

### III. KONSEP KERANGKA PEMIKIRAN

#### 3.1. Kerangka Pemikiran

Seiring dengan perkembangan zaman yang begitu cepat berakibat pada timbulnya dinamika dalam selera dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi hal yang patut diperhatikan perusahaan tiap kali mengembangkan atau menghasilkan produk. Mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan salah satu strategi yang mampu dirancang dalam rangka memenangkan persaingan pasar. Bentuk kepuasan konsumen dapat tersalurkan melalui peran konsumen sebagai media informasi, yakni berupa rekomendasi bagi rekanannya atau yang biasa disebut dengan *word of mouth*. Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan dituntut untuk lebih jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hampir setiap saat berubah.

Kepuasan konsumen menurut Sunyoto (2012) merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Kotler (1997), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Seorang konsumen dapat dikatakan puas apabila tingkat kinerja sama dengan atau memenuhi harapan yang dimiliki oleh konsumen. Secara sederhana, kepuasan konsumen dapat ditunjukkan oleh adanya pembelian berulang.

Persepsi konsumen akan suatu produk ditentukan oleh atribut yang tercantum didalamnya. Selain berfungsi menjadi pembeda antara produk satu dengan produk lainnya, atribut juga mampu memberikan informasi bagi konsumen mengenai produk tersebut.

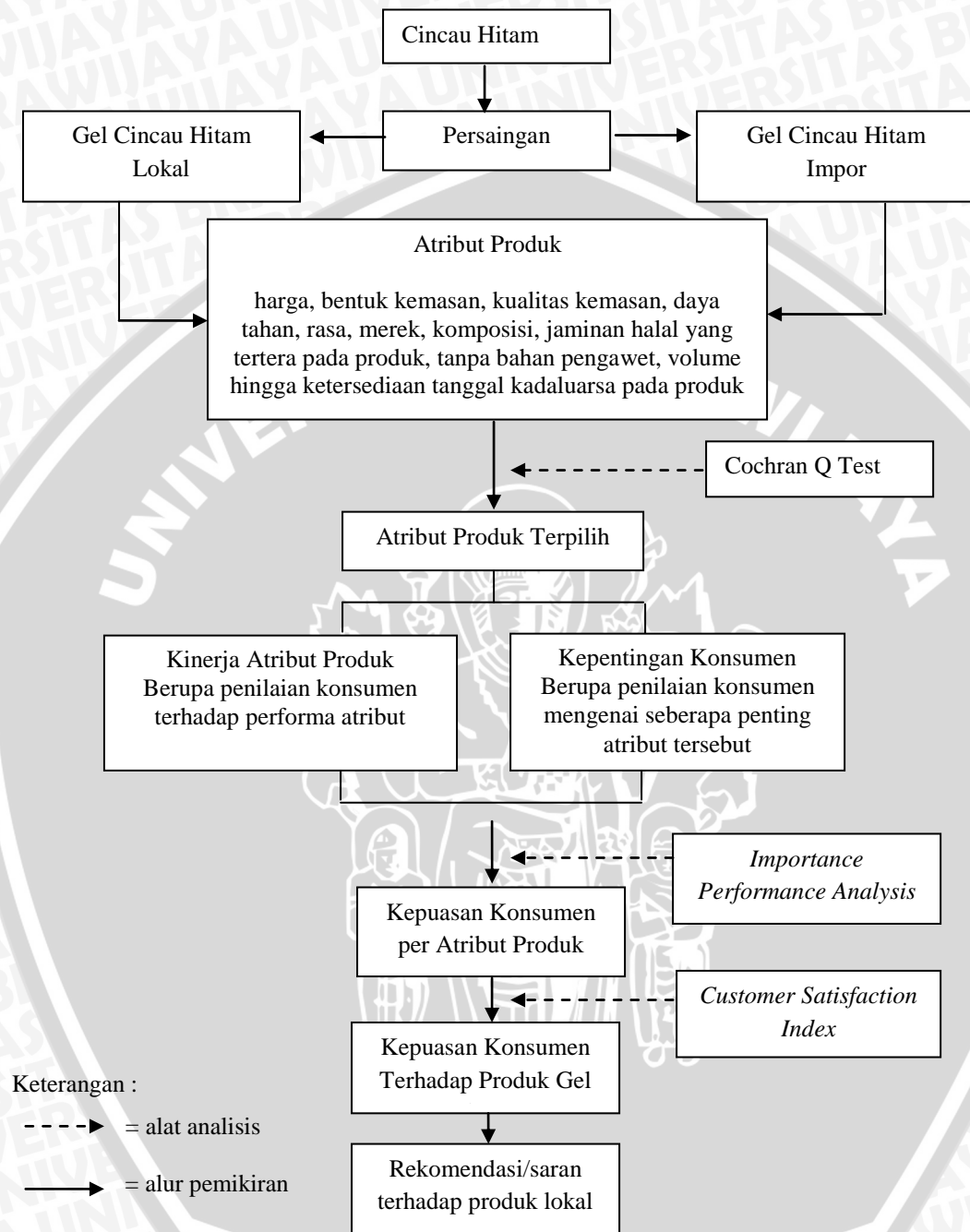
Penelitian ini akan meneliti tentang analisis kepuasan konsumen terhadap cincau hitam, yang mana akan membandingkan antara cincau hitam produksi lokal dan cincau hitam produk impor, serta atribut-atribut yang memberikan pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan pembelian produk gel cincau hitam pilihan konsumen.

