 200212 1 002

Dosen Pembimbing II



Dhita Morita Ikasari, STP, MP

NIP. 19880318 201504 2 002

Ketua Jurusan



Dr. Siti Asmaul Mustaniroh, STP, MP

NIP. 19740608 199903 2 001

Tanggal Persetujuan :





Alhamdulillah...Terima kasih Ya Allah
Karya kecil ini aku persembahkan kepada
Kedua Orang Tuaku dan Adikku Tercinta, Sahabatku
Teman-Temanku dan Orang yang membutuhkan

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Linda Apriliany
NIM : 165100300111005
Jurusan : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknologi Pertanian
Judul TA : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap
Dodol Buah Jeruk Siam Menggunakan
Metode *Importance Performance Analysis*
(IPA) dan *Customer Satisfaction Index*
(CSI)

Menyatakan bahwa,

TA dengan judul di atas merupakan karya asli penulis tersebut di atas. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar saya bersedia dituntut sesuai hukum yang berlaku.

Malang, 04 Juni 2020

Pembuat Pernyataan,

Linda Apriliany
NIM. 165100300111005



LINDA APRILIANY. 165100300111005. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Dodol Buah Jeruk Siam Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). TA. Dosen Pembimbing: Dr. Panji Deoranto STP, MP., dan Dhita Morita Ikasari STP, MP.

RINGKASAN

Dodol merupakan produk olahan yang termasuk dalam kategori makanan manis, berbentuk padat dan bertekstur kenyal yang terbuat dari campuran tepung, gula maupun tambahan buah segar. Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang pengolahan buah jeruk siam menjadi dodol buah adalah UKM “CAHAYA” yang berlokasi di Desa Temurejo, Kecamatan Bangojoro, Kabupaten Banyuwangi. Analisis preferensi konsumen dilakukan untuk mengetahui respon konsumen terhadap produk dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA” sehingga diperoleh bahan pertimbangan untuk melakukan perbaikan kualitas produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut produk dodol buah jeruk siam yang harus diperbaiki sesuai dengan harapan konsumen dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh terhadap produk. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala *likert* yang diujikan pada 100 orang responden. Metode pengambilan sampel dilakukan menggunakan *nonprobability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 12 atribut produk yang dianalisis yaitu atribut harga, rasa, bentuk produk, warna produk, aroma, tekstur, kekenyalan, bahan tambahan pangan, informasi umur simpan, bentuk kemasan, desain kemasan dan kepopuleran merek. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 17.0.

Hasil analisis data menggunakan metode IPA menunjukkan bahwa atribut yang masuk pada kuadran I atau atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan adalah atribut harga. Atribut yang masuk pada kuadran II atau atribut yang harus dipertahankan adalah atribut rasa, aroma dan informasi umur simpan atau kedaluwarsa. Atribut yang masuk pada kuadran III adalah atribut tingkat kekenyalan dan kepopuleran merek. Atribut yang masuk kuadran IV adalah atribut bentuk produk, warna produk, tekstur, informasi bahan tambahan pangan, bentuk kemasan dan desain kemasan. Hasil analisis data menggunakan metode CSI diperoleh hasil perhitungan persentase nilai indeks sebesar 79 %. Nilai yang diperoleh masuk dalam kategori “Puas” sehingga secara keseluruhan konsumen telah merasa puas terhadap kualitas produk.

Kata Kunci: CSI, Dodol, IPA, Preferensi Konsumen

LINDA APRILIANY. 165100300111005. Consumer Preferences Analysis of Siamese Fruit Dodol Using Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) Method. TA. Supervisor: Dr. Panji Deoranto STP, MP., and Dhita Morita Ikasari STP, MP.

SUMMARY

Dodol is a processed product that is included in the sweet food category, in the form of a solid and chewy texture made from a mixture of flour, sugar and additional fresh fruit. One of the businesses engaged in the processing of siam oranges into dodol fruit is UKM "CAHAYA" located in Temurejo Village, Bangojero District, Banyuwangi Regency. Analysis of consumer preferences is carried out to determine consumer responses to siam dodol products produced by UKM "CAHAYA" so that consideration is obtained to improve product quality. The purpose of this study is to determine the attributes of siam lime dodol products that must be improved in accordance with consumer expectations and determine the overall level of customer satisfaction with the product. This research was conducted using the Importance Performance Analysis (IPA) method and the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The research instrument used a questionnaire with a Likert scale are tested on 100 respondents. The sampling method is done by using nonprobability sampling with a type of purposive sampling technique. This study uses 12 product attributes analyzed, namely price, taste, product shape, product color, aroma, texture, elasticity, food additives, shelf life information, packaging form, packaging design, and brand popularity. Data processing is performed using SPSS 17.0 software.

The results of data analysis using the IPA method show that the attributes included in quadrant I or attributes that are the top priority for improvement are price attributes. Attributes included in quadrant II or attributes that must be maintained are the taste, aroma and information on shelf life or expiration. Attributes included in quadrant III are attributes of elasticity and brand



popularity. The attributes included in quadrant IV are the attributes of product shape, product color, texture, food additive information, packaging form and package design. The results of data analysis using the CSI method obtained the calculation of the percentage index value of 79 %. The value obtained is included in the "Satisfied" category so that overall consumers have felt satisfied with the quality of the product.

Keywords: CSI, Dodol, IPA, Consumer Preferences

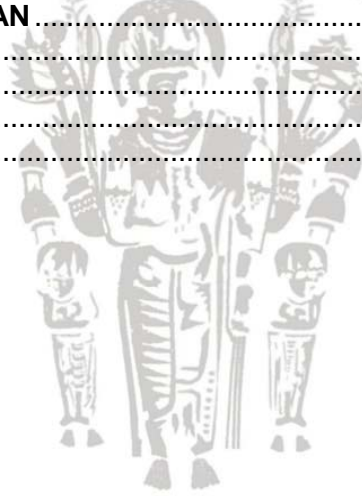


DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Dodol.....	5
2.2 Preferensi Konsumen.....	6
2.3 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	7
2.4 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	8
2.5 Dimensi Kualitas Produk.....	9
2.6 Atribut Produk.....	11
2.7 Penelitian Terdahulu.....	14
III. METODE PENELITIAN	15
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	15
3.2 Batasan Masalah.....	15
3.3 Prosedur Penelitian.....	15
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum UKM.....	31
4.2 Gambaran Umum Responden.....	32
4.3 Hasil Pengujian Kuesioner.....	36
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	36
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
4.4 Hasil Analisis Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	38



4.4.1	Analisis Tingkat Kesesuaian Atribut Dodol Buah Jeruk Siam	38
4.4.2	Analisis Kuadran Dodol Buah Jeruk Siam.....	41
4.5	Hasil Analisis Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	57
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	59
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1. Atribut Produk Dodol Buah Jeruk Siam	20
Tabel 3. 2. Pemberian Nilai Skor Berdasarkan Skala Likert	21
Tabel 3. 3. Kategorisasi Koefisien <i>Alpha Cronbach</i>	23
Tabel 3. 4. Kategorisasi Tingkat Kesesuaian.....	25
Tabel 3. 5. Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	29
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden	34
Tabel 4. 2. Nilai Uji Validitas Kuesioner	36
Tabel 4. 3. Nilai Uji Reliabilitas Kuesioner	37
Tabel 4. 4. Tingkat Kesesuaian Atribut Produk Dodol Buah Jeruk Siam	38
Tabel 4. 5. Rata-Rata Skor Tingkat Kepentingan Dan Tingkat Kinerja	42
Tabel 4. 6. Hasil Perhitungan CSI Produk Dodol Buah Jeruk Siam	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1. Tahapan Prosedur Penelitian	16
Gambar 3. 2. Prosedur Analisis Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	24
Gambar 3. 3. Bentuk Diagram Kartesius	26
Gambar 3. 4. Prosedur Analisis Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	28
Gambar 4. 1. Diagram Kartesius Dodol Buah Jeruk Siam	43
Gambar 4. 2. Tampilan Bentuk Produk Dodol Buah Jeruk Siam.....	52
Gambar 4. 3. Bentuk Kemasan Sekunder Produk Dodol Buah Jeruk Siam.....	56
Gambar 4. 4. Desain Label pada Kemasan Sekunder.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2. Hasil Pengujian Kuesioner (Tingkat Kinerja)	77
Lampiran 3. Hasil Pengujian Kuesioner (Tingkat Kepentingan)	78
Lampiran 4. Perhitungan Tingkat Kesesuaian Atribut Produk Dodol Buah Jeruk Siam	79
Lampiran 5. Perhitungan Nilai <i>Weight Factor</i> (WF)	80
Lampiran 6. Perhitungan Nilai <i>Weight Score</i> (WS).....	81
Lampiran 7. Data Responden Penelitian	82
Lampiran 8. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja Dodol Buah Jeruk Siam	91
Lampiran 9. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Dodol Buah Jeruk Siam	95
Lampiran 10. Diagram Alir Pembuatan Dodol Buah Jeruk Siam di UKM“CAHAYA”.....	99

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah di Indonesia yang secara geografis mempunyai luas wilayah mencapai 5.782,50 km². Luas wilayah yang dimiliki oleh Kabupaten Banyuwangi menjadikan daerah ini memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai lahan pertanian. Kondisi iklim yang memadai dengan tingkat kesuburan tanah yang sesuai menjadi daya dukung tersendiri untuk pengembangan usaha daerah dalam sektor pertanian dengan komoditas berupa jeruk siam. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi (2018) menunjukkan bahwa produksi buah jeruk siam yang ada di Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2013 - 2018 rata-rata mengalami peningkatan sebesar 1,57 % per tahun. Jumlah produksi buah jeruk siam mengalami peningkatan drastis pada saat musim raya tiba. Hasil produksi komoditas buah jeruk siam pada saat panen raya rata-rata 10.589 (kw) (BPS Kabupaten Banyuwangi, 2018).

Peningkatan jumlah komoditas pada saat panen raya berdampak terhadap harga jual komoditas di pasar lokal. Hasil panen buah jeruk siam sebagian besar dijual dalam bentuk buah segar. Penanganan komoditas yang kurang tepat mengakibatkan kerusakan fisik maupun mekanis dan berdampak terhadap penurunan harga yang drastis. Hal ini mengakibatkan adanya kerugian bagi petani lokal. Peningkatan nilai jual buah jeruk siam sangat diperlukan untuk meningkatkan nilai jual komoditas. Peningkatan nilai jual dapat dilakukan dengan mengalihkan penjualan komoditas dalam bentuk buah segar menjadi penjualan dalam bentuk olahan produk jadi. Salah satu pengembangan produk dari buah jeruk siam adalah pembuatan dodol buah.

Dodol merupakan suatu produk olahan yang termasuk dalam kategori makanan manis, berbentuk padat dan bertekstur kenyal yang terbuat dari campuran tepung dan gula (Suyanti, 2010). Pengolahan buah jeruk siam menjadi dodol buah bertujuan untuk meningkatkan ketahanan simpan produk dan diversifikasi produk pangan. Pengolahan jeruk siam menjadi



produk olahan dodol buah menjadi salah satu alternatif untuk mengatasi permintaan pasar dengan penggunaan biaya yang relatif lebih murah dan metode pengolahan yang mudah (Maulana dkk, 2016).

Pengolahan buah jeruk siam menjadi produk olahan dodol dikembangkan oleh UKM "CAHAYA" yang berlokasi di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi sejak tahun 2016. UKM ini menghasilkan empat produk utama yaitu dodol buah jeruk siam, dodol buah naga merah, sari buah jeruk siam dan sari buah naga merah. Berdasarkan *record* penjualan dan respon dari beberapa konsumen yang pernah membeli produk menunjukkan bahwa produk yang paling diminati adalah dodol buah jeruk siam. UKM "CAHAYA" memiliki kendala dalam melakukan penjualan produknya dan kontinuitas produksi. Kemampuan dan pengetahuan masyarakat yang masih terbatas dalam aspek produksi dan pemasaran menjadi kendala keberlanjutan produksi. Selain itu, pada UKM "CAHAYA" belum pernah melakukan analisis preferensi konsumen sehingga produsen belum pernah memperoleh informasi bagaimana harapan konsumen terhadap perbaikan produknya. Perbaikan produk yang dilakukan hanya berdasarkan penilaian produsen secara subjektif terhadap produk.

Preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidaknya konsumen terhadap suatu produk. Analisis ini berkaitan dengan bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk dengan didasarkan pada atribut-atribut yang melekat pada suatu produk (Rahayu dkk, 2012). Preferensi konsumen dapat digunakan untuk menentukan urutan kepentingan atribut sebuah produk sehingga dapat diketahui karakteristik produk yang paling diminati dan disukai oleh konsumen. Analisis preferensi konsumen sangat penting untuk dipelajari oleh pelaku pasar dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan pengembangan produk berkaitan dengan tingkat ciri dan manfaat produk sehingga diperoleh produk yang sesuai dengan harapan konsumen (Kotler dan Keller, 2007).

Analisis preferensi konsumen dapat dilakukan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)



dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut dari tingkat kepentingan yang dapat memenuhi kepuasan konsumen. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan suatu teknik analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan didasarkan pada tingkat kepentingan atau harapan konsumen terhadap atribut produk. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi dan akan merasa sangat puas apabila harapannya terlampaui (Ruhimat, 2008). Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain. Kelebihan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) antara lain dapat menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, *output* yang dihasilkan relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya yang rendah. Kelebihan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah metode yang relatif sederhana dan lebih efisien dengan penggunaan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi (Anggraini dkk, 2015).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apa saja atribut produk dodol buah jeruk siam yang harus diperbaiki sesuai harapan konsumen menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)?.
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dodol buah jeruk siam menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)?.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menentukan atribut produk dodol buah jeruk siam yang harus diperbaiki sesuai harapan konsumen menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

2. Mengetahui dan menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dodol buah jeruk siam menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai informasi dan rekomendasi perbaikan produk dodol buah jeruk siam.
2. Sebagai rekomendasi penyusunan strategi produksi dan pemasaran produk dodol buah yang lebih efektif dan mengacu pada hasil analisis preferensi konsumen.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Dodol

Dodol merupakan suatu produk olahan yang termasuk dalam kategori makanan manis, berbentuk padat dan bertekstur kenyal. Pembuatan dodol menggunakan campuran tepung (tepung tapioka, tepung maizena, tepung beras maupun tepung ketan), gula (gula pasir atau gula merah) kelapa, santan, dan campuran bahan lain sebagai penambah cita rasa (Saptoningsih dan Ajat, 2012). Pembuatan dodol bermutu tinggi memerlukan keahlian khusus dengan lama waktu proses pemasakan yang cukup lama (Suyanti, 2010). Pengolahan produk dodol menjadi alternatif pengawetan produk pangan dengan kadar air mencapai 10-40% sehingga efektif untuk mencegah pertumbuhan bakteri dan khamir. Faktor yang berpengaruh terhadap daya simpan dodol adalah komposisi bahan penyusunnya, aktivitas mikroba, cara pengolahan dan sanitasi nya, penggunaan kemasan untuk mengemas produk dan penggunaan bahan pengawet (Breemer, 2010).

Klasifikasi dodol secara umum dibagi menjadi dua macam yaitu dodol yang diolah dari buah-buahan dan dodol yang diolah dari tepung-tepungan. Pengolahan dodol berbahan dasar buah-buahan didasari nilai ekonomi dan karakteristik buah segar. Buah-buahan mempunyai aroma (*flavor*) dan rasa yang kuat sehingga sangat baik ditambahkan sebagai bahan campuran dalam pembuatan dodol (Nusa dkk, 2012). Dodol buah tergolong dalam produk olahan basah atau semi basah. Penggunaan tepung dalam pembuatan adonan dodol buah berfungsi sebagai bahan pengikat sehingga diperoleh tekstur produk akhir yang dikehendaki. Hal pertama yang diperhatikan dalam pembuatan dodol buah adalah seleksi bahan baku. Proses seleksi bahan baku dapat didasarkan pada tingkat kematangan buah yang seragam dan kondisi fisik buah yang tidak cacat (Saptoningsih dan Ajat, 2012). Kualitas bahan baku berperan penting dalam menentukan kualitas produk akhir yang dihasilkan. Hasil penelitian Farida (2016) menunjukkan bahwa kualitas bahan baku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas hasil

produksi. Semakin baik kualitas bahan baku maka hasil produksi akan semakin berkualitas.

2.2 Preferensi Konsumen

Preferensi merupakan bagian dari perilaku seseorang yang berasal dari kata "*preference*" yang berarti sesuatu yang lebih diminati, lebih disukai maupun pilihan utama yang menjadi persyaratan sebuah prioritas (Supriadi dan Nanny, 2017). Preferensi menurut Kotler dan Keller (2007) adalah pilihan suka atau tidaknya konsumen dalam memilih suatu produk melalui tahap evaluasi terhadap berbagai macam pilihan yang tersedia. Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami bahwa preferensi konsumen merupakan salah satu hal yang dipilih dan ditentukan oleh konsumen. Analisis preferensi konsumen bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai dan tidak disukai oleh konsumen dalam memilih suatu produk. Analisis tersebut juga dapat digunakan untuk menentukan urutan kepentingan atribut sebuah produk sehingga dapat diketahui karakteristik produk yang paling diminati dan disukai oleh konsumen.

Preferensi konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor fitur produk maupun kemampuan konsumen itu sendiri. Faktor fitur produk seperti harga maupun daya tahan produk, sedangkan faktor konsumen yang berpengaruh terhadap preferensi konsumen seperti tujuan, sikap maupun pendapatan konsumen (Abdurrahman and Mehmet, 2015). Menurut Simamora (2003), terdapat beberapa langkah yang harus dilalui sehingga konsumen mampu membentuk sebuah preferensi. Pertama, konsumen yang berbeda akan mempunyai preferensi yang berbeda terhadap atribut apa yang relevan. Kedua, konsumen mempunyai tingkat kepentingan atribut sesuai dengan keinginannya masing-masing sehingga antara konsumen satu dengan yang lainnya memiliki penekanan yang berbeda dalam menilai atribut-atribut yang tersedia. Ketiga, konsumen dapat mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut. Keempat, atribut yang melekat pada suatu produk dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda bagi konsumen. Kelima, konsumen akan memberikan sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.



Preferensi konsumen dapat berubah dipengaruhi oleh faktor selera, pengalaman dan promosi (Semaoen dan Siti, 2011). Preferensi konsumen juga dapat dipengaruhi oleh faktor diferensiasi produk dan segmentasi pasar. Salah satu usaha untuk mempengaruhi konsumen dapat dilakukan melalui iklan. Pembuatan iklan dimaksudkan untuk meyakinkan konsumen terhadap produk yang dikenalkan oleh perusahaan sehingga dapat terbentuk diferensiasi produk dan segmentasi pasar yang dapat mempengaruhi permintaan (Hoetoro, 2017).

2.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang pertama kali diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1977. Analisis menggunakan metode ini bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk barang maupun jasa (Sari, 2018). Metode IPA digunakan untuk menentukan prioritas atribut untuk perbaikan dan juga dapat memberikan panduan untuk pengembangan strategis (Wong et al., 2011). Analisis IPA menampilkan faktor-faktor atribut pengukuran yang secara signifikan dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan beberapa faktor yang oleh konsumen dianggap perlu adanya perbaikan untuk peningkatan kualitas (Dharmawan, 2014).

Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) terdiri atas dua komponen yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan (*gap*). Analisis kuadran digunakan untuk mengetahui respon konsumen terhadap suatu produk berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing-masing atribut. Analisis kesenjangan (*gap*) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kesenjangan antara kinerja atribut produk yang diuji dengan harapan konsumen (Novandari dkk, 2011). Nilai *gap* (+) positif diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dibandingkan skor harapan, sedangkan nilai *gap* (-) negatif diperoleh apabila skor persepsi lebih rendah dibandingkan skor harapan. Nilai total *gap* (+) positif menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi pada konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan. Semakin kecil nilai *gap* maka semakin baik kualitas pelayanan perusahaan



(Sari, 2018). Grafik metode IPA pada analisis kuadran dibagi menjadi empat bagian kuadran, dimana garis bagi kuadran ditentukan oleh nilai tengah atau *median* skor tingkat kepentingan dan kinerja. Hasil analisis kuadran adalah atribut yang masuk dalam kuadran A (kuadran I) merupakan prioritas tinggi untuk ditangani oleh perusahaan (Haryanto dan Wiryanta, 2018).

Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) juga dilakukan dengan membandingkan kinerja produk barang maupun jasa dengan harapan konsumen. Hasil perbandingan antara kinerja dan harapan menghasilkan nilai tingkat kesesuaian (Mutiawati dkk, 2019). Nilai yang diperoleh pada tingkat kesesuaian dapat digunakan untuk menentukan urutan skala prioritas dalam mengevaluasi dan memperbaiki kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan (Yola dan Duwi, 2013). Apabila tingkat kesesuaian $> 100\%$ menunjukkan kualitas layanan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh konsumen (pelayanan sangat memuaskan). Apabila nilai tingkat kesesuaian = 100% menunjukkan kualitas layanan sudah cukup memenuhi apa yang dianggap penting oleh konsumen (pelayanan memuaskan), sedangkan apabila tingkat kesesuaian $< 100\%$ menunjukkan kualitas layanan kurang memenuhi apa yang dianggap penting oleh konsumen (pelayanan belum memuaskan) (Sari, 2018).

2.4 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metode pengukuran yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari masing-masing atribut produk dan kualitas pelayanan yang diukur (Aji dan Marleni, 2018). Pengukuran atribut menggunakan metode ini memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan. Data yang diperoleh dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan produk sehingga dapat meningkatkan kualitas produk maupun kualitas pelayanan (Widodo dan Joko, 2018). Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan. Kepuasan tertinggi dicapai apabila nilai CSI menunjukkan angka nilai 100% (Devani dan Rizki,

2016). Interval tingkat kepuasan berdasarkan nilai CSI adalah nilai CSI 0,00 – 0,34 menyatakan pelanggan atau responden sangat tidak puas, 0,35 – 0,50 tidak puas, 0,51 – 0,65 cukup puas, 0,66 – 0,80 puas dan 0,81 – 1,00 sangat puas (Aritonang, 2005).

Kepuasan atau ketidakpuasan dinyatakan sebagai respon konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kondisi aktual setelah pemakaian suatu produk barang atau jasa. Kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan beberapa indikator diantaranya kepuasan terhadap kemampuan untuk melaksanakan suatu jasa, kepuasan terhadap kemauan membantu pelanggan, kepuasan terhadap pengetahuan dan sikap, maupun kepuasan terhadap penampilan fasilitas fisik (Yola dan Duwi, 2013). Pengukuran indeks kepuasan konsumen bertujuan untuk mengetahui seberapa tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk (Nugraha dkk, 2014). Hal ini menjadi penting karena pada era seperti sekarang ini konsumen tidak hanya berfokus pada kualitas dan harga produk tetapi kualitas layanan yang ditawarkan oleh produsen menjadi penting untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen. Manfaat pengukuran indeks kepuasan adalah sebagai acuan untuk menentukan sasaran pada tahun-tahun berikutnya dan juga diperlukan untuk melakukan *benchmarking* tingkat kepuasan konsumen antara perusahaan dengan perusahaan pesaing atau *competitor*.

2.5 Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk dibedakan menjadi dua macam yaitu dimensi kualitas produk berupa barang dan dimensi kualitas produk berupa jasa/service. Dimensi kualitas produk barang memiliki delapan dimensi yaitu *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics* dan *fit and finish*. Sedangkan pada produk berupa jasa memiliki lima dimensi dalam menentukan kualitas yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* (Umar, 2005). Penjelasan masing-masing dimensi kualitas produk barang adalah sebagai berikut :

a. *Performance*

Performance merupakan dimensi paling dasar yang berkaitan dengan fungsi utama suatu produk. Hal yang perlu dipahami adalah atribut setiap produk dari masing-masing produsen memiliki kinerja yang berbeda sesuai dengan nilai fungsional yang ditawarkan oleh perusahaan. Dimensi ini dapat menjadi penentu tingkat kepuasan konsumen, dimana konsumen akan merasa sangat kecewa apabila harapan pada dimensi ini tidak terpenuhi (Durianto dkk, 2004).

b. *Features*

Features merupakan dimensi kualitas yang dapat dikatakan sebagai aspek sekunder yang melekat pada produk. Dimensi ini berguna untuk menambah fungsi dasar suatu produk. Hal ini berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya sehingga produsen dapat berinovasi dengan tujuan untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen (Umar, 2005).

c. *Reliability*

Reliability merupakan aspek yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang dapat berhasil bekerja sesuai dengan fungsinya setiap kali digunakan pada kondisi dan periode waktu tertentu (Umar, 2005). Produk dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila tidak pernah macet selama pemakaian (Durianto dkk, 2004). Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan (Firmansyah, 2019).

d. *Conformance*

Conformance merupakan tingkat kesesuaian atribut terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini berkaitan dengan seberapa jauh produk dapat menyamai suatu standar atau spesifikasi tertentu (Suryati, 2019).

e. *Durability*

Durability berkaitan dengan ukuran masa pakai atau daya tahan suatu produk. Produk dikatakan awet apabila produk masih berfungsi dengan baik setelah digunakan berulang kali atau sudah lama digunakan (Suryati, 2019).

f. *Serviceability*

Serviceability merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan dan akurasi dalam memberikan pelayanan untuk perbaikan produk (Umar, 2005).

g. *Aesthetics*

Aesthetics merupakan karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika seperti tampak, rasa, bau dan bentuk dari produk (Firmansyah, 2019).

h. *Perceived quality*

Perceived quality berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengonsumsi suatu produk. Persepsi konsumen terhadap sebuah produk dapat diperoleh dari harga, merek, reputasi dan negara asal produsen produk tersebut (Firmansyah, 2019).

2.6 Atribut Produk

Atribut produk adalah unsur yang melekat pada suatu produk dan berperan dalam menjadi pembeda atau pengembangan suatu produk sehingga dapat memberikan nilai tambah, manfaat maupun menjadi dasar pertimbangan pengambilan keputusan oleh konsumen. Atribut juga berperan penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen pada suatu produk sehingga dapat membentuk persepsi pembelian produk oleh konsumen. Atribut produk dapat berupa fitur, kualitas harga, kemasan, merek, garansi dan pelayanan (Firmansyah, 2019). Semua atribut yang melekat pada suatu produk harus mencakup semua kebutuhan konsumen. Konsumen diasumsikan membeli dan menggunakan produk berdasarkan dampak total yang didapatkan dari sejumlah atribut sehingga perusahaan harus dapat merancang dan menjual atribut dengan baik (Bhise, 2014). Menurut Kotler dan Amstrong (2012), unsur dan komponen atribut produk meliputi berbagai hal sebagai berikut :

a. Merek

Merek merupakan sebuah nama, istilah, tanda, maupun lambang yang menunjukkan identitas pemasar produk. Atribut ini dipandang sebagai bagian penting suatu produk yang berpengaruh dalam membentuk persepsi konsumen dan peningkatan nilai suatu produk (Kotler dan Amstrong, 2012).

b. Kemasan

Kemasan berfungsi sebagai wadah atau pembungkus untuk menyimpan dan melindungi produk. Kemasan berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Kemasan yang inovatif lebih mudah menarik perhatian konsumen sehingga dapat mendorong penjualan produk lebih cepat (Kotler dan Amstron, 2012). Desain kemasan memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen. Pemilihan grafis yang *eye catching* dapat membuat produk terlihat lebih menarik dan menonjol. Pemilihan grafis dapat melalui warna kemasan, penggunaan huruf dan simbol pada kemasan (Fitriah, 2018).

c. Gaya dan Desain Produk

Gaya dan desain produk termasuk dalam aspek fisik produk yang bertujuan untuk memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi dan menambah keunggulan produk perusahaan dibandingkan produk pesaing yang sudah ada (Kotler dan Amstron, 2012). Penampilan suatu produk pangan menciptakan kesan terhadap produk itu sendiri. Kualitas mutu produk dapat dinilai berdasarkan tampilan fisik produk meliputi warna maupun desain produk (Bennion and Scheulle, 2004). Warna dan bentuk produk berperan penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk. Kombinasi warna yang baik dapat meningkatkan selera makan konsumen (Margaretha dan Edwin, 2012).

d. Label

Label dapat berupa penanda sederhana yang menjadi bagian dari kemasan. Label memuat berbagai informasi produk yang bertujuan untuk memberikan gambaran berbagai hal tentang produk kepada konsumen (Kotler dan Amstron, 2012). Label secara umum terdiri atas nama produk, komposisi, nama dan alamat produsen, tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, informasi nilai gizi, cara penyajian dan berat bersih. Penulisan informasi komposisi bahan makanan pada label harus dituliskan secara jelas dan lengkap termasuk penulisan informasi bahan tambahan makanan. Urutan penyebutan daftar bahan menunjukkan jumlah kandungan bahan pada produk makanan, dimana urutan pertama merupakan komponen yang jumlahnya paling besar (Ningrum, 2015). Bahan tambahan pangan

merupakan bahan yang sengaja ditambahkan kedalam produk pangan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan cita rasa produk. Informasi bahan tambahan makanan dapat berupa pemanis, pewarna, pengental, perasa dan bahan pengawet (Suyanti, 2010).

Informasi kedaluwarsa menyatakan informasi batas umur produk layak untuk dikonsumsi. Pencantuman informasi ini pada label bersifat wajib. Penulisan umur simpan pada label dapat dituliskan sebagai *best before date* dan *use by date*. Penulisan umur simpan menggunakan *best before date* menyatakan bahwa produk dapat dikonsumsi bahkan beberapa saat setelah tanggal kedaluwarsa, sedangkan penggunaan *use by date* digunakan untuk produk yang mudah rusak, dimana produk dapat berbahaya bagi kesehatan apabila tanggal kedaluwarsa terlewati (Julianti dan Nurminah, 2006).

e. Harga

Harga merupakan salah satu atribut yang berperan penting dalam menentukan penerimaan produk oleh konsumen. Penetapan harga yang dilakukan oleh produsen dapat membentuk persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Atribut harga seringkali dikaitkan dengan indikator mutu produk (Firmansyah, 2018).

f. Cita Rasa

Cita rasa merupakan salah satu atribut makanan yang meliputi penampakan produk, bau, rasa, tekstur dan suhu. Rasa merupakan sensasi yang diterima oleh indera ketika makanan berada di dalam mulut. Rasa umumnya terdiri atas manis, asin, asam dan pahit (Bennion and Scheulle, 2004). Aroma merupakan bau yang ditimbulkan akibat respon indera terhadap senyawa volatil yang terdapat dalam suatu produk makanan. Aroma berperan penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk (Kemp et al., 2009). Tekstur merupakan ciri fisik bahan yang meliputi ukuran, bentuk maupun unsur-unsur pembentukan bahan yang dapat dirasakan oleh indera perasa, peraba maupun indera penglihatan (Midayanto dan Yuwono, 2014). Tekstur makanan secara umum meliputi halus tidaknya bahan, cair, padat, keras, lembut, kering maupun lembap (Margaretha dan Edwin, 2012).

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini ditunjang dengan beberapa penelitian terdahulu menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Penelitian terdahulu yang menjadi penunjang penelitian dapat dilihat di **Tabel 2.1**.

Tabel 2. 1. Penelitian terdahulu

Peneliti	Objek penelitian	Hasil penelitian
Angraini L.D., Panji D. dan Dhita M.I. (2015).	Ria Djenaka Coffe & Resto	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan setiap atribut berdasarkan metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dengan menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu <i>Product, Price, Place, Promotion, People, Process</i> dan <i>Physical Evidence</i> . Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh (berdasarkan nilai CSI) sebesar 0,66 dan menunjukkan bahwa indeks kepuasan pengunjung adalah kriteria “Puas” terhadap kinerja dari atribut-atribut restoran Ria Djenaka Coffe & Resto.
Mahardika, S.A.T., Imam S. dan Rizky L.R.S (2015)	Koperasi Susu SAE Pujon	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut yang harus diprioritaskan dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk susu pasteurisasi. Metode yang digunakan adalah <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dengan menggunakan 18 atribut. Hasil menunjukkan bahwa atribut yang diprioritaskan perusahaan adalah yang menempati kuadran I

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu (lanjutan)

Peneliti	Objek penelitian	Hasil penelitian
		yaitu harga dan masa kedaluwarsa. Hasil perhitungan dengan menggunakan metode CSI diperoleh nilai kepuasan konsumen terhadap produk mencapai nilai 78,81% dan masuk dalam kategori “Puas”.
Damanik, P.A., Retno A. dan Rizky L.R.S. (2014)	Minuman Kopi di Coffee Story Malang	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut dari minuman kopi yang dianggap penting berdasarkan persepsi konsumen dan mengetahui tingkat kepuasan terhadap kualitas minuman kopi di Coffee Story Malang. Penelitian dilakukan menggunakan metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dengan 15 atribut yang dianalisis. Hasil menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh konsumen adalah yang menempati kuadran I (kualitas bahan baku dan kemudahan dalam pelayanan) dan kuadran II. Hasil perhitungan nilai CSI mencapai 84%.
Breitenbach et all (2017)	Perusahaan agroindustri di wilayah utara Rio Grande do Sul (RS)	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi arahan strategis perusahaan pengolahan hasil pertanian dan tingkat kepatuhan dengan persyaratan konsumen, serta posisi perusahaan industri pertanian terkait dengan pesaing utama. Hasil yang dianalisis dengan menggunakan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) menunjukkan bahwa atribut pelatihan karyawan; logistik distribusi; merek produk; durasi kontrak; kemitraan; teknologi produk; ukuran perusahaan; sertifikasi produk; dan hubungan perusahaan dengan



Tabel 2.1. Penelitian terdahulu (lanjutan)

Peneliti	Objek penelitian	Hasil penelitian
		lingkungan dianggap sebagai kriteria yang paling penting bagi konsumen. Sedangkan atribut yang memerlukan peningkatan untuk perusahaan adalah sertifikasi, kepedulian terhadap lingkungan dan respons cepat terhadap pesanan.
Arifiyanti dkk (2016)	Kelompok Tani Padi	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem agribisnis padi dan kinerja kelompok tani di daerah banjir DAS Bengawan Solo Kabupaten Bojonegoro yang dianalisis dengan menggunakan metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa atribut yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja kelompok tani adalah rencana kerja tertulis, kualitas, kompetensi dan aktivitas dewan, komitmen dewan, pemantauan komite dan keterbaruan informasi.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2019 sampai bulan Februari 2020 di UKM “CAHAYA” yang berlokasi di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Pengolahan data penelitian dilakukan di Laboratorium Manajemen Agroindustri, Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang.

3.2 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

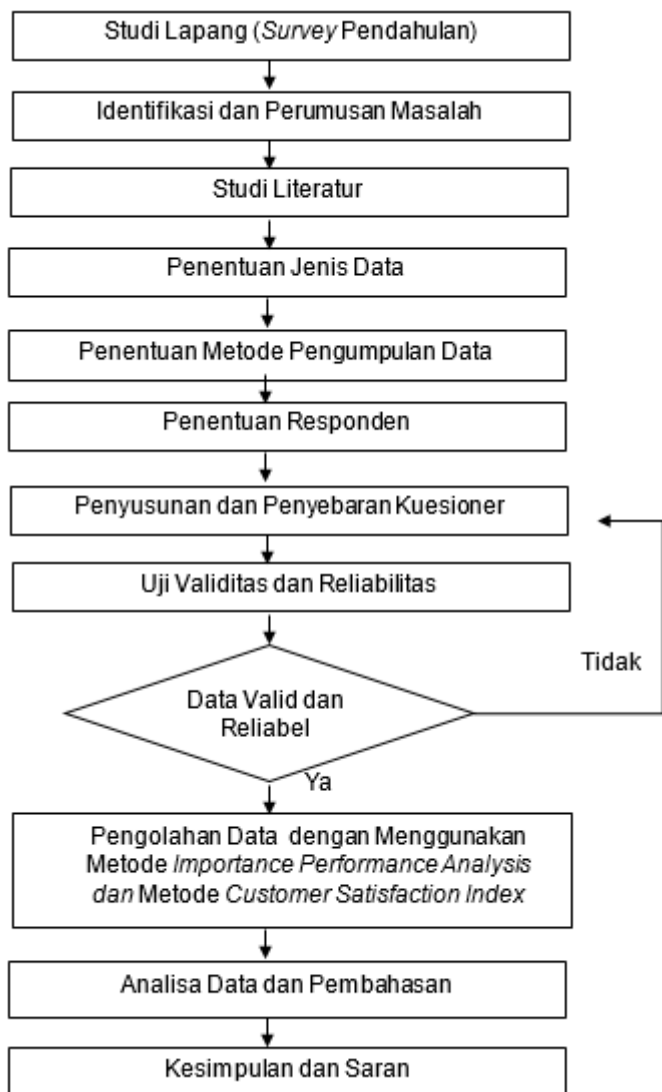
1. Penelitian ini menggunakan enam dimensi kualitas produk yaitu *Performance*, *Features*, *Conformance*, *Durability*, *Aesthetics* dan *Perceived Quality*.
2. Penelitian ini tidak membahas mengenai biaya yang berkaitan dengan produk.
3. Penelitian ini tidak menggunakan produk pembanding dalam mengkaji atribut produk yang digunakan pada penelitian.

3.3 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilakukan dalam beberapa tahap pelaksanaan. Tahap pertama dilakukan studi lapang dan identifikasi perumusan masalah yang ada pada objek penelitian. Tahap berikutnya dilakukan studi literatur, penentuan jenis data dan metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian. Setelah dilakukan penentuan metode pengumpulan data dilakukan penentuan responden. Kemudian dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner yang memuat sejumlah pertanyaan yang ingin dikaji oleh peneliti melalui jawaban responden. Tahap berikutnya yaitu melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner penelitian. Apabila hasil yang diperoleh valid, maka dilanjutkan pada tahap berikutnya. Akan tetapi, apabila diperoleh hasil yang tidak valid dan reliabel maka kembali pada tahap sebelumnya. Tahap berikutnya melakukan pengolahan data dilanjutkan dengan analisa data dan



pembahasan hasil. Prosedur penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3. 1. Tahapan Prosedur Penelitian

1. Studi Lapang (*Survey* pendahuluan)

Tahapan pertama dari prosedur penelitian yang dilakukan adalah melakukan studi lapang atau *survey* pendahuluan secara langsung ke lokasi UKM yang menjadi sasaran penelitian yaitu UKM “CAHAYA” yang bertempat di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Studi lapang bertujuan untuk mengetahui gambaran umum lokasi penelitian dan mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi oleh pihak UKM sehingga diperoleh informasi yang dapat digunakan dalam perumusan masalah.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Gambaran umum atau informasi yang diperoleh pada tahap sebelumnya dilakukan identifikasi untuk menentukan rumusan masalah yang digunakan pada penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian ini berkaitan dengan apa saja atribut produk yang harus diperbaiki dan bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dodol buah jeruk siam. Penelitian ini dianalisis menggunakan dua metode yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

3. Studi Literatur

Studi literatur digunakan untuk memperoleh informasi yang bersumber dari jurnal, buku, penelitian terdahulu maupun jenis sumber literatur lainnya yang berkaitan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Studi literatur dapat digunakan sebagai data sekunder yang memuat informasi atau data-data pendukung penelitian.

4. Penentuan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian dikelompokkan menjadi dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Penjelasan masing-masing data sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian diperoleh dari kuesioner dan wawancara langsung. Kuesioner dilakukan melalui

pengisian secara langsung oleh responden terpilih pada lembar kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti. Sedangkan wawancara dilakukan dengan produsen dodol buah jeruk siam yaitu ibu-ibu PKK yang terlibat dalam UKM “CAHAYA” Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian diperoleh melalui tahapan studi literatur. Sumber informasi dan data sekunder diperoleh melalui jurnal, buku-buku, penelitian terdahulu maupun sumber literatur lainnya yang berhubungan dan relevan dengan preferensi konsumen menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

5. Penentuan Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu melalui kuesioner dan wawancara langsung. Kuesioner berisikan sejumlah pertanyaan yang harus diisi secara benar oleh responden. Kuesioner yang diisi oleh responden berkaitan dengan informasi umum responden dan analisa responden terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut-atribut produk dodol buah jeruk siam. Kuesioner penelitian dapat dilihat pada **Lampiran 1**.

Wawancara dilakukan secara langsung dengan produsen dodol buah jeruk siam. Produsen yang menjadi sasaran penelitian adalah kelompok PKK Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk memperoleh gambaran umum yang berkaitan dengan kondisi UKM dan memperoleh informasi pendukung penelitian.

6. Penentuan Responden

Populasi yang menjadi sasaran penelitian adalah masyarakat Kabupaten Banyuwangi secara umum. Pengambilan sampel yang layak dalam penelitian adalah penggunaan ukuran sampel antara 3 sampai dengan 500 sampel (Endra, 2017). Pengambilan dengan kategori minimal ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 responden (Sugiyono, 2012). Frankel

dan Wallen (1993) dalam Mamik (2015) menyarankan besarnya sampel minimum untuk penelitian deskriptif adalah 100 sampel. Penelitian ini menggunakan 100 sampel responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Karakteristik responden yang dipilih adalah sebagai berikut :

1. Responden pernah mengonsumsi produk dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA” minimal satu kali konsumsi dalam kurun waktu dua bulan terakhir dengan pertimbangan responden dapat mengetahui dan mengevaluasi produk.
2. Responden berusia 17 - 50 dengan pertimbangan responden yang berada pada rentang usia tersebut memiliki kemampuan untuk memahami dan mengisi kuesioner penelitian.

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Teknik *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota yang tergabung dalam suatu populasi untuk menjadi sampel dalam penelitian (Sugiyono, 2012). Pemilihan sampel pada teknik ini berdasarkan subjektifitas atau tujuan penelitian yang ditetapkan oleh peneliti. Salah satu jenis teknik untuk menentukan sampel dengan menggunakan *nonprobability sampling* adalah teknik *purposive sampling* (Ismail, 2018). Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* didasarkan pada pertimbangan yang tak acak dan sesuai dengan tujuan penelitian. Individu yang dipilih menjadi sampel sesuai dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya dan dianggap memiliki banyak informasi yang diperlukan (Supranto, 2007).

7. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Kuesioner yang disebar dan diisi oleh responden berisi dua macam bagian. Bagian pertama berisi informasi umum yang berkaitan dengan responden dan bagian kedua berisi analisa tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut produk. Penggunaan atribut produk dodol buah jeruk siam dapat dilihat pada **Tabel 3.1**.



Tabel 3. 1. Atribut produk dodol buah jeruk siam

Dimensi Kualitas Produk	Definisi Operasional	Atribut Produk
Kinerja (<i>Performance</i>)	Karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk dodol buah jeruk siam.	1) Harga 2) Rasa 3) Bentuk Produk 4) Warna Produk
Keragaman Produk (<i>Features</i>)	Karakteristik tambahan (aspek sekunder) yang terdapat pada produk dodol buah jeruk siam.	5) Aroma 6) Tekstur 7) Kekenyalan
Kesesuaian (<i>Conformance</i>)	Tingkat kesesuaian penggunaan bahan tambahan makanan pada produk dodol buah jeruk siam terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya.	8) Bahan Tambahan Makanan
Ketahanan (<i>Durability</i>)	Usia ekonomis produk dodol buah jeruk siam.	9) Informasi Kedaluwarsa Produk
Estetika (<i>Aesthetics</i>)	Karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika produk dodol buah jeruk siam.	10) Bentuk Kemasan 11) Desain Kemasan
Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)	Kualitas produk dodol buah jeruk siam yang dapat dipersepsikan oleh konsumen.	12) Kepopuleran Merek

Atribut produk dodol buah jeruk siam dilakukan analisis pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut menggunakan skala *likert*. Menurut Budiaji (2013) skala *likert* merupakan suatu teknik pengukuran berdasarkan penggunaan



kategori respon yang berurutan. Skala ini tergolong dalam skala yang mudah untuk digunakan dan seringkali digunakan untuk mengukur preferensi konsumen terhadap penerimaan suatu produk makanan maupun jasa. Kategori respons dalam skala *likert* yang sering digunakan yaitu sangat setuju (*strongly agree*), setuju (*agree*), tidak memutuskan (netral), tidak setuju (*disagree*), dan sangat tidak setuju (*strongly disagree*). Pemberian nilai skor menggunakan skala *likert* dapat dilihat pada **Tabel 3.2.**

Tabel 3. 2. Pemberian nilai skor berdasarkan skala *likert*

Pernyataan	1	2	3	4	5
Tanggapan Konsumen terhadap Tingkat Kepentingan	Sangat Tidak Penting	Tidak Penting	Kurang Penting	Penting	Sangat Penting
Tanggapan Konsumen terhadap Tingkat Kinerja	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Sumber : Budiaji (2013).

8. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang berkaitan dengan kemampuan instrumen dapat mengukur secara tepat sesuatu yang akan diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah *item - item* yang tersaji dalam kuesioner mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan *Korelasi Bivariate Pearson*. *Korelasi Bivariate Pearson* digunakan untuk menguji validitas data dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Pengujian validitas kuesioner dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara skor item dengan skor total instrumen dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut (Putra dkk, 2014) :



$$r_{xy} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*
- n = Jumlah subjek atau responden yang diteliti
- $\sum X$ = Jumlah X (skor *item*)
- $\sum Y$ = Jumlah Y (skor total)

Menurut Sujono dan Harry (2017), pengujian menggunakan uji dua pihak dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian sebagai berikut :

- a) Jika $r_{xy} \geq r$ tabel (uji dua pihak dengan *sig.* 0,05) maka instrumen atau *item - item* pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika $r_{xy} < r$ tabel (uji dua sisi dengan *sig.* 0,05) maka instrumen atau *item - item* pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk melihat sejauh mana suatu pengukuran dalam penelitian dapat dipercaya. Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil yang diperoleh memiliki kecenderungan untuk tetap konsisten ketika pengukuran dilakukan berulang. Prosedur untuk menghitung indeks reliabilitas dapat dilakukan melalui pendekatan konsistensi internal menggunakan *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* digunakan untuk menghitung nilai reliabilitas dalam bentuk uraian atau skala. Kriteria pengujian instrumen dianggap reliabel apabila nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel ($r_{11} > r_{tabel}$). Kategorisasi hasil analisa uji reliabilitas suatu data dapat dilihat pada **Tabel 3.3**. Rumus perhitungan koefisien *Alpha Cronbach* sebagai berikut (Nurmalasari, 2014) :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right) \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas Instrumen
- n = Jumlah *item* pertanyaan yang diuji
- $\sum s_i^2$ = Jumlah varian skor tiap *item*
- s_t^2 = Varian total dari keseluruhan *item*

Tabel 3. 3. Kategorisasi koefisien *alpha cronbach*

No.	Hasil perhitungan	Derajat Reliabilitas
1.	$r_{11} \leq 0,20$	Derajat Reliabilitas Sangat Rendah dan Bisa diabaikan
2.	$0,20 < r_{11} \leq 0,40$	Derajat Reliabilitas Rendah
3.	$0,40 < r_{11} \leq 0,60$	Derajat Reliabilitas Sedang
4.	$0,60 < r_{11} \leq 0,80$	Derajat Reliabilitas Tinggi
5.	$0,80 < r_{11} < 1,00$	Derajat Reliabilitas Sangat Tinggi
6.	$r_{11} = 1,00$	Derajat Reliabilitas Sempurna

Sumber : Nurmalasari (2014).

9. Analisis Data

a. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengetahui respon konsumen dan urutan prioritas kepentingan atribut produk dodol buah jeruk siam. Analisis ini dilakukan dalam beberapa tahap perhitungan. Prosedur analisis data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat dilihat pada **Gambar 3.2**.

Tahap pertama adalah menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut produk dodol buah melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Kategorisasi persentase tingkat kesesuaian dapat dilihat pada **Tabel 3.4**. Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan adalah sebagai berikut (Anggraini dkk, 2015) :

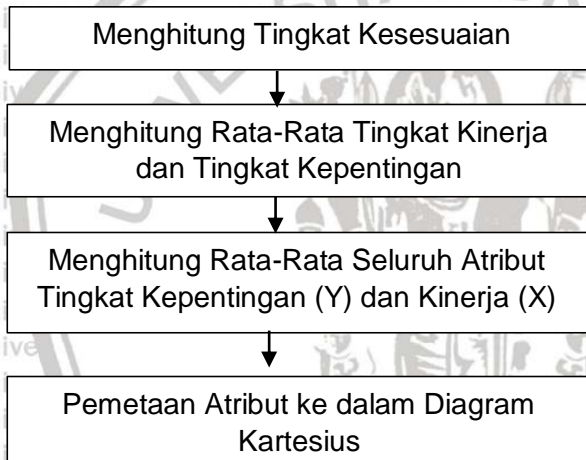
$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \% \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

- Tk_i = Tingkat kesesuaian atribut produk dodol buah jeruk siam
- X_i = Skor penilaian tingkat kinerja atribut produk dodol buah jeruk siam



Y_i = Skor penilaian tingkat kepentingan atribut produk dodol buah jeruk siam



Gambar 3. 2. Prosedur Analisis Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Tahap kedua adalah menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh konsumen, dengan rumus sebagai berikut (Anggraini dkk, 2015) :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots\dots\dots(4)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan :

\bar{X}_i = Skor rata-rata tingkat kinerja atribut produk dodol buah jeruk siam

\bar{Y}_i = Skor rata-rata tingkat kepentingan atribut produk dodol buah jeruk siam

n = Jumlah responden produk dodol buah jeruk siam

Tahap ketiga adalah menghitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi garis batas



dalam diagram kartesius, dengan rumus sebagai berikut (Indrajaya, 2018) :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}_1}{k} \dots\dots\dots (6)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}_1}{k} \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan :

$\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut produk dodol buah jeruk siam

$\bar{\bar{Y}}$ = Rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh atribut produk dodol buah jeruk siam

\bar{X}_1 = Skor rata-rata tingkat kinerja atribut produk dodol buah jeruk siam

\bar{Y}_1 = Skor rata-rata tingkat kepentingan atribut produk dodol buah jeruk siam

k = Banyaknya atribut produk dodol buah jeruk siam

Tabel 3. 4. Kategorisasi tingkat kesesuaian

No.	Nilai Tingkat Kesesuaian (%)	Parameter Kesesuaian
1.	$X > 100$	Sangat Sesuai / Sangat Baik
2.	$85 < X \leq 100$	Sesuai / Baik
3.	$65 < X \leq 84$	Cukup Sesuai / Cukup Baik
4.	$45 < X \leq 64$	Kurang Sesuai / Kurang Baik
5.	$0 < X \leq 44$	Tidak Sesuai / Tidak Baik

Sumber : Martila dan James (1997) dalam Ramadhani dkk (2014).

Analisis kuadran digunakan untuk mengetahui respon konsumen berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut produk yang diuji. Analisis kuadran yang digunakan dalam metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan dengan menggunakan analisis diagram kartesius. Atribut-atribut produk dodol buah jeruk siam yang telah dianalisis sebelumnya akan dipetakan ke dalam masing-masing kuadran pada diagram kartesius. Bentuk pemetaan atribut pada kuadran kartesius dapat dilihat pada **Gambar 3.3.**



Gambar 3. 3. Bentuk Diagram Kartesius
 Sumber : Haryanto dan Wiryanta (2018).

Keterangan masing-masing kuadran sebagai berikut :

1) Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi menurut responden, akan tetapi kinerjanya masih rendah atau belum memenuhi harapan. Menurut Mahardika dkk (2015) kuadran I atau prioritas utama menggambarkan atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen, akan tetapi perusahaan belum memberikan nilai lebih pada atribut sehingga konsumen merasa kecewa atau tidak puas terhadap kualitas atribut. Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini merupakan kelompok atribut yang harus diprioritaskan oleh perusahaan untuk melakukan perbaikan.

2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerjanya juga dinilai baik oleh responden. Menurut Kwon and Taerin (2018) atribut yang masuk pada kuadran ini dianggap telah sesuai dengan harapan konsumen dan berkinerja baik. Atribut pada kuadran ini dianggap memiliki kekuatan utama dan potensi unggulan kompetitif suatu



produk atau layanan. Menurut Sukardi dan Chodilis (2006) peningkatan kinerja yang masuk pada kuadran ini dianggap sangat penting bagi konsumen, dimana atribut harus dipertahankan karena kualitasnya dinilai lebih unggul dibandingkan atribut lainnya

3) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan maupun tingkat kinerja yang dinilai rendah oleh responden. Menurut Wong et all (2011) atribut yang masuk dalam kuadran III dianggap memiliki tingkat kinerja yang kurang memuaskan dan merupakan prioritas rendah. Atribut yang masuk pada kuadran ini dianggap tidak menimbulkan ancaman bagi produsen. Menurut Tzeng and Chang (2011) pengalokasian sumber daya harus lebih diutamakan terlebih dahulu untuk atribut-atribut yang memerlukan perbaikan segera dibandingkan atribut yang ada pada kuadran ini.

4) Kuadran IV (Berlebihan)

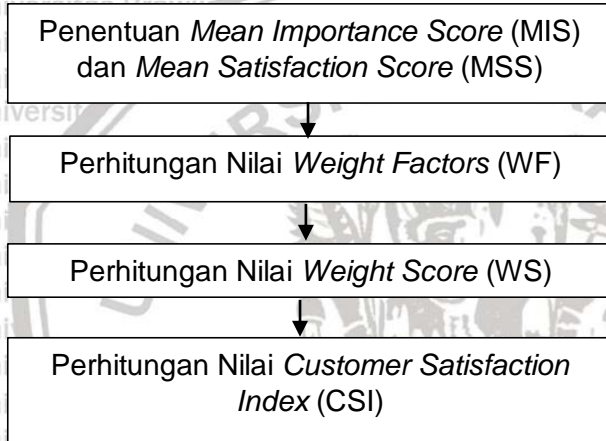
Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah menurut responden namun memiliki kinerja yang baik. Menurut Pitaloka et all (2018) atribut pada kuadran ini masih dianggap relatif tidak penting, namun konsumen puas terhadap kinerja atribut. Menurut Sukardi dan Chodilis (2006) peningkatan kinerja atribut yang menempati kuadran IV dinilai berlebihan sehingga dapat dikurangi untuk keperluan menghemat bagi perusahaan.

b. Customer Satisfaction Index (CSI)

Analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh terhadap produk dodol buah jeruk siam dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dan kualitas kinerja yang diukur. Analisis ini dilakukan dalam beberapa tahap perhitungan. Prosedur analisis data menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dapat dilihat pada **Gambar**

3.4.





Gambar 3. 4. Prosedur Analisis Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Tahap pertama adalah 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 produk yang dirasakan oleh konsumen. Perhitungan MIS dan MSS dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Mahardika dkk, 2015) :

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots\dots\dots (8)$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan :

- n = Jumlah responden produk dodol buah jeruk siam
- Y_i = Skor penilaian tingkat kepentingan atribut produk dodol buah jeruk siam ke-i
- X_i = Skor penilaian tingkat kinerja atribut produk dodol buah jeruk siam ke-i



Tahapan kedua yaitu melakukan perhitungan nilai *Weight Factors* (WF) atau faktor ter timbang. Bobot ini merupakan persentase perbandingan nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. Rumus perhitungannya sebagai berikut (Mahardika dkk, 2015) :

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan :

MIS_i = *Mean Importance Score* ke-i

Tahap ketiga yaitu menghitung nilai *Weight Score* (WS) atau skor ter timbang. Bobot ini merupakan perkalian antara nilai *Weight Factors* (WF) dengan rata – rata tingkat kepuasan atau *Mean Satisfaction Score* (MSS). Rumus perhitungannya sebagai berikut (Mahardika dkk, 2015) :

$$WS_i = MSS_i \times WF_i \dots\dots\dots (11)$$

Keterangan :

MSS_i = *Mean Satisfaction Score* ke-i

WF_i = *Weighted Factor* ke-i

Tahapan terakhir adalah menentukan skor perhitungan indeks kepuasan konsumen (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dodol buah jeruk siam. Kriteria nilai CSI dapat dilihat pada **Tabel 3.5**. Rumus perhitungannya sebagai berikut (Mahardika dkk, 2015) :

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \dots\dots\dots (12)$$

Keterangan :

p = Atribut kepentingan ke-p

HS = Skala maksimum yang digunakan

Tabel 3. 5. Kriteria nilai *customer satisfaction index* (CSI)

No.	Nilai CSI (%)	Kriteria Nilai CSI
1.	$81 < X \leq 100$	Sangat puas
2.	$66 < X \leq 80$	Puas
3.	$51 < X \leq 65$	Cukup puas
4.	$35 < X \leq 50$	Kurang puas
5.	$0 < X \leq 34$	Tidak puas

Sumber : Aritonang (2005).

10. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan diperoleh dari hasil ringkasan prosedur penelitian khususnya hasil analisa data yang telah dilakukan. Saran berisi masukan atau rekomendasi perbaikan bagi peneliti dan produsen. Bagi peneliti saran dapat menjadi masukan atau rekomendasi perbaikan prosedur penelitian berikutnya dan bagi produsen saran digunakan sebagai masukan atau rekomendasi perbaikan produk dan strategi pemasaran yang menjadi permasalahan utama produsen.



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum UKM

UKM “CAHAYA” merupakan salah satu UKM yang bergerak dalam bidang pengolahan pangan. UKM “CAHAYA” berlokasi di Desa Temurejo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi. UKM “CAHAYA” beranggotakan ibu-ibu PKK desa setempat. Usaha ini dibentuk pertama kali pada tahun 2016. Produk unggulan yang diproduksi di UKM ini adalah dodol buah jeruk siam, dodol buah naga merah, sari buah jeruk siam dan sari buah naga merah. Bahan baku pembuatan produk diperoleh dari hasil kebun masyarakat setempat. Desa Temurejo merupakan salah satu daerah di Kabupaten Banyuwangi dengan hasil panen buah jeruk siam dan buah naga yang melimpah. Masa panen raya kedua komoditas tersebut terjadi sekitar bulan Januari – Mei. Produksi dodol dan sari buah yang dilakukan oleh UKM “CAHAYA” menjadi salah satu program yang berperan penting dalam mengatasi produksi buah yang melimpah dan anjloknya harga buah pada saat panen raya tiba.

Produk hasil produksi UKM “CAHAYA” telah memperoleh sertifikasi PIRT dari Dinas Kesehatan Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2018. Salah satu produk yang mendapatkan sertifikasi PIRT adalah dodol buah jeruk siam dengan nomor 2143510021217-23. Berdasarkan *record* penjualan dan respon dari beberapa konsumen yang telah membeli produk menunjukkan bahwa produk yang paling diminati adalah produk dodol buah jeruk siam, sedangkan produk dodol buah naga merah masih dalam proses perbaikan formulasi produk. Produk hasil produksi UKM “CAHAYA” lebih banyak diproduksi ketika musim panen tiba atau ketika produksi buah jeruk siam dan buah naga merah melimpah. Produksi pada hari biasa atau tidak pada musim panen dilakukan hanya berdasarkan pesanan, sehingga kontinuitas produksi di UKM “CAHAYA” masih bergantung pada tingkat permintaan produk dari konsumen.