Gel cincau hitam merupakan produk olahan paling sederhana dari tanaman cincau hitam (*Mesona Palustris* BL.). Sebagai salah satu negara yang memproduksi tanaman cincau hitam, Indonesia telah melakukan aktivitas ekspor tanaman cincau hitam ke berbagai negara di Asia. Sayangnya, aktivitas ekspor tersebut juga disertai dengan aktivitas impor, yakni masuknya produk olahan cincau hitam, yaitu berupa gel cincau hitam, ke Indonesia. Tak bisa dipungkiri bahwa produk gel cincau hitam impor lambat laun mampu menjadi ancaman bagi produk gel cincau hitam lokal. Namun bila dianalisis lebih lanjut, justru dari produk-produk impor inilah produk lokal mampu memperoleh banyak pelajaran yang pada akhirnya akan bermanfaat bagi pengembangan agroindustri cincau hitam lokal.

Produk yang dipilih sebagai objek penelitian ialah produk gel cincau hitam “Rajawali” sebagai produk lokal serta produk gel cincau hitam impor merek “Yeo’s”. Pemilihan merek produk dilakukan secara sengaja. Pemilihan produk-produk dengan merek tersebut sebagai objek penelitian tidak lain disebabkan produk dengan merek tersebut merupakan *representative* produk sejenis dikelasnya. Cincau hitam Rajawali merupakan produk gel cincau hitam yang di produksi di Kota Malang. Sebagai salah satu produk lokal, cincau hitam Rajawali sudah cukup menguasai pasar cincau hitam kemasan. Hal ini diperkuat oleh keberadaan gel cincau hitam baik di pasar, supermarket ataupun hypermarket yang masih didominasi oleh merek ini. Begitu pula halnya untuk produk cincau hitam impor merek “Yeo’s”. Dari sekian produk impor yang didistribusikan di Kota Malang, gel cincau hitam merek “Yeo’s”-lah yang paling mudah ditemui di tingkat supermarket ataupun hypermarket di Kota Malang.

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini ialah kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut yang terdapat pada produk gel cincau hitam impor serta gel cincau hitam lokal sebagai variabel. Proses penentuan atribut dilakukan dengan mengamati masing-masing produk serta beberapa tambahan dari literatur-literatur pendukung sehingga diperoleh hasil bahwa atribut tersebut antara lain ialah harga, bentuk kemasan, kualitas kemasan, daya tahan, rasa, merek, komposisi, jaminan halal yang tertera pada produk, tanpa bahan pengawet,

volume hingga ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk. Untuk lebih jelasnya, skema kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Gel Cincau Hitam Lokal dan Impor”

### 3.2. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan terhadap responden yang merupakan ibu rumah tangga, baik yang memiliki profesi/pekerjaan lain ataupun hanya sebagai ibu rumah tangga saja.
2. Penelitian dilakukan di wilayah kelurahan Merjosari.
3. Produk yang digunakan dalam penelitian ialah produk gel cincau hitam merek “Rajawali” untuk merepresentasikan produk lokal dan produk gel cincau hitam merek “Yeo’s” sebagai representasi dari produk impor.
4. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini ialah harga, bentuk kemasan, kualitas kemasan, daya tahan, rasa, komposisi merek, jaminan halal, bebas bahan pengawet, volume, serta tanggal kadaluarsa produk.
5. Indikator kepuasan yang diteliti hanya sebatas pendeskripsian hasil analisis sesuai dengan kriteria pada alat analisis yang dipergunakan.