Produk dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA” dibuat dari campuran buah jeruk siam, tepung ketan putih, santan, minyak goreng, gula merah, gula pasir, air perasan jeruk nipis dan *natrium benzoate*. Proses pembuatan dodol buah jeruk



siam diawali dengan mencampurkan air perasan jeruk siam dengan tepung ketan yang sudah disangrai. Langkah berikutnya merebus santan kelapa sampai mendidih dengan ditambahkan gula merah dan gula pasir. Kemudian santan kelapa yang telah mendidih dimasak dengan campuran air perasan jeruk siam dan tepung ketan selama +/- 6 jam dengan cara diaduk terus menerus sampai kenyal. Natrium benzoat dan air perasan jeruk nipis ditambahkan ketika dodol masih setengah matang. Dodol buah jeruk siam yang sudah jadi diangkat dan didinginkan dalam loyang sebelum dikemas. Diagram alir proses pembuatan dodol buah jeruk siam secara lengkap dapat dilihat pada **Lampiran 10**.

Proses pemasaran pada UKM "CAHAYA" masih dilakukan secara konvensional. UKM "CAHAYA" saat ini belum memiliki akun resmi seperti *website*, media sosial maupun aplikasi penjualan lainnya yang berbasis online. Pemesanan produk selama ini dilakukan dengan cara menghubungi secara pribadi via telepon maupun mendatangi secara langsung lokasi produksi yang bertempat di Balai Desa Temurejo.

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden yang dilibatkan dalam penelitian berjumlah 100 orang responden. Karakteristik responden diperoleh dari jawaban pertanyaan yang terkait dengan gambaran umum responden dalam kuesioner penelitian. Gambaran umum responden menjelaskan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan per bulan dan jumlah konsumsi responden terhadap produk dodol buah jeruk siam dalam kurun waktu 2 bulan terakhir. Gambaran umum responden dapat dilihat pada **Tabel 4.1**.

Berdasarkan **Tabel 4.1**, dapat diketahui perbedaan jumlah responden berdasarkan gender. Hasil menunjukkan bahwa responden dengan gender wanita memiliki jumlah lebih banyak 65% dibandingkan jumlah responden laki-laki. Perbedaan gender memberikan perbedaan yang nyata terhadap hasil penelitian dibandingkan karakteristik responden lainnya, dimana responden wanita cenderung lebih mudah memberikan kritik dan saran terhadap produk dibandingkan responden pria. Menurut Mulyono (2012) perbedaan gender pada dasarnya berperan penting dalam



menentukan keputusan pembelian produk. Pembeli wanita memiliki kecenderungan yang lebih tinggi dibandingkan pembeli pria untuk melakukan pembelian impulsif. Menurut Swanita (2012) wanita dianggap lebih mudah terpengaruh oleh faktor perasaan, hasrat dan emosi dibandingkan dengan logika. Pembeli wanita dianggap lebih mudah dan suka membeli produk camilan dibandingkan pembeli pria. Di lansir dari halaman Viva (2011) konsumen wanita mengonsumsi camilan 2 - 4 kali atau lebih setiap harinya, sedangkan konsumen pria sedikitnya sekali dalam satu hari.

Berdasarkan **Tabel 4.1.** menunjukkan gambaran umum responden berdasarkan usia diperoleh hasil jumlah responden tertinggi adalah usia 22 - 40 tahun sebesar 37%. Perbedaan kelompok usia responden pada dasarnya berpengaruh terhadap sikap dan pengambilan keputusan terhadap proses pembelian suatu produk. Menurut Curatman (2010), salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi adalah komposisi produk usia kerja. Semakin banyak penduduk dengan usia kerja atau usia produktif (15 - 64 tahun) maka tingkat konsumsinya terhadap produk akan semakin besar. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan individu yang berpengaruh terhadap peningkatan daya beli dan pola hidup konsumtif. Menurut Ma'ruf (2006) usia 22 – 40 tahun masuk kategori kelompok umur dewasa. Menurut Prasetyadi (2017) kelompok umur dewasa dijelaskan sebagai kelompok konsumen yang cenderung memiliki pemikiran yang lebih rasional sehingga pembelian produk didasarkan pada beberapa pertimbangan dan selera konsumen Berdasarkan hasil *survey* yang dikutip dari halaman Detikfood (2017) menyatakan bahwa 92 % generasi millennial lebih suka menikmati makanan ringan dibandingkan makan berat minimal seminggu sekali. *Survey* terbaru juga menunjukkan bahwa konsumen dengan usia antara 18 – 35 tahun lebih suka makan diluar serta camilan dibandingkan dengan makanan berat.



Tabel 4. 1. Karakteristik responden

No	Karakteristik Responden	Kelompok	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin	a. Laki - Laki	35	35
		b. Perempuan	65	65
2.	Usia	a. 17 – 21 tahun	32	32
		b. 22 – 40 tahun	37	37
		c. 41 – 50 tahun	31	31
3.	Pendidikan Terakhir	a. SD/Sederajat	8	8
		b. SMP/Sederajat	30	30
		c. SMA/SMK/ Sederajat	52	52
		d. Diploma (D1/D2/D3/D4)	4	4
		e. Sarjana (S1/S2/S3)	6	6
4.	Pekerjaan	a. Pelajar/Mahasiswa	33	33
		b. Wiraswasta/ Pengusaha	21	21
		c. Pegawai Negeri	4	4
		d. Ibu Rumah Tangga	25	25
		e. Pegawai Swasta	17	17
5.	Pendapatan Per Bulan	a. <Rp. 500.000,00	72	72
		b. Rp. 501.000,00 – 1.500.000,00	8	8
		c. Rp. 1.501.000,00 – Rp 2.500.000,00	7	7
		d. > Rp. 2.501.000,00	13	13
6.	Jumlah Konsumsi (2 Bulan Terakhir)	a. 1 – 2 kali	83	83
		b. 3 – 4 kali	4	4
		c. ≥ 5 kali	13	13

Sumber : Data Primer Diolah (2019).



Berdasarkan **Tabel 4.1.** diperoleh jumlah pendidikan terakhir masyarakat yang terpilih menjadi responden dengan jumlah paling banyak adalah tingkat SMA/SMK/Sederajat mencapai 52%. Pendidikan terakhir membantu dalam pemahaman responden terhadap atribut produk dodol buah jeruk siam. Menurut Neolaka dan Grace (2017) ilmu pendidikan pada dasarnya memiliki peranan cukup penting dalam meningkatkan pengetahuan, pengertian, toleransi, *skills* maupun kedewasaan individu. Menurut Darmadi (2019) semakin tinggi jenjang pendidikan seseorang maka semakin tinggi pula tingkat intelektualitas, pemahaman, maupun penalarannya. Menurut Curatman (2010) tingkat pendidikan berpengaruh terhadap tingkat konsumsi seseorang terhadap produk barang maupun jasa. Semakin tinggi tingkat pendidikan, maka tingkat konsumsi juga akan semakin tinggi. Hal ini dikarenakan timbulnya kebutuhan lain diluar kebutuhan makan dan minum seperti kebutuhan informasi hingga pemenuhan gaya hidup seseorang.

Berdasarkan **Tabel 4.1.** diperoleh jumlah pekerjaan responden dengan jumlah paling banyak adalah pelajar/mahasiswa 33%. Hal ini menjadi gambaran bahwa produk dodol buah jeruk siam dapat dikonsumsi oleh semua kelompok masyarakat, salah satunya adalah pelajar/mahasiswa. Menurut Firmansyah (2018) beberapa faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen selain usia adalah pekerjaan, kondisi ekonomi dan gaya hidup konsumen. Pelajar/mahasiswa yang dimaksudkan dalam penelitian termasuk dalam kategori pembeli pemuda. Menurut Prasetyadi (2017) pembeli pemuda merupakan potensi pasar yang besar bagi produsen. Pembeli pada kategori ini tidak membutuhkan waktu lama untuk memutuskan pembelian dan mudah terpengaruh pada tampilan dan variasi produk baru yang unik dan menarik.

Berdasarkan pada **Tabel 4.1.** jumlah pendapatan responden per bulan rata-rata yang paling banyak adalah < Rp. 500.000 dengan jumlah mencapai 72%. Menurut Tri dan Antyo (2006) salah satu faktor penting yang menentukan perilaku konsumsi adalah pendapatan rumah tangga. Tingkat pendapatan memiliki hubungan positif dengan pola konsumsi. Menurut Putri (2015), semakin besar pendapatan seseorang, maka pola



konsumsinya akan semakin meningkat. Jumlah pendapatan yang dimiliki oleh individu menjadi faktor penting dalam menentukan kualitas maupun kuantitas makanan yang akan dikonsumsi.

Berdasarkan **Tabel 4.1** jumlah konsumsi responden dalam kurun waktu 2 bulan terakhir menunjukkan bahwa sejumlah 83 % responden sebagian besar mengonsumsi produk sebanyak 1 – 2 kali. Jumlah konsumsi konsumen dodol buah jeruk siam dipengaruhi oleh ketersediaan produk dodol buah jeruk siam dan ketertarikan konsumen terhadap produk yang masih rendah. Menurut Widiastuti dan Sri (2014) beberapa indikator yang dianggap signifikan dalam mempengaruhi ketertarikan dan keputusan pembelian adalah pengaruh produk, harga dan promosi.

4.3 Hasil Pengujian Kuesioner

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji butir-butir dalam suatu daftar (*construct*) pertanyaan dalam kuesioner. Hasil pengujian validitas kuesioner dodol buah jeruk siam dapat dilihat pada **Tabel 4.2**. Nilai r-tabel dengan N=100 (jumlah responden) dengan taraf signifikansi 5% adalah 0,195. Berdasarkan **Tabel 4.2**. menunjukkan bahwa keseluruhan hasil memiliki nilai r-hitung lebih besar dibandingkan dengan r-tabel sehingga keseluruhan butir pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat dinyatakan valid atau kuesioner dodol buah jeruk siam layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. 2. Nilai uji validitas kuesioner

Indikator / Construct	Nilai Korelasi		Keterangan
	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	
Harga	0,410	0,207	Valid
Rasa	0,425	0,249	Valid
Bentuk Produk	0,435	0,514	Valid
Tampilan Warna Produk	0,506	0,260	Valid
Aroma	0,380	0,398	Valid



Tabel 4. 3. Nilai uji validitas kuesioner (lanjutan)

Indikator / Construct	Nilai Korelasi		Keterangan
	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	
Tekstur Produk	0,598	0,547	Valid
Tingkat Kekenyalan	0,565	0,332	Valid
Informasi Penggunaan Bahan Tambahan Makanan	0,230	0,218	Valid
Informasi Umur Simpan atau Masa Kadaluwarsa	0,449	0,293	Valid
Bentuk Kemasan	0,600	0,487	Valid
Desain Kemasan	0,618	0,492	Valid
Kepopuleran Merek	0,450	0,365	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2019).

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi responden dalam memberikan jawabannya pada setiap daftar pertanyaan dalam kuesioner dodol buah jeruk siam. Hasil pengujian reliabilitas kuesioner dodol buah jeruk siam dapat dilihat pada **Tabel 4.3**. Hasil perhitungan uji reliabilitas kuesioner dodol buah jeruk siam masuk dalam rentang nilai 0,60 - 0,80 dan termasuk dalam kategori “Derajat Reliabilitas Tinggi”. Hasil yang diperoleh juga menunjukkan bahwa kuesioner dapat dipercaya dan diandalkan.

Tabel 4. 4. Nilai uji reliabilitas kuesioner

Kuesioner	Nilai Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Tingkat Kepentingan	0,731	Reliabel
Tingkat Kinerja	0,823	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah (2019).

4.4 Hasil Analisis Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

4.4.1 Analisis Tingkat Kesesuaian Atribut Dodol Buah Jeruk Siam

Perhitungan tingkat kesesuaian atribut produk dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA” Kabupaten Banyuwangi bertujuan untuk mengetahui persentase kesesuaian antara keadaan yang sudah ada sekarang dengan harapan konsumen. Hasil perhitungan tingkat kesesuaian atribut produk dodol buah jeruk siam dapat dilihat pada **Tabel.4.4**. Contoh perhitungan tingkat kesesuaian masing-masing atribut produk dodol buah jeruk siam dapat dilihat pada **Lampiran 4**.

Tabel 4. 5. Tingkat kesesuaian atribut produk dodol buah jeruk siam

No	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan (Yi)	Skor Tingkat Kinerja (Xi)	Tingkat Kesesuaian (%)
1.	Harga	421	357	84,80
2.	Rasa	449	439**	97,77
3.	Bentuk Produk	390	399	102,31
4.	Tampilan Produk	384	405	105,47**
5.	Aroma	407	410	100,74
6.	Tekstur Produk	392	396	101,02
7.	Tingkat Kekenyalan	394	390	98,98
8.	Informasi Penggunaan Bahan Tambahan Makanan	396	408	103,03
9.	Informasi Umur Simpan	465**	422	90,75
10.	Bentuk Kemasan	395	403	102,03
11.	Desain Kemasan	392	400	102,04
12.	Kepopuleran Merek	382*	299*	78,27*
Rata – Rata				97,27

Sumber : Data Primer Diolah (2019).



Keterangan :

* : Nilai tingkat kesesuaian paling rendah

** : Nilai tingkat kesesuaian paling tinggi

Penilaian responden terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut dapat digunakan untuk mengetahui respon konsumen terhadap kualitas atribut produk dodol buah jeruk siam. Menurut Haryanto dan Wiryanta (2018) semakin penting atau semakin baik penilaian responden terhadap atribut produk maka semakin besar skor yang diberikan. Berdasarkan hasil pada **Tabel 4.4.** diperoleh hasil perhitungan skor tingkat kinerja dan skor penilaian tingkat kepentingan atribut produk dodol buah jeruk siam. Skor penilaian tingkat kinerja paling tinggi diperoleh atribut rasa dengan nilai skor 439. Atribut rasa memiliki nilai skor kinerja paling tinggi dibandingkan atribut lainnya, akan tetapi nilai ini tidak lebih tinggi dibandingkan skor tingkat kepentingannya yaitu 449. Hasil ini menunjukkan bahwa atribut rasa produk dodol buah jeruk siam dianggap memiliki kualitas yang baik sesuai yang diharapkan oleh konsumen dan penting untuk dipertahankan kualitasnya. Berdasarkan hasil perhitungan pada **Tabel 4.4.** menunjukkan atribut yang memiliki tingkat kepentingan dengan skor paling tinggi adalah atribut informasi umur simpan dengan nilai skor 465. Atribut informasi umur simpan memiliki skor tingkat kepentingan yang lebih tinggi dibandingkan skor tingkat kinerja. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa atribut informasi umur simpan dianggap lebih penting oleh konsumen dibandingkan atribut produk lainnya.

Hasil perhitungan skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja digunakan untuk melakukan perhitungan persentase tingkat kesesuaian masing-masing atribut produk dodol buah jeruk siam. Menurut Supranto (2007) semakin tinggi persentase kesesuaian suatu atribut, maka pencapaian kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Perhitungan persentase tingkat kesesuaian pada **Tabel.4.4.** menunjukkan nilai tingkat kesesuaian atribut dodol buah jeruk siam paling tinggi dibandingkan atribut lainnya adalah atribut tampilan warna produk dengan jumlah persentase mencapai 105,47 %. Nilai tingkat kesesuaian termasuk dalam kategori nilai > 100 sehingga dapat dinyatakan "Sangat Sesuai".

Atribut tampilan warna produk dodol buah jeruk siam dianggap sudah memenuhi harapan konsumen. Produk memiliki warna alami tanpa menggunakan tambahan pewarna makanan. Menurut Julianti (2014) tampilan warna memiliki peranan penting dalam penerimaan konsumen terhadap produk pangan. Warna menjadi salah satu parameter yang dapat digunakan untuk mengomunikasikan produk. Sebagai contoh produk berbahan dasar buah jeruk dikomunikasikan dengan warna kuning. Produk dodol buah jeruk siam memiliki warna produk kuning kecokelatan. Warna produk dipengaruhi oleh penambahan sari buah jeruk siam dan gula merah dalam adonan dodol. Atribut warna produk dodol buah jeruk siam dinilai dapat meningkatkan daya tarik konsumen dengan mempertahankan ciri khas yang ada pada buah jeruk siam.

Berdasarkan hasil pada **Tabel.4.4.** atribut produk dodol buah jeruk siam yang dinilai memiliki tingkat kesesuaian paling rendah dibandingkan atribut produk lainnya adalah atribut kepopuleran merek dengan jumlah persentase 78,27 %. Nilai tingkat kesesuaian termasuk dalam kategori nilai 65 – 84 sehingga dapat dinyatakan “Cukup sesuai”. Menurut Yola dan Duwi (2013) perhitungan skor tingkat kesesuaian dapat digunakan untuk menentukan skala prioritas dalam penanganan kualitas atribut produk. Apabila nilai tingkat kesesuaian lebih kecil dari nilai skor rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut, maka atribut tersebut perlu adanya perbaikan, namun sebaliknya apabila skor tingkat kesesuaian lebih tinggi dibandingkan skor rata-rata maka atribut perlu dipertahankan. Atribut kepopuleran merek memiliki skor tingkat kesesuaian paling rendah dan lebih kecil dari skor rata-rata sehingga atribut ini perlu adanya perbaikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA” belum banyak dikenal dikalangan masyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Banyuwangi. Kepopuleran merek produk dodol buah jeruk siam yang masih rendah disebabkan oleh lama waktu pengembangan produk yang masih belum lama dan kurangnya keterampilan produsen dalam aspek pemasaran khususnya promosi produk.

Rata-rata tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dodol buah jeruk siam secara keseluruhan

sebesar 97,27 %. Hasil perhitungan rata-rata tingkat kesesuaian termasuk dalam kategori nilai 85 – 100 sehingga dapat dinyatakan bahwa parameter kesesuaian atribut produk dodol buah jeruk siam adalah “Sesuai”. Menurut Sukardi dan Cholidis (2006) apabila hasil perhitungan tingkat kesesuaian mendekati 100 % atau berada diatas rata-rata maka dapat dikatakan bahwa tingkat kesesuaian sudah baik. Hasil perhitungan tingkat kesesuaian dodol buah jeruk siam menunjukkan angka yang mendekati 100% sehingga dianggap telah memenuhi harapan konsumen. Tingkat kesesuaian atribut produk dodol buah jeruk siam dapat ditingkatkan menjadi lebih baik sehingga dapat mencapai kategori tingkat kesesuaian “Sangat Sesuai”. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah memperbaiki atribut produk yang memiliki tingkat kesesuaian paling rendah yaitu atribut kepopuleran merek. Perbaikan terhadap atribut produk dodol buah jeruk siam juga dapat mengacu pada hasil analisis kuadran.

4.4.2 Analisis Kuadran Dodol Buah Jeruk Siam

Analisis kuadran dilakukan dengan menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing-masing atribut. Nilai rata-rata skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja digunakan untuk menentukan pemetaan posisi masing-masing atribut pada diagram kartesius. Hasil perhitungan rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut produk dodol buah jeruk siam dapat dilihat pada **Tabel 4.5**.

Nilai rata-rata skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut pada **Tabel 4.5**. dapat digunakan untuk menentukan posisi pemetaan atribut produk dodol buah jeruk siam dalam diagram kartesius. Sumbu X merupakan skor rata-rata tingkat kinerja dan sumbu Y merupakan skor rata-rata tingkat kepentingan atribut. Hasil pemetaan atribut dapat digunakan untuk mengetahui atribut mana saja yang perlu diperbaiki maupun dipertahankan kualitasnya. Hasil pemetaan atribut produk dodol buah jeruk siam pada diagram kartesius dapat dilihat pada **Gambar 4.1**.

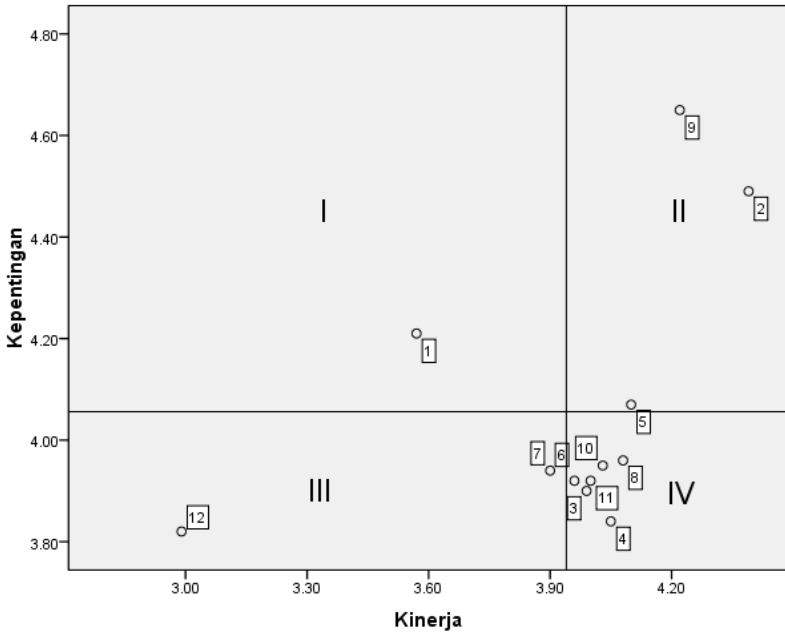
Tabel 4. 6. Rata-rata skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja

No.	Atribut	Rata-Rata Skor Tingkat Kepentingan (\bar{Y}_i)	Rata-Rata Skor Tingkat Kinerja (\bar{X}_i)
1.	Harga	4,21	3,57
2.	Rasa	4,49	4,39
3.	Bentuk Produk	3,90	3,99
4.	Tampilan Warna Produk	3,84	4,05
5.	Aroma	4,07	4,10
6.	Tekstur Produk	3,92	3,96
7.	Tingkat Kekenyalan	3,94	3,90
8.	Informasi Penggunaan Bahan Tambah Makanan	3,96	4,08
9.	Informasi Umur Simpan	4,65	4,22
10.	Bentuk Kemasan	3,95	4,03
11.	Desain Kemasan	3,92	4,00
12.	Kepopuleran Merek	3,82	2,99
Rata – Rata		4,06	3,94

Sumber : Data Primer Diolah (2019).

Diagram kartesius dodol buah jeruk siam terbagi atas empat bagian kuadran yang dibatasi oleh dua garis yang saling berpotongan tegak lurus. Berdasarkan hasil pada **Tabel 4.5.** diperoleh nilai skor rata-rata tingkat kepentingan keseluruhan atribut produk dodol buah jeruk siam adalah 4,06 dan nilai skor rata-rata tingkat kinerja dari keseluruhan atribut sebesar 3,94. Nilai skor rata-rata keseluruhan atribut digunakan sebagai titik perpotongan sumbu X dan sumbu Y sehingga membagi diagram kartesius menjadi 4 bagian kuadran seperti pada **Gambar 4.1.**





Gambar 4. 1. Diagram Kartesius Dodol Buah Jeruk Siam

Keterangan :

- 1 : Harga
- 2 : Rasa
- 3 : Bentuk produk
- 4 : Tampilan warna produk
- 5 : Aroma
- 6 : Tekstur produk
- 7 : Tingkat kekenyalan
- 8 : Informasi penggunaan bahan tambahan makanan
- 9 : Informasi umur simpan atau masa kadaluwarsa
- 10 : Bentuk kemasan
- 11 : Desain kemasan
- 12 : Kepopuleran merek

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut yang masuk pada kuadran I dinilai memiliki tingkat kepentingan yang tinggi menurut responden namun kinerjanya masih rendah. Atribut yang masuk dalam kuadran ini dianggap memiliki tingkat kepuasan konsumen yang rendah sehingga membuat konsumen kecewa dan menjadi prioritas utama pihak



UKM “CAHAYA” Kabupaten Banyuwangi untuk melakukan perbaikan terhadap kualitas produk. Atribut produk dodol buah jeruk siam yang masuk pada kuadran I adalah atribut harga.

a. Harga

Atribut harga dodol buah jeruk siam terletak pada kuadran I dengan koordinat 3,57 (sumbu X) dan 4,21 (sumbu Y). Atribut harga dianggap memiliki kinerja yang rendah dengan tingkat kepentingan yang tinggi sehingga perlu menjadi prioritas utama bagi pihak UKM “CAHAYA” Kabupaten Banyuwangi untuk melakukan perbaikan. Dodol buah jeruk siam dijual dengan harga Rp. 17.000,00 untuk kemasan 250 gram. Harga yang ditawarkan oleh pihak UKM dianggap masih terlalu mahal oleh konsumen apabila dibandingkan dengan produk yang ada di pasaran. Produk yang sering dibandingkan oleh responden penelitian terkait harga adalah produk dodol garut. Dilansir dari halaman Priceza (2020) harga produk dodol garut berkisar antara Rp. 6.500,00 – Rp. 15.000,00 lebih murah dibandingkan dodol buah jeruk siam. Selisih harga yang cukup signifikan menyebabkan konsumen menganggap harga dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA” masih terlalu mahal untuk dipasarkan lebih jauh. Konsumen beranggapan bahwa sebaiknya harga produk dodol buah jeruk siam berada di bawah harga dodol garut atau minimal keduanya memiliki nilai harga yang sama. Persaingan harga dengan produk sejenis dapat menjadi penghambat proses pemasaran dodol buah jeruk siam.

Konsumen memiliki kecenderungan membandingkan harga produk sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Penetapan harga dianggap sangat memengaruhi persepsi pelanggan. Harga murah tidak menjamin produk berkualitas dan akan laku di pasaran, akan tetapi harga yang terlalu mahal juga dapat menurunkan kepercayaan konsumen apabila *perceived value* dianggap kurang sesuai (Rahman, 2010). Keputusan pembelian konsumen pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh faktor produk dan faktor harga. Produk yang unik dan berkualitas dengan harga yang terjangkau lebih banyak menarik minat konsumen (Zulaicha dan Rusda, 2016).



Strategi yang dapat dilakukan produsen untuk memperbaiki atribut harga adalah meminimalkan biaya produksi. Biaya produksi yang dapat diminimalkan adalah biaya pembelian buah jeruk siam dan biaya pembelian kemasan. Buah jeruk siam yang digunakan dalam proses produksi dapat menggunakan kualitas buah jeruk siam yang lebih rendah dari sebelumnya, namun tetap masih bisa digunakan untuk proses pembuatan dodol buah. Harga buah jeruk siam yang digunakan sebelumnya mencapai Rp. 12.000/kg. Produsen dapat menggunakan buah jeruk siam dengan kualitas yang lebih rendah yaitu buah jeruk siam dengan kisaran harga Rp. 6.000 – Rp. 8.000/kg.

Strategi minimasi biaya juga dapat dilakukan pada biaya pembelian kemasan sekunder produk dodol buah jeruk siam. Produk dodol buah jeruk siam selama ini dikemas menggunakan kemasan sekunder berupa mika plastik kue berbentuk segi empat dengan harga Rp. 2.000/pcs. Produsen sebaiknya menggunakan kemasan sekunder berupa mika plastik biasa untuk membantu menekan biaya pembelian kemasan. Kemasan mika plastik biasa dapat dibeli dengan kisaran harga Rp. 12.000/100 pcs atau sekitar Rp. 120/pcs kemasan ukuran 5A.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang masuk pada kuadran II memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerjanya juga dinilai baik oleh responden. Pada kuadran ini atribut dianggap telah sesuai dengan harapan konsumen sehingga produsen dapat mempertahankan prestasi kinerja. Atribut produk dodol buah jeruk siam yang masuk pada kuadran ini adalah atribut rasa, aroma dan informasi umur simpan atau kedaluwarsa.

a. Rasa

Atribut rasa dodol buah jeruk siam masuk pada kuadran II dengan koordinat 4,39 (sumbu X) dan 4,49 (sumbu Y). Atribut rasa dodol buah jeruk siam dianggap sudah memenuhi harapan konsumen. Dodol buah jeruk siam memiliki rasa manis sedikit masam sehingga hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Rasa produk dodol buah jeruk siam juga dapat dipengaruhi oleh penambahan gula, air perasan jeruk nipis dan



santan. Penambahan gula pada proses pembuatan dodol menyebabkan rasa manis pada produk. Penambahan air perasan jeruk nipis berpengaruh lebih kuat dibandingkan sari buah jeruk siam terhadap cita rasa masam yang dihasilkan ketika produk telah masak. Atribut rasa dodol buah jeruk siam perlu untuk dipertahankan kualitasnya sehingga konsumen tetap merasa puas dan tertarik terhadap produk.

Menurut Nuroso (2013) penggunaan santan dalam pembuatan dodol memberikan rasa lezat dan gurih pada produk yang disebabkan oleh kandungan lemak yang cukup tinggi pada air santan. Penambahan air perasan jeruk nipis juga dianggap mempengaruhi cita rasa dodol selain penambahan santan. Menurut Hamidi (2016) penambahan air perasan jeruk nipis bertujuan untuk memperbaiki citarasa produk dodol buah jeruk siam. Jeruk nipis mempunyai citarasa masam yang khas karena kandungan asam-asam organik seperti kandungan asam sitrat. Menurut Shresta et all (2012) jumlah komponen asam organik jeruk nipis berupa asam sitrat bervariasi berkisar antara 5% - 7,5%.

b. Aroma

Atribut aroma masuk ke dalam kuadran III dengan koordinat 4,10 (sumbu X) dan 4,07 (sumbu Y). Aroma dodol buah jeruk siam beraroma khas aroma masam dari buah jeruk. Cita rasa aroma dodol buah jeruk siam dipengaruhi oleh penambahan air perasan jeruk nipis. Proses pembuatan dodol buah jeruk siam menggunakan tambahan air perasan jeruk nipis sebanyak +/- 30 ml atau 3 % per 1 kg adonan dodol buah jeruk siam. Aroma produk dodol buah jeruk siam telah mencapai harapan konsumen sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk. Hal ini menjadi poin tambah bagi produk sehingga atribut aroma produk dinilai memiliki kinerja yang tinggi dan sangat penting dipertahankan oleh produsen.

Menurut Simatupang dkk (2016) aroma memiliki peranan dalam menentukan kelezatan produk. Peningkatan aroma selama proses pemasakan dapat disebabkan oleh beberapa komponen seperti senyawa volatile pada bahan, karamelisasi gula maupun penggunaan tepung beras ketan. Senyawa volatile



yang secara alami terdapat pada buah-buahan dapat memberikan aroma yang khas pada produk. Menurut Lawal et all (2014) jeruk nipis memiliki karakteristik ukuran buah yang lebih kecil dengan kandungan asam yang tinggi dan aroma yang kuat. Hasil penelitian Li-Yun et all (2019) menunjukkan bahwa hasil ekstraksi minyak atsiri jeruk nipis terdapat 60 komponen senyawa volatil yang secara luas dapat digunakan sebagai bahan aditif alami untuk meningkatkan evaluasi sensorik produk makanan dan minuman. Menurut Hamidi dkk (2016) aroma khas sari jeruk nipis dapat digunakan untuk menutupi timbulnya aroma langu sehingga dapat menjadi pewangi atau penyegar pada produk makanan maupun minuman. Semakin banyak penambahan sari jeruk nipis menimbulkan aroma yang lebih kuat.

c. Informasi umur simpan atau kedaluwarsa

Atribut informasi umur simpan atau kedaluwarsa masuk pada kuadran II dengan posisi koordinat 4,22 (sumbu x) dan 4,65 (sumbu Y). Atribut informasi umur simpan atau kedaluwarsa terkait dengan kejelasan informasi kedaluwarsa produk yang dicantumkan pada kemasan produk. Atribut informasi umur simpan atau kedaluwarsa dodol buah jeruk siam dianggap telah memenuhi harapan konsumen. Pencantuman informasi umur simpan atau kedaluwarsa sebagai bentuk perlindungan konsumen terhadap produk dodol buah jeruk siam sehingga sangat penting untuk dipertahankan oleh produsen.

Produk dodol buah jeruk siam tanpa menggunakan tambahan bahan pengawet dapat bertahan pada umur simpan kurang dari 3 minggu. Penambahan natrium benzoat bertujuan untuk meningkatkan umur simpan produk. Produk dodol buah jeruk siam dapat bertahan pada umur simpan sampai waktu 3 bulan lamanya apabila ditambahkan natrium benzoat. Informasi umur simpan atau kedaluwarsa produk dodol buah jeruk siam telah dicantumkan secara jelas pada bagian label kemasan sekunder produk.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) label pangan pada kemasan bertujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas tentang setiap produk pangan yang dikemas salah satunya adalah informasi umur simpan atau kedaluwarsa. Menurut



Ningrum (2015) penulisan masa kedaluwarsa dapat menggunakan “*use by date*” yakni digunakan bagi pangan yang masa simpan nya kurang dari 6 – 8 minggu yang wajib mencantumkan secara lengkap tanggal, bulan dan tahun, sedangkan penggunaan “*best before*” digunakan bagi produk pangan yang memiliki umur simpan mencapai 3 – 18 bulan dan cukup mencantumkan bulan dan tahun dalam penulisannya. Pencantuman informasi kedaluwarsa secara jelas pada kemasan makanan atau minuman bersifat wajib.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut yang masuk pada kuadran III memiliki tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang dinilai rendah oleh responden. Atribut yang masuk dalam kuadran ini dianggap memberikan manfaat atau pengaruh yang kecil sehingga dapat dipertimbangkan kembali jika ingin diperbaiki. Atribut yang menempati kuadran ini dapat menjadi prioritas kedua untuk diperbaiki oleh produsen. Atribut produk dodol buah jeruk siam yang masuk pada kuadran III adalah atribut tingkat kekenyalan dan kepopuleran merek.

a. Tingkat kekenyalan

Atribut tingkat kekenyalan menempati kuadran III dengan koordinat 3,90 (sumbu x) dan 3,94 (sumbu Y). Atribut tingkat kekenyalan dianggap memiliki kinerja yang masih rendah dan memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Dodol buah jeruk siam memiliki tingkat kekenyalan yang dianggap masih kurang. Dodol buah jeruk siam masih sedikit lengket dengan kemasan primer produk. Tingkat kekenyalan produk dodol buah jeruk siam dapat dipengaruhi oleh komposisi bahan baku. Penggunaan komposisi bahan yang kurang pas mengakibatkan tingkat kekenyalan produk kurang baik sehingga produk cenderung lembek dan produsen akan mengalami kesulitan pada proses pengemasan produk. Hal ini mengakibatkan atribut dinilai memiliki tingkat kinerja yang rendah oleh konsumen. Atribut tingkat kekenyalan dapat dipertimbangkan untuk dilakukan perbaikan kedepannya oleh produsen sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dodol buah jeruk siam. Peningkatan kinerja atribut diharapkan



dapat mendukung atribut-atribut lainnya dalam mencapai harapan dan kepuasan konsumen.

Tingkat kekenyalan produk dodol buah dapat dipengaruhi oleh kandungan kadar air bahan. Menurut Simatupang dkk (2016) semakin meningkat kadar air bahan maka semakin banyak air yang dapat diserap oleh granula pati selama proses pemasakan dan menyebabkan produk menjadi kenyal. Proses pemasakan dodol buah jeruk siam menggunakan sari buah jeruk siam dan air santan sehingga kadar air pada bahan lebih tinggi. Menurut Lukito dkk (2017) penambahan tepung dalam adonan juga berpengaruh terhadap tingkat kekenyalan produk. Semakin tinggi rasio penambahan tepung menyebabkan hasil akhir dodol menjadi kenyal dan keras.

Strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan perbaikan atribut tingkat kekenyalan produk adalah memperhatikan penambahan santan pada adonan mentah dodol buah jeruk siam. Proses pembuatan dodol buah jeruk siam menggunakan 1,5 liter air santan dan sari jeruk siam sejumlah +/- 1 liter. Penggunaan air santan pada proses pembuatan dodol buah jeruk siam sebaiknya menggunakan santan yang kental sehingga tidak membutuhkan banyak air untuk membuat santan. Santan kelapa dapat dimasak terlebih dahulu sehingga diperoleh santan kanil. Hal ini dilakukan untuk mengurangi kadar air pada adonan mentah dodol buah jeruk siam sehingga diperoleh tingkat kekenyalan produk yang lebih baik dari sebelumnya.

Produsen dodol buah jeruk siam juga perlu memahami karakteristik fisik dodol buah jeruk siam yang telah masak sehingga diperoleh produk yang masak sempurna dan tingkat kekenyalan yang baik. Dodol buah jeruk siam yang belum masak dengan maksimal juga menyebabkan tingkat kekenyalan produk kurang baik sehingga dodol yang dihasilkan lembek, belum terlalu kenyal dan menyulitkan proses pengemasan produk. Karakteristik produk yang telah masak adalah produk tidak lengket ketika disentuh dengan menggunakan tangan. Menurut Ratnawati and Mayasti (2019) dodol yang berkualitas baik memiliki tekstur padat, tidak lengket, permukaan mengkilap, bearoma khas dan tidak tengik.



b. Kepopuleran merek

Atribut kepopuleran merek menempati kuadran III dengan koordinat 2,99 (sumbu X) dan 3,82 (sumbu Y). Atribut kepopuleran merek juga dianggap memiliki tingkat kinerja yang rendah selain atribut tingkat kekenyalan. Produk dodol buah jeruk siam memiliki tingkat kepopuleran merek yang masih rendah dan masih belum banyak dikenal oleh masyarakat. Pemasaran yang masih kurang maksimal menyebabkan kepopuleran merek yang masih rendah. Pihak UKM “CAHAYA” masih belum melakukan kegiatan promosi secara maksimal. Promosi produk selama ini dilakukan dengan cara penyampaian produk dari mulut ke mulut, kegiatan desa, maupun even-even lain seperti pameran kedinasan dan studi banding desa. Penguatan merek dodol buah jeruk siam berperan penting dalam menunjang aspek pemasaran produk.

Atribut merek memiliki peranan penting untuk memberikan citra positif terhadap konsumen. Konsumen cenderung memiliki tingkat loyalitas dan kepercayaan lebih terhadap produk dengan merek yang terkenal di pasaran. Produk dengan merek yang terkenal dianggap memiliki kualitas yang lebih baik dan informasi yang lebih lengkap dibandingkan produk lain yang tanpa merek (Chakti, 2019). Merek berperan dalam membantu konsumen mengenali produk dan apa yang dapat dilakukan oleh produk sehingga produk dapat dianggap berbeda dengan produk sejenis yang ada di pasaran (Sari, 2017). Rendahnya kepopuleran merek produk dikalangan masyarakat Kabupaten Banyuwangi mengakibatkan atribut dinilai masih memiliki kinerja dan tingkat kepentingan yang rendah. Akan tetapi, atribut ini dapat dipertimbangkan untuk dilakukan perbaikan sehingga dapat menunjang proses pemasaran produk kedepannya.

Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja atribut kepopuleran merek adalah melakukan kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah promosi produk pada media sosial seperti Whatsapp, Instagram dan Facebook. Penggunaan media sosial dinilai lebih mudah dioperasikan dan tidak menimbulkan beban biaya tambahan. Promosi produk melalui media sosial dapat menjadi solusi untuk memperluas jaringan pemasaran sehingga merek produk dapat lebih dikenal



oleh masyarakat. UKM “CAHAYA” juga perlu untuk membentuk tim pemasaran yang bertugas memperbarui informasi produk pada media sosial sehingga kegiatan promosi dapat terus aktif dan memudahkan konsumen untuk memperoleh informasi terbaru berkaitan dengan produk. Menurut Warnadi dan Aris (2019) kegiatan promosi dapat menjadi media bagi konsumen untuk memahami produk yang ada di pasaran. Kegiatan promosi memiliki dampak positif terhadap peningkatan penjualan, citra produk dan menumbuhkan persepsi pelanggan.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut yang masuk pada kuadran IV dinilai memiliki tingkat kepentingan yang rendah menurut responden namun memiliki kinerja yang dinilai baik sehingga dianggap berlebihan oleh responden. Atribut yang menempati kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen. Atribut produk dodol buah jeruk siam yang masuk dalam kuadran IV adalah atribut bentuk produk, tampilan warna produk, tekstur produk, informasi penggunaan bahan tambahan pangan, bentuk kemasan dan desain kemasan.

a. Bentuk Produk

Atribut bentuk produk menempati kuadran IV dengan posisi koordinat 3,99 (sumbu X) dan 3,90 (sumbu Y). Produk dodol buah jeruk siam memiliki bentuk yang sudah sesuai dengan harapan konsumen sehingga diperoleh tingkat kinerja atribut yang tinggi. Penilaian konsumen terhadap suatu produk dapat didasarkan pada tampilan fisik produk. Konsumen memiliki kecenderungan untuk memperhatikan tampilan fisik sebelum memperhatikan aspek lain pada produk. Dodol buah jeruk siam berbentuk adonan yang kenyal dan dikemas dengan bentuk bulat memanjang sebagaimana bentuk dodol pada umumnya. Bentuk dodol buah jeruk siam dapat dilihat pada **Gambar 4.2**. Bentuk produk dodol buah jeruk siam telah dinilai baik oleh konsumen sehingga tidak membutuhkan perbaikan.