### 3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Deskripsi mengenai definisi operasional variable dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Konsep	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel	
				Kinerja atribut	Kepentingan atribut
Kepuasan Konsumen  Merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.	Harga Merupakan informasi mengenai cincau hitam yang dijual dalam satuan rupiah.	Harga Produk	Respon konsumen terhadap harga yang ditetapkan produsen gel cincau hitam.	5 : sangat murah (harga produk lebih rendah dari produk substitusi serta manfaat yang diperoleh jauh lebih besar dari harga yang ditetapkan) 4 : murah (harga produk lebih rendah dari produk substitusi) 3 : cukup (harga yang ditetapkan wajar) 2 : mahal (harga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam pembelian /terdapat faktor lain yang dijadikan pertimbangan) 1 : sangat mahal (harga produk lebih tinggi dibanding produk substitusi dan menjadi satu-satunya faktor yang dipertimbangkan)	Kepentingan atribut diukur dengan memberikan penilaian berdasarkan : Sangat penting : skor 5 Penting : skor 4 Cukup penting : skor 3 Kurang penting : skor 2 Tidak penting : skor 1
	Kemasan Merupakan pembungkus dari produk gel cincau hitam.	Bentuk kemasan	Penilaian konsumen terhadap bentuk kemasan cincau hitam.	5 : sangat menarik (bentuk unik, terdiri dari beberapa warna, dan melindungi produk secara sempurna, praktis dan mudah dibawa) 4: menarik (bentuk unik, warna tidak menarik/terdiri dari satu warna, melindungi produk secara sempurna) 3: cukup (bentuk sederhana, terdiri dari beberapa warna, melindungi produk secara sempurna) 2: kurang menarik (bentuk sederhana, melindungi produk secara sempurna) 1: tidak menarik (bentuk sederhana dan cenderung apa adanya)	
	Kualitas kemasan	Penilaian konsumen terhadap kemampuan kemasan cincau	5: sangat baik (terbuat dari bahan bermutu tinggi dan melindungi produk secara sempurna/tidak mudah sobek,rusak,dst) 4: baik (terbuat dari bahan bermutu baik serta melindungi produk secara sempurna)		

Tabel 2. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel	
				Kinerja atribut	Kepentingan atribut
Kepuasan Konsumen  Merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.	Kemasan Merupakan pembungkus dari produk gel cincau hitam.		hitam dalam melindungi produk.	3: cukup (terbuat dari bahan bermutu sedang, melindungi produk secara sempurna) 2: kurang baik (terbuat dari bahan bermutu rendah, melindungi produk secara sempurna) 1: tidak baik (terbuat dari bahan bermutu rendah, kemasan mudah terbuka/tidak tertutup rapat)	Kepentingan atribut diukur dengan memberikan penilaian berdasarkan : Sangat penting : skor 5 Penting : skor 4 Cukup penting : skor 3 Kurang penting : skor 2 Tidak penting : skor 1
	Kualitas Merupakan pendefinisian seberapa baik produk gel cincau hitam dalam pikiran konsumen.	Daya tahan	Tingkat tahan lamanya produk gel cincau hitam	5: sangat baik (produk mampu bertahan hingga dan atau lebih dari 2 x 24 jam pada suhu ruang) 4: baik (produk mampu bertahan hingga 1 x 24 jam pada suhu ruang) 3: cukup (mampu bertahan hingga lebih dari 12 jam pada suhu ruang) 2: kurang baik (daya tahan hingga < 12 jam pada suhu ruang) 1: tidak baik (harus habis setelah kemasan dibuka pada suhu ruang)	
		Rasa	Rasa masing-masing produk gel cincau hitam dari masing-masing merek.	5: sangat enak (tidak pahit dan tidak sangit, tingkat kepadatan dan kekenyalan tekstur rendah, rasa enak masih tertinggal dimulut) 4: enak (tidak pahit dan tidak sangit, tekstur tidak terlalu padat dan tidak terlalu kenyal / rasa dan teksturnya pas) 3: cukup enak (tidak pahit dan tidak sangit, tekstur padat dan kenyal) 2: kurang enak (rasa pahit, tekstur padat) 1: tidak enak (rasa pahit dan sangit, rasa masih tertinggal walau telah mengkonsumsi)	