Menurut Ratnawati and Mayasti (2019) dodol merupakan olahan pangan yang terbuat dari campuran tepung beras ketan, gula dan santan yang direbus sampai menjadi kenyal, berminyak



dan tidak lengket. Adonan dodol berubah menjadi pasta yang padat, kenyal dan bisa diiris setelah didinginkan. Menurut Kusuma dkk (2017) salah satu parameter fisik yang berperan penting dalam pengawasan mutu adalah bentuk produk. Bentuk menjadi salah satu sifat khusus yang dimiliki sebuah produk dan menjadi dasar penting penentuan identitas produk. Produk dodol berdasarkan bentuk komoditas termasuk dalam golongan olahan pangan berbentuk adonan.



Gambar 4. 2. Tampilan Bentuk Produk Dodol Buah Jeruk Siam

b. Tampilan Warna Produk

Atribut tampilan warna produk menempati kuadran IV dengan posisi koordinat 4,05 (sumbu X) dan 3,84 (sumbu Y). Atribut tampilan warna memiliki tingkat kinerja yang tinggi dengan tingkat kepentingan yang rendah. Produk dodol buah jeruk siam memiliki warna kuning kecokelatan tanpa penambahan pewarna buatan. Warna dodol buah jeruk siam dianggap sudah baik dan sudah sesuai dengan harapan konsumen. Pembentukan warna dodol buah jeruk siam dipengaruhi oleh proses karamelisasi gula yang ditambahkan pada adonan dodol.

Menurut Tamanna and Niaz (2015) reaksi maillard atau reaksi pencokelatan nonenzimatik terjadi akibat reaksi antara asam amino dan gula pereduksi pada suhu tinggi sehingga menghasilkan rasa dan warna cokelat yang berbeda. Menurut Lukito (2017) suhu pemasakan selama proses pemasakan dodol



mengakibatkan terjadinya reaksi *mailard* dan karamelisasi dari gula yang dicampurkan pada bahan sehingga menyebabkan perubahan warna menjadi lebih coklat. Menurut Nasarrudin dkk (2012) semakin meningkat jumlah penambahan gula menyebabkan warna dodol menjadi coklat kehitaman dan tekstur menjadi keras.

c. Tekstur Produk

Atribut tekstur produk masuk kuadran IV dengan posisi koordinat 3,96 (sumbu X) dan 3,92 (sumbu Y). Atribut tekstur produk dodol buah jeruk siam dinilai memiliki tingkat kinerja yang tinggi dan telah memenuhi harapan konsumen. Produk dodol buah jeruk siam memiliki tekstur yang lembut, tidak keras dan tidak lengket apabila disentuh menggunakan tangan. Pembentukan tekstur dodol buah jeruk siam dipengaruhi oleh penambahan tepung ketan putih yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan produk.

Menurut Suprapti (2005) dodol dapat dibuat dengan bahan baku berupa tepung ketan maupun tepung ketan hitam. Dodol berbahan tepung ketan putih memiliki hasil akhir lebih keras, sedangkan dodol berbahan tepung ketan hitam memiliki tekstur berserat. Menurut Amagliani dkk (2016) komposisi utama tepung beras ketan yaitu karbohidrat yang 90 persen nya merupakan pati yang didominasi oleh kandungan amilopektin. Menurut Hanggara dkk (2016) kadar amilopektin yang tinggi mengakibatkan tepung beras ketan putih sangat mudah mengalami proses gelatinisasi. Penggunaan tepung beras ketan putih memberi sifat kental sehingga dapat membentuk tekstur dodol menjadi lebih elastis dan tidak lengket saat disentuh.

d. Informasi Penggunaan Bahan Tambahan Pangan

Atribut masuk kuadran IV dengan posisi koordinat 4,08 (sumbu X) dan 3,96 (sumbu Y). Produk dodol buah jeruk siam produksi UKM "CAHAYA" Kabupaten Banyuwangi telah mencantumkan secara jelas informasi bahan tambahan pangan pada kemasan sehingga dianggap telah sesuai dengan harapan konsumen dan dinilai memiliki kinerja yang tinggi. Bahan tambahan pangan yang digunakan dalam proses produksi adalah



pengawet buatan berupa natrium benzoat dan air perasan jeruk nipis. Bahan tambahan pangan seperti natrium benzoat sengaja ditambahkan dengan tujuan untuk dapat mempertahankan kesegaran, cita rasa dan menambah umur simpan produk. Penggunaan natrium benzoate yang diizinkan sebagaimana yang dikutip oleh Hesti dkk (2016), telah diatur oleh BPOM No.36 tahun 2013 tentang batas maksimum penggunaan BTP pengawet yaitu 1000 ppm atau 1 gram per kg.

Pencantuman jenis bahan pengawet yang ditambahkan dalam produk dodol buah jeruk siam telah dituliskan secara jelas dalam penulisan komposisi produk. Informasi bahan tambahan pangan menurut beberapa responden kurang penting untuk dicantumkan pada kemasan karena dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Akan tetapi sebagian besar responden lainnya menyatakan hal tersebut sangat penting untuk dicantumkan pada kemasan sebagai informasi tambahan bagi konsumen.

Strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi hal tersebut adalah mencantumkan kadar penggunaan bahan pengawet yang digunakan dalam produksi dodol buah jeruk siam pada kemasan sekunder produk. Penggunaan bahan pengawet yang digunakan oleh UKM "CAHAYA" pada proses produksi dodol buah jeruk siam tetap pada kadar yang diizinkan. Menurut Musyoka et all (2018) penggunaan bahan pengawet natrium benzoat pada produk makanan dapat digunakan untuk menghentikan atau mencegah pertumbuhan mikroba. Penggunaan natrium benzoat yang diizinkan dalam produk makanan adalah kadar 0,1%. Jumlah penambahan natrium benzoate pada proses pembuatan dodol buah jeruk siam produksi UKM "CAHAYA" menggunakan 0,4 gram.

e. Bentuk Kemasan

Atribut bentuk kemasan masuk kuadran IV pada koordinat 4,03 (sumbu x) dan 3,95 (sumbu Y). Atribut bentuk kemasan produk dodol buah jeruk siam telah dinilai baik dan memenuhi harapan konsumen. Menurut Mufreni (2016) kemasan menjadi hal yang paling penting sebelum konsumen memutuskan pembelian terhadap suatu produk. Kemasan yang menarik



secara visual dianggap memberikan citra yang baik terhadap produk. Menurut Evanita & Okki (2017) fungsi kemasan selain sebagai perlindungan produk juga digunakan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen ketika membawa produk maupun mengonsumsi produk. Produk dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA” dikemas dengan dua macam bentuk kemasan yaitu kemasan primer dan kemasan sekunder.

Kemasan primer dodol buah jeruk siam berupa plastik tipis transparan yang dilengkapi dengan perekat di bagian tepi plastik. Kemasan jenis plastik memiliki kelebihan berupa harga yang terjangkau, mudah diperoleh disekitar tempat produksi dan lebih fleksibel ketika digunakan sehingga memudahkan proses pengemasan dodol. Kemasan sekunder dodol buah jeruk siam terbuat dari kemasan plastik mika kue berbentuk segi empat. Kemasan sekunder yang digunakan untuk mengemas produk diperoleh dengan memesan secara online kemasan dari luar kota sehingga produsen membutuhkan biaya lebih banyak dan waktu untuk memperoleh kemasan tersebut. Penggunaan kemasan sekunder memiliki kelemahan yaitu produsen tidak dapat dengan mudah menemukan kemasan tersebut disekitar lokasi produksi apabila dibutuhkan dalam kondisi yang mendesak. Bentuk kemasan sekunder dianggap memiliki kinerja yang masih berlebihan. Penggunaan bentuk kemasan sekunder tersebut dianggap terlalu mewah dan kurang sesuai untuk mengemas produk dodol buah jeruk siam.

Strategi yang dapat dilakukan adalah menggunakan kemasan mika plastik biasa berbentuk segi empat sebagai kemasan sekunder produk dodol buah jeruk siam. Penggunaan kemasan mika plastik biasa memiliki kelebihan yaitu kemasan ini lebih mudah diperoleh di sekitar lokasi produksi dan dari sisi harga juga lebih murah dibandingkan kemasan plastik mika kue. Penggunaan kemasan mika plastik biasa juga dapat menjadi salah satu alternatif untuk dapat menekan harga produk dodol buah jeruk siam.



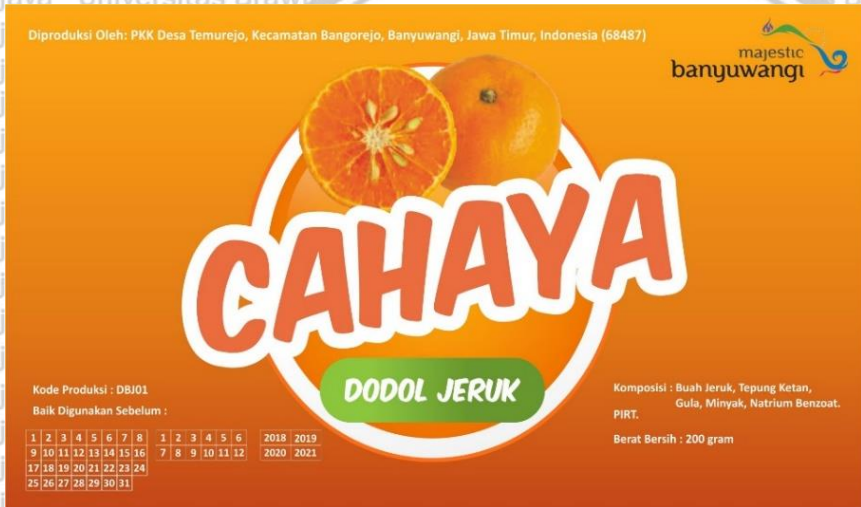


Gambar 4 3. Bentuk Kemasan Sekunder Produk Dodol Buah Jeruk Siam

f. Desain Kemasan

Atribut desain kemasan masuk kuadran IV pada koordinat 4,00 (sumbu X) dan 3,92 (sumbu Y). Atribut desain kemasan produk dodol telah dinilai baik oleh konsumen. Konsumen menilai desain kemasan dodol buah jeruk sudah sangat baik. Desain kemasan produk juga menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen sehingga konsumen merasa tertarik terhadap produk. Desain kemasan sekunder produk dodol buah jeruk siam membawa unsur warna khas buah jeruk sehingga didominasi oleh warna kuning dan orange. Pemilihan jenis dan ukuran font pada desain kemasan juga dianggap sudah baik dan dapat dibaca dengan jelas oleh konsumen.

Menurut Sekarlaranti (2013) elemen grafis kemasan terdiri atas empat hal yaitu warna, tipografi, bentuk grafis dan gambar. Elemen warna dan tipografi memiliki peranan paling penting diantara dua elemen lainnya. Penentuan elemen tipografi meliputi ukuran dan jenis font sangat terkait dengan kejelasan informasi yang disampaikan melalui kemasan produk. Menurut Nugrahani (2015) pemilihan warna pada kemasan memiliki dampak psikologis yang berbeda. Produk yang memiliki karakter warna yang kuat memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap persepsi konsumen dan menjadi ciri pembeda dengan produk yang lainnya.



Gambar 4.4. Desain Label pada Kemasan Sekunder

4.5 Hasil Analisis Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh terhadap atribut produk dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA”. Perhitungan nilai CSI menggunakan skor tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing - masing atribut. Hasil perhitungan nilai CSI dodol buah jeruk siam dapat dilihat pada **Tabel 4.6.**

Berdasarkan **Tabel 4.6.** diperoleh nilai indeks kepuasan konsumen produk dodol buah jeruk siam adalah 79 %. Nilai indeks kepuasan konsumen dodol buah jeruk siam masuk dalam rentang skala 66 – 80 dan termasuk dalam kategori “Puas”. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas terhadap kualitas produk dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA”. Menurut Widodo dan Joko (2018) hasil dari metode CSI dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan pertimbangan untuk melakukan evaluasi dan perbaikan atribut-atribut produk yang masih dianggap kurang.

Tabel 4. 7. Hasil perhitungan CSI produk dodol buah jeruk siam

No.	Atribut	MIS	MSS	WFi	WSi
1.	Harga	4,21	3,57	0,087	0,309
2.	Rasa	4,49	4,39	0,092	0,405
3.	Bentuk Produk	3,9	3,99	0,080	0,320
4.	Tampilan Warna Produk	3,84	4,05	0,079	0,320
5.	Aroma	4,07	4,10	0,084	0,343
6.	Tekstur Produk	3,92	3,96	0,081	0,319
7.	Tingkat Kekenyalan	3,94	3,90	0,081	0,316
8.	Informasi Penggunaan Bahan Tambahan Makanan	3,96	4,08	0,081	0,332
9.	Informasi Umur Simpan Atau Masa Kadaluwarsa	4,65	4,22	0,096	0,403
10.	Bentuk Kemasan	3,95	4,03	0,081	0,327
11.	Desain Kemasan	3,92	4,00	0,081	0,322
12.	Kepopuleran Merek	3,82	2,99	0,078	0,235
Jumlah Total		48,67	47,28	1,000	3,950
CSI = (Weighted Score Total : 5) X 100% = 78,993 % ≈ 79 %					

Sumber : Data Primer Diolah (2019).

Nilai indeks kepuasan yang diperoleh dalam penelitian masih belum mencapai 100% sehingga UKM “CAHAYA” perlu melakukan perbaikan terhadap atribut produk dodol buah jeruk siam. Perbaikan atribut produk diharapkan dapat meningkatkan indeks kepuasan konsumen sampai pada skala “Sangat Puas” yaitu kategori nilai CSI 81 - 100. Perbaikan produk dapat dilakukan dengan mengacu pada hasil analisis kuadran pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Atribut produk yang perlu untuk dilakukan perbaikan adalah atribut yang masuk pada kudarannya I atau prioritas utama yaitu atribut harga. Atribut yang dapat menjadi prioritas kedua untuk dilakukan perbaikan adalah atribut yang masuk pada kuadran III yaitu atribut tingkat kekenyalan dan atribut kepopuleran merek. Atribut yang masih dianggap berlebihan sehingga perlu untuk diperbaiki adalah atribut yang masuk pada kuadran IV yaitu atribut informasi penggunaan bahan tambahan makanan dan atribut bentuk kemasan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA) diperoleh hasil pemetaan produk dalam masing-masing kuadran. Atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan oleh produsen adalah atribut yang masuk pada kuadran I yaitu atribut harga. Atribut dodol buah jeruk siam yang harus dipertahankan oleh produsen adalah atribut yang masuk pada kuadran II yaitu atribut rasa, aroma dan informasi umur simpan atau kedaluwarsa. Atribut yang dapat menjadi prioritas kedua untuk dilakukan perbaikan adalah atribut yang masuk pada kuadran III yaitu atribut tingkat kekenyalan dan atribut kepopuleran merek. Atribut yang masuk pada kuadran IV adalah atribut bentuk produk, warna produk, tekstur produk, informasi penggunaan bahan tambahan pangan, bentuk kemasan dan atribut desain kemasan.

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dodol buah jeruk siam diperoleh nilai 79 %. Nilai indeks kepuasan produk dodol buah jeruk siam masuk dalam rentang skala 66 – 80 menunjukkan bahwa nilai masuk dalam kriteria “Puas” atau secara keseluruhan menunjukkan bahwa konsumen telah merasa puas terhadap produk.

5.2 Saran

1. UKM “CAHAYA” Kabupaten Banyuwangi perlu untuk melakukan perbaikan terhadap atribut-atribut yang dinilai masih kurang oleh responden. Perbaikan atribut diharapkan dapat mencapai kepuasan konsumen dan membantu proses pemasaran produk.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah perlu melakukan analisis terhadap atribut-atribut lain yang tercantum dalam produk seperti kandungan gizi, manfaat, variasi produk, proses pemasaran produk dan pelayanan di UKM “CAHAYA” Kabupaten Banyuwangi sehingga diperoleh analisis yang dapat digunakan untuk menunjang perbaikan produk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman and Mehmet F. 2015. **Effects of Brand on Consumer Preferences: A Study in Turkmenistan.** *Eurasian Journal of Business and Economics* 2015, 8(16): 139-150

Aji, A.S. dan Marleni, N.N.N. 2018. **Survei Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Balikpapan.** UNIMMA Press. Magelang

Amagliani L., Jonathan O., Alan L.K., dan James A.O. 2016. **Chemistry, Structure, Functionality and Applications of Rice Starch.** *Journal Cereal Science*, 70: 291-300

Anggraini L.D., Deoranto, P. dan Ikasari, D.M. 2015. **Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index.** *Jurnal Industri*, 4(2): 74 – 81

Arifiyanti, N., Lukman M.B., dan Burhanuddin. 2016. **Performance of Rice Farmer Group in Flood Area Bengawan Solo Watershed Bojonegoro Regency.** *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 5(11): 21-27

Aritonang, R. L. 2005. **Kepuasan Pelanggan.** PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi. 2018. **Kabupaten Banyuwangi Dalam Angka 2018.** Kabupaten Banyuwangi

Bennion, M. and Scheule, B. 2004. **Introductory Foods (12th ed.).** Pearson prentice Hall. New York

Breitenbach, R., et all. 2017. **Perception of Performance and Importance To Consumers Agro-Industry of Family Companies in The Northern Region of Rio Grande Do Sul State.** *Ciência Rural*, 47(5): 1-7



Bhise, V.D. 2014. **Designing Complex Products With Systems Engineering Process and Techniques**. CRC Press. London

Breemer, R., Febby J. P. dan Corneles R. 2010. **Pengaruh Konsentrasi Tepung Beras Ketan Terhadap Mutu Dodol Pala**. Jurnal Budidaya Pertanian, 6(1): 17-20

Budiaji, W. 2013. **Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert**. Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan, 2(2): 127-133

Chakti, A.G.R. 2019. **Langkah Membangun Merek/Branding Bisnis**. Celebes Media Perkasa Perkasa. Makassar

Curatman, A. 2010. **Teori Ekonomi Makro**. Swagati Press. Yogyakarta

Darmadi, H. 2019. **Pengantar Pendidikan Era Globalisasi**. An1mage. Banten

Damanik, A. P., Retno A. dan Rizky L.R.S. 2014. **Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) di Coffee Story Malang**. Jurusan Teknologi Industri Pertanian. Universitas Brawijaya.

Detikfood. 2017. **Survei : 92 Persen Kaum Millennial Lebih Sering Ngemil Dibandingkan Makan**. Diakses dari : <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3442925/survei-92-persen-kaum-millennial-lebih-sering-ngemil-dibandingkan-makan> pada tanggal 20 Januari 2020

Devani, V. dan Rizki A.R. 2016. **Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)**. Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi , 2(2) : 24-29



Dharmawan, A. 2014. **Rancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa dengan Metode Servqual, Importance Performance Analysis, dan Quality Function Deployment pada Plasa Telkom Cabang Dinoyo Surabaya.** Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, 7(3): 207 – 224

Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi. 2018. **Data Pertanian, Perkebunan dan Peternakan.** Diakses dari : <https://www.banyuwangikab.go.id/profil/pertanian.html> pada tanggal 20 November 2019

Durianto, A., Sugiarto dan Lie J.K. 2004. **Brand Equity Ten : Strategi Memimpin Pasar.** PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Endra, F. 2017. **Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis).** Zifatama Jawara. Sidoarjo

Evanita, S. dan Okki T. 2017. **Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Makanan Ringan Tradisional pada Remaja di Perkotaan Sumatera Barat.** Economic, 1(2): 7 – 11

Farida, N. 2016. **Pengaruh Kualitas Bahan Baku Terhadap Kualitas Hasil Produksi (Studi pada CV Mebel Bima Karya Kabupaten Blitar).** Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Ekonomi, 9(2): 19 – 26

Firmansyah, A. 2018. **Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran).** Deepublish. Yogyakarta

Firmansyah, A. 2019. **Pemasaran Produk dan Merek.** Qiara Media. Pasuruan

Fitriah, M. 2018. **Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual.** Deepublish. Yogyakarta



Hamidi, F. Raswen E., dan Faizah H. 2016. **Penambahan Sari Jeruk Nipis (*Citrus aurantifolia*) Terhadap Mutu Sirup Buah Kundur (*Benincasa hispida*)**. Jom Faperta UR, 3(2): 1 - 15

Hanggara, H., Sussi A. dan Sri S. 2016. **Pengaruh Formulasi Pasta Labu Kuning dan Tepung Beras Ketan Putih Terhadap Sifat Kimia dan Sensori Dodol**. Jurnal Teknologi Industri & Hasil Pertanian, 21(1): 13 – 27

Haryanto, I. dan Wiryanta. 2018. **Studi Kasus Perencanaan Sistem dan Teknik Transportasi Udara di Indonesia**. Gajah Mada University Press. Yogyakarta

Hesti, M. Zakir M., dan Hermanto. 2016. **Analisis Kandungan Zat Pengawet Natrium Benzoat pada Sirup Kemasan Botol yang Diperdagangkan di Mall Mandonga Dan Hypermart Lippo Plaza Kota Kendari**. Jurnal Sains Dan teknologi pangan, 1(1): 51-57

Hoetoro, A. 2017. **Ekonomika Industri Kecil**. UB Press. Malang

Indrajaya, D. 2018. **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index* pada UKM Gallery**. Jurnal IKRA-ITH Teknologi, 2(3): 1 - 6

Ismail, F. 2018. **Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial- Edisi Pertama**. Prenadamedia. Jakarta

Julianti, E. dan M. Nurminah. 2006. **Buku Ajar Teknologi Pengemasan**. Universitas Sumatera Utara Press. Medan

Julianti, S. 2014. ***The Art of Packaging***. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Kusuma, T., S., dkk. 2017. **Pengawasan Mutu Makanan**. Universitas Brawijaya Press. Malang



Kemp SE, Hollowood T, and Hort J. 2009. **Sensory Evaluation: A Practical Handbook**. Wiley Blackwell, United Kingdom

Kotler, P. dan Keller. 2007. **Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2**. Pearson Education, Inc. Jakarta

Kotler, P. dan Armstrong, Gary. 2012. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Erlangga. Jakarta

Kwon, J. and Taerin C. 2018. **Importance-Performance Analysis (IPA) of Service Quality for Virtual Reality Golf Center**. *International Journal of Marketing Studies*, 10(3): 30 - 40

Lawal, O.A., Isiaka A. O., Moses S. O., Abdullatif O. G.-A., Adeleke A. K., Fausat A. A., Adetayo A. S. and Andy R. O. 2014. **Comparative analysis of essential oils of *Citrus aurantifolia* Swingle and *Citrus reticulata* Blanco, from two different localities of Lagos State, Nigeria**. *American Journal of Essential Oils and Natural Products*, 2(2): 08-12

Li-Yun L., Cheng-Hung C., Hsin-Chun C. and Kai-Min Y. 2019. **Lime (*Citrus aurantifolia* (Christm.) Swingle) Essential Oils: Volatile Compounds, Antioxidant Capacity, and Hypolipidemic Effect**. *Food*, 8(398): 1 - 11

Lukito, M.S., Giyarto dan Jayus. 2017. **Sifat Fisik, Kimia dan Organoleptik Dodol Hasil Variasi Rasio Tomat dan Tepung Rumput Laut**. *Jurnal Agroteknologi*, 11(1): 82 – 95

Mahardika, S.A.T., Imam S., dan Rizky L.R.S. 2015. **Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Susu Pasteurisasi KOP SAE Pujon (Studi Kasus pada Koperasi KOP SAE Pujon)**. *Jurnal Industria*, 4(1): 10 – 20

Mamik. 2015. **Metodologi Kualitatif**. Zifatama. Sidoarjo

Margaretha F.S. dan Edwin J. 2012. **Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan**



Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo.
Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(1): 1-6

Maulana, Z., Andi T.F., dan Zulkifli R. 2016. **Peningkatan Diversifikasi dan Kualitas Olahan Buah Naga.** Jurnal Ecosystem, 16(3): 464 – 476

Ma'ruf, H. 2006. **Pemasaran Ritel.** PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Midayanto, D., dan Yuwono, S. 2014. **Penentuan Atribut Mutu Tekstur Tahu untuk Direkomendasikan Sebagai Syarat Tambahan Dalam Standar Nasional Indonesia.** Jurnal Pangan dan Agroindustri, 2(4): 259-267

Mufreni, A.N. 2016. **Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha).** Jurnal Ekonomi Manajemen, 2(2): 48-54

Mulyono, F. 2012. **Faktor Demografis dalam Perilaku Pembelian Impulsif.** Jurnal Administrasi Bisnis, 8(1): 88-105

Musyoka, J.N., George O.A., Daniel M.M., Richard F., Jan L., Simon H. and Tawanda M. 2018. **Effects of Acidification and Preservatives on Microbial Growth during Storage of Orange Fleshed Sweet Potato Puree.** International Journal of Food Science, 1 - 11

Mutiawati, C., Fitrika M.S., Rennu A. dan Azmeri. 2019. **Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya.** Deepublish. Yogyakarta

Nasaruddin N.L., ChinY.A., and Yusof. 2012. **Effect of Processing on Instrumental Textural Properties of Traditional Dodol Using Back Extrusion.** International Journal Food Processing, 15(3): 495–506



Neolaka, A. dan Grace A.A.N. 2017. **Landasan Pendidikan : Dasar Pengenalan Diri Sendiri Menuju Perubahan Hidup**. Kencana. Depok

Ningrum, A.K. 2015. **Pengetahuan Label Kemasan**. Gunung Samudera. Malang

Novandari, W., Sri M.S. dan Siti Z.W. 2011. **Analisis Kinerja Produk Ukm Batik Banyumas dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain Of Customer Value's* (PGCV)**. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), 18(2): 104 – 113

Nugraha, R., Ambar H., dan Hari A. 2014. **Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil *Matrix Importance Performance Analysis* (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang)**. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, 3(1): 221 – 231

Nugrahani, R. 2015. **Peran Desain Grafis pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM**. Imajinasi : Jurnal Seni, 9(2): 127 – 136

Nurmalasari. 2014. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Akademi Kebidanan Aisiyyah Pontianak**. Jurnal Khatulistiwa Informatika, 2(2): 184 – 197

Nuroso, A. 2013. **Pembuatan Dodol Susu**. Jurnal Teknologi Pertanian, 2(2): 12 - 17

Nusa, M.I., Misril F. dan Winda A.P.P. 2012. **Studi Pembuatan Dodol Pisang (*Musa paradisiaca L*)**. Agrium, 17(3): 227 – 235

Pitaloka, E., Ernie T.S., Hilmiana and Wa Ode Z. 2018. **The Use Of Importance-Performance Analysis (IPA) In Evaluating Corporate University Performance In**



Indonesia Soe. *International Journal of Business, Economics and Law*, 15(5): 81 - 86

Prasetyadi, C.W. 2017. **Komunikasi Penjualan.** PT Elex Media Komputindo. Jakarta

Priceza. 2020. **Harga Dodol Garut.** Diakses dari : <https://www.priceza.co.id/s/harga/dodol-garut> pada tanggal 21 Januari 2020

Putri, A.Y. 2015. **Faktor-Faktor yang Berpengaruh dengan Pola Konsumsi Makan pada Siswa Madrasah Ibtidaiyah Unwanul Huda di Jakarta Selatan Tahun 2015.** *Skripsi.* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta

Rahayu, J.N., Elys F. dan Aminah HM.A. 2012. **Preferensi Konsumen Terhadap Buah Apel Impor di Toko Buah Hokky dan Pasar Tradisional Ampel Surabaya.** *Agriekonomika*, 1(1): 52 - 67

Rahman, A. 2010. **Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Bussiness : Cara Jitu Merontokkan Pesaing.** Transmedia. Jakarta

Ramadhani, P.D., Djoko K. dan Silvana M. 2014. **Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pelayanan Pemasok Bunga Potong Krisan.** *Habitat*, XXV (3) : 151 – 161

Ratnawati, L. and Mayasti, N.K.I. 2019. **Effect of Mocaf and Sugar Addition on The Quality and Preferences Level of Pineapple Dodol.** *IOP Conferences.* Series : Earth and Environmental Science

Ruhimat, D. 2008. **Kepuasan Pelanggan.** PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Saptoningsih dan Ajat J. 2012. **Membuat Olahan Buah.** AgroMedia Pustaka. Jakarta



Sari, C.A.S. 2017. **Teknik Mengeloa Produk dan Merek : Konsep dan Aplikasi**. Pt.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Sari, F. 2018. **Metode dalam Pengambilan Keputusan**. Deepublish. Yogyakarta

Sekarlaranti, A. 2011. **Persepsi Konsumen Terhadap Warna, Tipografi, Bentuk Grafis dan Gambar pada Kemasan Produk dengan Pendekatan *Multidimensional Scaling***. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan , 6(1): 9 – 23

Semaoen, I. dan Siti M.K. 2011. **Mikroekonomi**. UB Press. Malang

Shrestha, R. L., Durga D.D., Durga M.G., Krishna P.P. and Sangita S. 2012. **Variation of Physiochemical Components of Acid Lime (*Citrus aurantifolia Swingle*) Fruits at Different Sides of the Tree in Nepal**. American Journal of Plant Sciences, 3: 1688-1692

Simamora, B. 2003. **Panduan Riset Perilaku Konsumen**. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Simatupang, D., Raswen E. dan Akhyar Ali. 2016. **Evaluasi Mutu Dodol dengan Variasi Penambahan Buah Jambu Biji Merah (*Psidium Guajava L.*) dan Gula Pasir**. Jom Faperta, 3 (2): 1-12

Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Alfabeta. Bandung

Sujono and Harry B.S. 2017 **E-Learning Quality Analysis of Use Of Web Conference in The Improvement of Students With Learning Method Webqual (Case Study: Universitas KH. A. Wahab Hasbullah)**. IEESE International Journal Of Science and Technology (Ijste),6(1): 8-14



Sukardi dan Chodilis C. 2006. **Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Corned Pronas Produksi PT.CIP, Denpasar, Bali.** J. Teknologi Industri Pertanian, 18(2): 106-117

Supriadi, B. dan Nanny R. 2017. **Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata.** Universitas Negeri Malang. Malang

Supranto, J. 2007. **Statistik untuk Pemimpin Berwawasan Global-Edisi Kedua.** Salemba Empat. Jakarta

Suprapti, M.L. 2005. **Teknologi Pengolahan Pangan Awetan Kering & Dodol Waluh.** Kanisius. Yogyakarta

Suyanti. 2010. **Panduan Mengolah 20 Jenis Buah.** PT Niaga Swadaya. Depok

Suryati, L. 2019. **Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.** Deepublish. Yogyakarta

Swanita. 2012. **Perbedaan Impulse Buying Produk Fashion pada Komunitas Hijabers dan Non Hijabers di Kota Medan.** *Skripsi.* Universitas Sumatera Utara

Tamanna, N. and Niaz M. 2015. **Food Processing and Maillard Reaction Products: Effect on Human Health and Nutrition.** International Journal of Food Science, 1 – 6

Tri K.P., dan Antyo P. 2006. **Aspek Dasar Ekonomi Makro di Indonesia.** Grasindo. Jakarta

Tzeng, G-H. and Chang, H-F. 2011. **Applying Importance-Performance Analysis as a Service Quality Measure in Food Service Industry.** Journal of Technology Management & Innovation, 6(3): 106 - 115



Umar, H. 2005. **Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Viva. 2011. **Menguak Kebiasaan Ngemil Pria dan Wanita**. Diakses dari : <https://www.viva.co.id/arsip/259196-junk-food-di-mata-pria-dan-wanita> pada tanggal 20 Januari 2020

Warnadi dan Aris T. 2019. **Manajemen Pemasaran**. Deepublish. Yogyakarta

Widiastuti, H. dan Sri Y.W. 2014. **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mie Jakarta 69, Jl. MT. Haryono No. 914B, Semarang)**. Fokus Ekonomi, 9(1): 1 - 10

Widodo, S. M. dan Joko S. 2018. **Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Model Business to Customer**. Jurnal Informatika Upgris, 4(1): 38 - 45

Wong, M.S., Nishimoto H. and Philip G. 2011. **The Use of Importance-Performance Analysis (IPA) in Evaluating Japan's E-government Services**. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 6(2): 17 - 30

Yola, M. dan Duwi B. 2013. **Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)**. Jurnal Optimasi Sistem Industri, 12(12): 301-309

Zulaicha., Santri dan Rusda I. 2016. **Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam**. Jurnal Inovasi Dan Bisnis, 4(2): 125-136



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian



KUESIONER PENELITIAN JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN UNIVERSITAS BRAWIJAYA Jl. Veteran, Malang 65145 Telp (0341) 551661

Kepada
Yth. Bapak/Ibu/Saudara
Di Tempat

Dalam rangka penyusunan skripsi saya pada Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang, maka saya memohon partisipasi dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk dapat meluangkan waktu guna mengisi/menjawab daftar pertanyaan kuesioner di bawah ini.

Data yang saya peroleh benar – benar hanya digunakan untuk penelitian dan bukan untuk maksud lain. Saya sangat menghargai informasi Bapak/Ibu/Saudara/i. Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih. Maka dari itu saya mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik – baiknya. Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Linda Apriliany



A. DATA DIRI RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin : Laki – Laki/Perempuan *)

Usia :

- a. 17 – 21 tahun
- b. 22 – 40 tahun
- c. 40 – 50 tahun

Pendidikan Terakhir :

- a. SD/Sederajat
- b. SMP/Sederajat
- c. SMA/SMK/Sederajat
- d. Diploma (D1/D2/D3/D4)
- e. Sarjana (S1/S2/S3)

Pekerjaan :

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. Wiraswasta/Pengusaha
- c. Pegawai Negeri
- d. Pegawai Swasta
- e. Lainnya, sebutkan

Pendapatan Per Bulan :

- a. <Rp. 500.000,00
- b. Rp. 501.000,00 – Rp. 1.500.000,00
- c. Rp. 1.501.000,00 – Rp 2.500.000,00
- d. > Rp. 2.501.000,00

*) coret yang tidak perlu

A. INFORMASI TAMBAHAN

1. Berapa kali anda pernah mengonsumsi produk dodol buah jeruk siam produksi UKM “CAHAYA” Kabupaten Banyuwangi dalam kurun waktu 2 bulan terakhir?

- a. 1 - 2 Kali
- b. 3-4 kali
- c. > 5 Kali

Penilaian Tingkat Kepentingan Atribut Produk Dodol Buah Jeruk Siam Produksi UKM “CAHAYA” Kabupaten Banyuwangi

Petunjuk :

- Pilihlah alternatif skor dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada salah satu kolom skala tingkat kepentingan yang menurut anda paling sesuai
- Apabila anda ingin mengganti jawaban, beri tanda (=) pada jawaban yang telah anda buat sebelumnya. Kemudian lanjut berikan tanda

No.	Atribut Produk	Skala Tingkat Kepentingan				
		1 Sangat Tidak Penting	2 Tidak Penting	3 Kurang Penting	4 Penting	5 Sangat Penting
a) Performance (Kinerja)						
1.	Harga					
2.	Rasa					
3.	Bentuk produk					
4.	Tampilan warna produk					
b) Feature (Keistimewaan atau Ciri – Ciri)						
5.	Aroma					
6.	Tekstur produk					
7.	Tingkat kekenyalan					
c) Conformance (Kesesuaian dengan Spesifikasi)						
8.	Informasi penggunaan bahan tambahan makanan (pengawet, pewarna, dan pemanis buatan)					



d) Durability (Daya Tahan)						
9.	Informasi umur simpan atau masa kadaluwarsa					
e) Aesthetics (Estetika)						
10.	Bentuk kemasan					
11.	Desain kemasan					
f) Perceived Quality (Kualitas Penerimaan)						
12.	Kepopuleran merek					



Penilaian Tingkat Kinerja Atribut Produk Dodol Buah Jeruk Siam Produksi UKM “CAHAYA” Kabupaten Banyuwangi

Petunjuk :

- Pilihlah alternatif skor dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada salah satu kolom skala tingkat kepentingan yang menurut anda paling sesuai
- Apabila anda ingin mengganti jawaban, beri tanda (=) pada jawaban yang telah anda buat sebelumnya. Kemudian lanjut

No.	Atribut Produk	Skala Tingkat Kinerja				
		1	2	3	4	5
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju
a) Performance (Kinerja)						
1.	Harga produk terjangkau					
2.	Produk memiliki rasa yang enak					
3.	Bentuk produk sesuai dengan ekspektasi konsumen					
4.	Tampilan warna produk menarik					
b) Feature (Keistimewaan atau Ciri – Ciri)						
5.	Produk memiliki aroma khas					
6.	Produk memiliki tekstur yang baik					
7.	Produk memiliki tingkat kenyanalan yang baik					
c) Conformance (Kesesuaian dengan Spesifikasi)						
8.	Penggunaan bahan tambahan makanan (pengawet, pewarna, dan					



	pemanis buatan) ditampilkan secara jelas pada kemasan					
d) Durability (Daya Tahan)						
9.	Informasi umur simpan atau masa kadaluwarsa produk disampaikan secara jelas pada kemasan					
e) Aesthetics (Estetika)						
10.	Bentuk kemasan produk menarik					
11.	Desain kemasan menarik					
f) Perceived Quality (Kualitas Penerimaan)						
12.	Merek produk telah banyak dikenal oleh masyarakat					



Lampiran 2. Hasil Pengujian Kuesioner (Tingkat Kinerja)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.807	.823	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	43.71	13.966	.410	.381	.799
X2	42.89	14.685	.425	.302	.795
X3	43.29	14.996	.435	.432	.795
X4	43.23	14.664	.506	.373	.790
X5	43.18	14.331	.380	.297	.801
X6	43.32	14.179	.598	.708	.781
X7	43.38	14.157	.565	.727	.783
X8	43.20	15.515	.230	.340	.811
X9	43.06	15.027	.449	.440	.795
X10	43.25	14.028	.600	.815	.780
X11	43.28	14.305	.618	.831	.781
X12	44.29	13.036	.450	.304	.801



Lampiran 3. Hasil Pengujian Kuesioner (Tingkat Kepentingan)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.723	.731	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	44.46	17.645	.207	.136	.723
Y2	44.18	17.866	.249	.181	.717
Y3	44.77	15.896	.514	.414	.683
Y4	44.83	16.910	.260	.186	.719
Y5	44.60	16.788	.398	.312	.700
Y6	44.75	15.785	.547	.483	.679
Y7	44.73	17.149	.332	.370	.708
Y8	44.71	16.491	.218	.285	.734
Y9	44.02	17.798	.293	.315	.713
Y10	44.72	15.779	.487	.534	.686
Y11	44.75	15.604	.492	.564	.684
Y12	44.85	16.371	.365	.289	.703



Lampiran 4. Perhitungan Tingkat Kesesuaian Atribut Produk Dodol Buah Jeruk Siam

No	Atribut	Skor Tingkat Kepentingan (Yi)	Skor Tingkat Kinerja (Xi)	Tingkat Kesesuaian (%)
1.	Harga	421	357	84,80
2.	Rasa	449	439**	97,77
3.	Bentuk produk	390	399	102,31
4.	Tampilan warna produk	384	405	105,47**
5.	Aroma	407	410	100,74
6.	Tekstur produk	392	396	101,02
7.	Tingkat kekenyalan	394	390	98,98
8.	Informasi penggunaan bahan tambahan makanan	396	408	103,03
9.	Informasi umur simpan	465**	422	90,75
10.	Bentuk kemasan	395	403	102,03
11.	Desain kemasan	392	400	102,04
12.	Kepopuleran merek	382*	299*	78,27*
Rata – Rata				97,27

1) Atribut Harga

$$Tki = \frac{357}{421} \times 100\% = 84,80$$

2) Atribut Rasa

$$Tki = \frac{439}{449} \times 100\% = 97,77$$

3) Atribut Bentuk Produk

$$Tki = \frac{399}{390} \times 100\% = 102,31$$

4) Atribut Tampilan Warna

$$Tki = \frac{405}{384} \times 100\% = 105,47$$

5) Atribut Aroma

$$Tki = \frac{410}{407} \times 100\% = 100,74$$

6) Atribut Tekstur Produk

$$Tki = \frac{396}{392} \times 100\% = 101,02$$

7) Tingkat Kekenyalan

$$Tki = \frac{390}{394} \times 100\% = 98,98$$

8) Atribut Informasi BTP

$$Tki = \frac{408}{396} \times 100\% = 103,03$$

9) Atribut Informasi Umur Simpan

$$Tki = \frac{422}{465} \times 100\% = 90,75$$

10) Atribut Bentuk Kemasan

$$Tki = \frac{403}{395} \times 100\% = 102,03$$

11) Atribut Desain Kemasan

$$Tki = \frac{400}{392} \times 100\% = 102,04$$

12) Atribut Bentuk Kemasan

$$Tki = \frac{299}{382} \times 100\% = 78,27$$



Lampiran 5. Perhitungan Nilai *Weight Factor* (WF)

No.	Atribut	MIS	Wfi
1.	Harga	4,21	0,087
2.	Rasa	4,49	0,092
3.	Bentuk produk	3,9	0,080
4.	Tampilan warna produk	3,84	0,079
5.	Aroma	4,07	0,084
6.	Tekstur produk	3,92	0,081
7.	Tingkat kekenyalan	3,94	0,081
8.	Informasi penggunaan bahan tambahan makanan	3,96	0,081
9.	Informasi umur simpan atau masa kadaluwarsa	4,65	0,096
10.	Bentuk kemasan	3,95	0,081
11.	Desain kemasan	3,92	0,081
12.	Kepopuleran merek	3,82	0,078
Jumlah Total		48,67	1,000

1) Atribut Harga

$$WF = \frac{4,21}{48,67} = 0,087$$

2) Atribut Rasa

$$WF = \frac{4,49}{48,67} = 0,092$$

3) Atribut Bentuk Produk

$$WF = \frac{3,9}{48,67} = 0,080$$

4) Atribut Tampilan Warna

$$WF = \frac{3,84}{48,67} = 0,079$$

5) Atribut Aroma

$$WF = \frac{4,07}{48,67} = 0,084$$

6) Atribut Tekstur Produk

$$WF = \frac{3,92}{48,67} = 0,081$$

7) Atribut

Kekenyalan

$$WF = \frac{3,94}{48,67} = 0,081$$

8) Atribut Informasi BTP

$$WF = \frac{3,96}{48,67} = 0,081$$

9) Atribut Informasi Umur Simpan

$$WF = \frac{4,65}{48,67} = 0,096$$

10) Atribut Bentuk Kemasan

$$WF = \frac{3,95}{48,67} = 0,081$$

11) Atribut Desain Kemasan

$$WF = \frac{3,92}{48,67} = 0,081$$

12) Atribut Bentuk Kemasan

$$WF = \frac{3,82}{48,67} = 0,078$$



Lampiran 6. Perhitungan Nilai *Weight Score* (WS)

No.	Atribut	MSS	Wfi	Wsi
1.	Harga	3,57	0,087	0,309
2.	Rasa	4,39	0,092	0,405
3.	Bentuk produk	3,99	0,080	0,320
4.	Tampilan warna produk	4,05	0,079	0,320
5.	Aroma	4,10	0,084	0,343
6.	Tekstur produk	3,96	0,081	0,319
7.	Tingkat kekenyalan	3,90	0,081	0,316
8.	Informasi penggunaan bahan tambahan makanan	4,08	0,081	0,332
9.	Informasi umur simpan atau masa kadaluwarsa	4,22	0,096	0,403
10.	Bentuk kemasan	4,03	0,081	0,327
11.	Desain kemasan	4,00	0,081	0,322
12.	Kepopuleran merek	2,99	0,078	0,235
Jumlah Total		47,28	1,000	3,950

1) Atribut Harga

$$WS_i = 3,57 \times 0,087 = 0,309$$

2) Atribut Rasa

$$WS_i = 4,39 \times 0,092 = 0,405$$

3) Atribut Bentuk Produk

$$WS_i = 3,99 \times 0,080 = 0,320$$

4) Atribut Tampilan Warna

$$WS_i = 4,05 \times 0,079 = 0,320$$

5) Atribut Aroma

$$WS_i = 4,10 \times 0,084 = 0,343$$

6) Atribut Tekstur Produk

$$WS_i = 3,96 \times 0,081 = 0,319$$

7) Atribut

Tingkat

Kekenyalan

$$WS_i = 3,90 \times 0,081 = 0,316$$

8) Atribut Informasi BTP

$$WS_i = 4,08 \times 0,081 = 0,332$$

9) Atribut Informasi Umur

Simpan

$$WS_i = 4,22 \times 0,096 = 0,403$$

10) Atribut Bentuk Kemasan

$$WS_i = 4,03 \times 0,081 = 0,327$$

11) Atribut Desain Kemasan

$$WS_i = 4,00 \times 0,081 = 0,322$$

12) Atribut Bentuk Kemasan

$$WS_i = 2,99 \times 0,078 = 0,235$$



Lampiran 7. Data Responden Penelitian

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Konsumsi Produk
1.	Siti Khoiriyah	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
2.	Ririn Eka S.	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	> 5 kali
3.	Hartaman	Laki-Laki	41 - 50	Sarjana (S1/S2/S3)	Pegawai Negeri	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
4.	Joko Erfiansah	Laki-Laki	22 - 40	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	Rp. 501.000,00 - Rp. 1.500.000,00	1 - 2 kali
5.	Nafi'ul Hasanah	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	Rp. 501.000,00 - Rp. 1.500.000,00	1 - 2 kali
6.	Lita Wiwin	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
7.	Azizatul Munawaroh	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
8.	Putri Firda F.	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
9.	Sri Utami	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
10.	Puji Lestari	Perempuan	41 - 50	SMP/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
11.	Muklis	Laki-Laki	22 - 40	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali

Lampiran 7. Data Responden Penelitian (Lanjutan)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Konsumsi Produk
12.	Supriyadi	Laki-Laki	41 - 50	SD/Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 501.000,00 - Rp. 1.500.000,00	1 - 2 kali
13.	Kamsi	Laki-Laki	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Pegawai Swasta	< Rp. 500.000,00	3 - 4 kali
14.	A. Zaini	Laki-Laki	41 - 50	SMP/ Sederajat	Pegawai Swasta	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
15.	Sumadi	Laki-Laki	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Pegawai Swasta	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
16.	Moch. Faruq	Laki-Laki	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Pegawai Swasta	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
17.	Sutiya	Perempuan	41 - 50	SD/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	> 5 kali
18.	Sugeng Purnomo	Laki-Laki	41 - 50	SMP/ Sederajat	Wirawasta/ Pengusaha	Rp. 501.000,00 - Rp. 1.500.000,00	1 - 2 kali
19.	Zanuarita P.D.	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
20.	Retno Junianti	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	Rp. 501.000,00 - Rp. 1.500.000,00	1 - 2 kali
21.	Nur Laili	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
22.	Camelia Farisca A.	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
23.	Fuad Musyadad	Laki-Laki	41 - 50	Sarjana (S1/S2/S3)	Pegawai Swasta	> Rp. 2.501.000,00	3 - 4 kali



Lampiran 7. Data Responden Penelitian (Lanjutan)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Konsumsi Produk
24.	Dea Natalia A.	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
25.	Devi Puspasari	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
26.	Romy Izza Alfa	Laki-Laki	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
27.	Devin Anugrah P.	Laki-Laki	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	Rp. 501.000,00 - Rp. 1.500.000,00	1 - 2 kali
28.	Prihariyati	Perempuan	41 - 50	Sarjana (S1/S2/S3)	Pegawai Negeri	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
29.	Anonim	Perempuan	41 - 50	SD/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	3 - 4 kali
30.	Midi Surya Pratama	Laki-Laki	41 - 50	Sarjana (S1/S2/S3)	Pegawai Swasta	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
31.	Yudhistira Dheril P.	Laki-Laki	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
32.	M. Firdaus Alfarizi	Laki-Laki	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
33.	Nanang Hs.	Laki-Laki	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 2.501.000,00	> 5 kali
34.	Johar Bayu K.	Laki-Laki	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
35.	Robby	Laki-Laki	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali



Lampiran 7. Data Responden Penelitian (Lanjutan)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Konsumsi Produk
36.	Ervan Effendi	Laki-Laki	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
37.	Moh. Andy A.	Laki-Laki	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
38.	Eni Hamida	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
39.	Tiana Hartatik	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	> 5 kali
40.	Wahyu Agustin	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
41.	Lois Eka W.	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	Rp. 501.000,00 - Rp. 1.500.000,00	1 - 2 kali
42.	Sri Yaningsih	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
43.	Ripmatul Sa'diyah	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
44.	Asmai	Laki-Laki	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	3 - 4 kali
45.	Andi	Laki-Laki	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	Rp. 1.501.000,00 - Rp 2.500.000,00	1 - 2 kali
46.	Yosi Andre	Laki-Laki	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
47.	Amanda	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali



Lampiran 7. Data Responden Penelitian (Lanjutan)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Konsumsi Produk
48.	Suhartatik	Perempuan	17 - 21	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	Rp. 1.501.000,00 – Rp 2.500.000,00	> 5 kali
49.	Siti Nur K.	Perempuan	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	> 5 kali
50.	Suprpto	Laki-Laki	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.501.000,00 – Rp 2.500.000,00	> 5 kali
51.	Sumarni	Perempuan	41 - 50	SD/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	> 5 kali
52.	Siva Wahyu	Perempuan	17 - 21	Diploma (D1/D2/D3/D4)	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
53.	Alfi	Perempuan	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
54.	Sukaji	Laki-Laki	41 - 50	SMP/ Sederajat	Pegawai Swasta	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
55.	Angel	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
56.	Anita	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
57.	Yunita	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
58.	Lailatul Mursida	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
59.	Istiani	Perempuan	22 - 40	SD/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali



Lampiran 7. Data Responden Penelitian (Lanjutan)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Konsumsi Produk
60.	Oki	Perempuan	17 - 21	SMP/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
61.	Suparto	Laki-Laki	41 - 50	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
62.	Tri Lesningati	Perempuan	41 - 50	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
63.	Puput Dwi Lestari	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
64.	Tumiyem	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
65.	Bagus Setya Budi	Laki-Laki	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
66.	Dini Septi D.	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
67.	Ilham	Laki-Laki	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
68.	M.Taufikur	Laki-Laki	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
69.	Juma'i	Laki-Laki	41 - 50	Sarjana (S1/S2/S3)	Pegawai Swasta	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
70.	Isharo	Perempuan	41 - 50	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
71.	Sumira	Perempuan	41 - 50	SD/Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
72.	Dewi Nasita	Perempuan	17 - 21	SMP/	Pelajar/	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali



Lampiran 7. Data Responden Penelitian (Lanjutan)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Konsumsi Produk
				Sederajat	Mahasiswa		
73.	Halila	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
74.	Nia	Perempuan	22 - 40	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	Rp. 1.501.000,00 - Rp 2.500.000,00	> 5 kali
75.	Nanda Wijayanti	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
76.	Siti Nurtinah	Perempuan	17 - 21	SMP/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
77.	Ifa	Perempuan	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
78.	Dadang Ginang R.	Laki-Laki	22 - 40	Sarjana (S1/S2/S3)	Pegawai Negeri	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
79.	Sandra	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
80.	Tri	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
81.	Fitriatul Hasanah	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pegawai Negeri	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
82.	Maufirotul Jannah	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
83.	Anonim	Laki-Laki	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali

Lampiran 7. Data Responden Penelitian (Lanjutan)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Konsumsi Produk
84.	Indah	Perempuan	22 - 40	Diploma (D1/D2/D3/D4)	Pegawai Swasta	Rp. 501.000,00 - Rp. 1.500.000,00	1 - 2 kali
85.	Masruro	Perempuan	17 - 21	Diploma (D1/D2/D3/D4)	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
86.	Aulia Vivin S.	Perempuan	22 - 40	Diploma (D1/D2/D3/D4)	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
87.	Wulan	Perempuan	17 - 21	SMP/ Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
88.	Fatihatus Zahro	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
89.	Dija	Perempuan	22 - 40	SD/Sederajat	Pegawai Swasta	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
90.	Umi Fitriani	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
91.	Kustinah	Perempuan	41 - 50	SMA/SMK/Se derajat	Wiraswasta/ Pengusaha	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
92.	Ninik Sri Wahyuni	Perempuan	22 - 40	SMA/SMK/ Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.501.000,00 - Rp 2.500.000,00	> 5 kali
93.	Eka Febrinsia	Perempuan	17 - 21	SMA/SMK/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
94.	Kateno	Laki-Laki	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.501.000,00 - Rp 2.500.000,00	> 5 kali

Lampiran 7. Data Responden Penelitian (Lanjutan)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Konsumsi Produk
95.	Rian Winarsih	Perempuan	41 - 50	SMP/ Sederajat	Wiraswasta/ Pengusaha	< Rp. 500.000,00	> 5 kali
96.	Nurhaliza Dwi L.	Perempuan	17 - 21	SMP/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali
97.	Sunaryo	Laki-Laki	41 - 50	SMA/SMK/ Sederajat	Pegawai Swasta	Rp. 1.501.000,00 - Rp 2.500.000,00	1 - 2 kali
98.	Ali Munasyikin	Laki-Laki	41 - 50	SMA/SMK/Se derajat	Pegawai Swasta	> Rp. 2.501.000,00	1 - 2 kali
99.	Sunarti	Perempuan	41 - 50	SMP/ Sederajat	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 500.000,00	> 5 kali
100.	Diva Andina D.P.	Perempuan	17 - 21	SMP/ Sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp. 500.000,00	1 - 2 kali

Lampiran 8. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja Dodol Buah Jeruk Siam

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
1.	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
2.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
3.	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2
4.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2
5.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
6.	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3
7.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
8.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
9.	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
10.	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2
11.	4	5	3	4	5	3	2	3	4	4	4	2
12.	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5
13.	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
14.	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
15.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16.	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5
17.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2
18.	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	2
19.	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	2
20.	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
21.	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	3
22.	3	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	3
23.	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
24.	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3
25.	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3



Lampiran 8. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja Dodol Buah Jeruk Siam (Lanjutan)

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
26.	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4
27.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
29.	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3
30.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
31.	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	2
32.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
33.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34.	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
35.	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2
36.	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2
37.	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	2
38.	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	2
39.	2	5	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3
40.	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3
41.	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
42.	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
43.	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
44.	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4
45.	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3
46.	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	2
47.	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2
48.	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3
49.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
50.	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
51.	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3



Lampiran 8. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja Dodol Buah Jeruk Siam (Lanjutan)

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
52.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
53.	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2
54.	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5
55.	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3
56.	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3
57.	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
58.	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2
59.	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
60.	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
61.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
62.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
63.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
64.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
65.	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3
66.	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
67.	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
68.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
69.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
70.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
71.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
72.	2	4	3	4	5	3	3	5	5	3	3	2
73.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2
74.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
75.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
76.	3	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	2
77.	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3



Lampiran 8. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja Dodol Buah Jeruk Siam (Lanjutan)

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
78.	2	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2
79.	2	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
80.	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	2
81.	4	3	4	4	2	2	2	3	5	3	3	2
82.	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
83.	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	5
84.	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3
85.	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4
86.	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	3
87.	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2
88.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
89.	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2
90.	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2
91.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
92.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
93.	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4
94.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
95.	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
96.	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3
97.	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
98.	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3
99.	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
100.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
$\sum X$	357	439	399	405	410	396	390	408	422	403	400	299
Rata-Rata	3,57	4,39	3,99	4,05	4,1	3,96	3,9	4,08	4,22	4,03	4	2,99

Lampiran 9. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Dodol Buah Jeruk Siam

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
1.	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
2.	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
3.	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	2
4.	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	2
5.	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	2
6.	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
7.	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
8.	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4
9.	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
10.	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2
11.	5	5	2	2	4	2	5	3	3	5	3	3
12.	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5
13.	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
14.	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
15.	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
16.	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	5
17.	5	5	4	4	4	4	5	2	4	4	5	4
18.	3	5	3	3	5	3	4	2	5	2	2	4
19.	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4
20.	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
21.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22.	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3
23.	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
24.	5	5	4	3	4	3	3	5	5	3	3	4
25.	4	4	4	3	4	5	3	5	5	3	3	4



Lampiran 9. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Dodol Buah Jeruk Siam (Lanjutan)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
26.	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5
27.	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
28.	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
29.	3	4	2	5	5	5	4	2	5	5	5	5
30.	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5
31.	5	5	4	4	4	3	3	4	5	3	3	3
32.	4	5	3	4	3	4	3	5	5	3	5	5
33.	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
34.	5	5	3	4	3	4	4	5	5	2	4	5
35.	4	5	4	3	5	4	4	2	5	4	4	3
36.	2	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
37.	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3
38.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
39.	4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	3
40.	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
41.	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
42.	4	4	5	3	4	4	3	4	5	3	3	4
43.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44.	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
45.	4	5	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4
46.	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
47.	4	5	5	4	4	4	4	5	5	2	2	4
48.	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4
49.	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3
50.	4	3	3	3	2	5	5	4	4	4	4	5
51.	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
52.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4



Lampiran 9. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Dodol Buah Jeruk Siam (Lanjutan)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
53.	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	3	3
54.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55.	4	4	2	4	2	2	2	2	4	4	4	2
56.	4	4	4	3	4	4	2	5	5	2	2	4
57.	5	5	4	3	4	4	2	5	5	4	2	4
58.	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
59.	4	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4
60.	4	4	2	4	2	2	2	2	4	4	4	2
61.	4	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4
62.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63.	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	3	4
64.	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4
65.	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	2	4
66.	5	5	3	4	4	3	3	5	5	5	5	4
67.	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5
68.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
69.	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4
70.	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
71.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72.	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3
73.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74.	2	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4
75.	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2
76.	4	4	5	2	4	5	5	4	4	4	4	3
77.	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
78.	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
79.	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4



Lampiran 9. Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Dodol Buah Jeruk Siam (Lanjutan)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
80.	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
81.	3	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4
82.	3	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5
83.	5	4	4	4	5	3	5	4	4	3	3	3
84.	5	5	4	2	5	4	4	5	5	4	4	3
85.	5	4	3	5	3	2	4	4	3	3	4	3
86.	5	5	5	4	4	3	3	5	5	3	3	3
87.	4	3	2	3	4	2	4	4	5	2	2	2
88.	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4
89.	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4
90.	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4
91.	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4
92.	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
93.	5	4	4	3	4	4	4	2	5	4	4	4
94.	4	5	4	3	5	4	4	2	5	4	4	5
95.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96.	3	5	3	4	2	4	3	3	5	4	3	2
97.	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
98.	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
99.	3	3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4
100.	5	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	3
$\sum Y$	421	449	390	384	407	392	394	396	465	395	392	382
Rata-Rata	4,21	4,49	3,9	3,84	4,07	3,92	3,94	3,96	4,65	3,95	3,92	3,82



Lampiran 10. Diagram Alir Pembuatan Dodol Buah Jeruk Siam di UKM “CAHAYA”