Tabel 2. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel	
				Kinerja atribut	Kepentingan atribut
Kepuasan Konsumen  Merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.	Kualitas Merupakan pendefinisian seberapa baik produk gel cinau hitam dalam pikiran konsumen.	Komposisi	Komponen atau bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk.	5 : sangat jelas (tercantum pada bagian yang mudah dilihat, komposisi sangat detail dan disertai dengan persentase kandungan gizi) 4 : jelas (tercantum pada bagian yang mudah dilihat, komposisi detail) 3: cukup (tercantum pada kemasan, komposisi detail) 2: kurang jelas (tercantum pada kemasan, komposisi tidak detail) 1 : tidak jelas (tidak tercantum pada produk)	Kepentingan atribut diukur dengan memberikan penilaian berdasarkan : Sangat penting : skor 5 Penting : skor 4 Cukup penting : skor 3 Kurang penting : skor 2 Tidak penting : skor 1
		Merek	Nama, istilah, atau lambang yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk gel cinau hitam dan membedakannya dari produk pesaing.	5: sangat berpengaruh (pengaruh merek melebihi pengaruh faktor lain, merek dari perusahaan terkenal yang dikenal masyarakat, mampu meningkatkan gengsi/harga diri konsumen) 4: berpengaruh (pengaruh merek melebihi pengaruh faktor lain, merek bukan dari perusahaan terkenal namun mampu meningkatkan harga diri/gengsi konsumen) 3: cukup (pengaruh merek dengan faktor lain terhadap kepuasan konsumen adalah seimbang) 2: kurang berpengaruh (pengaruh merek bagi konsumen mudah tergantikan oleh faktor lain) 1: tidak berpengaruh (apapun jenis mereknya tidak berpengaruh terhadap konsumen)	
		Jaminan halal tertera pada produk	Tanda yang menjamin bahwa produk gel cinau hitam bebas dari	5 : sangat jelas (tercantum pada bagian yang mudah terlihat dengan ukuran yang terlihat jelas, disertai logo halal serta tanda sertifikasi dari MUI)	

Tabel 2. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel	
				Kinerja atribut	Kepentingan atribut
Kepuasan Konsumen  Merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.	Kualitas Merupakan pendefinisian seberapa baik produk gel cinau hitam dalam pikiran konsumen.		barang-barang yang diharamkan.	4 : jelas (terdapat logo halal serta sertifikasi dari MUI) 3 : cukup (terdapat logo halal) 2 : kurang jelas (tidak tercantum pada kemasan namun dengan melihat komposisi, masyarakat meyakini bahwa produk tersebut halal) 1 : tidak jelas (tidak terdapat pada kemasan dan masyarakat ragu akan kehalalannya)	Kepentingan atribut diukur dengan memberikan penilaian berdasarkan : Sangat penting : skor 5 Penting : skor 4 Cukup penting : skor 3 Kurang penting : skor 2 Tidak penting : skor 1
		Tanpa bahan pengawet	Keterangan yang menunjukkan bahwa produk gel cinau hitam bebas bahan pengawet.	5 : sangat jelas (tercantum pada kemasan, mudah ditemukan, serta meyakinkan) 4 : jelas (tercantum pada kemasan dan mudah ditemukan) 3 : cukup (tercantum pada kemasan dan mudah ditemukan, namun tulisan kurang jelas) 2 : kurang jelas (tercantum pada kemasan, namun letaknya sulit ditemukan) 1 : tidak jelas (tidak tercantum pada kemasan)	
		Volume	Ukuran isi dari tiap kemasan produk gel cinau hitam.	5 : sangat banyak (tidak habis dalam sekali konsumsi/dapat dikonsumsi berkali-kali) 4 : banyak (habis dalam sekali konsumsi serta pas/tidak lebih dan tidak kurang) 3 : cukup (habis dalam sekali konsumsi) 2 : sedikit (tidak mencukupi kebutuhan konsumsi) 1 : sedikit sekali (tidak mencukupi kebutuhan konsumsi dan tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan)	



Tabel 2. (Lanjutan)

Konsep	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel	
				Kinerja atribut	Kepentingan atribut
<p>Kepuasan Konsumen</p> <p>Merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.</p>	<p>Kualitas Merupakan pendefinisian seberapa baik produk gel cincau hitam dalam pikiran konsumen.</p>	<p>Ketersediaan tanggal kadaluarsa pada produk</p>	<p>Waktu yang ditetapkan dan menunjukkan bahwa produk gel cincau hitam sudah tidak dapat dikonsumsi</p>	<p>5 : sangat jelas (tercantum pada bagian yang mudah dilihat, huruf besar/jelas, tidak bertumpukan dengan gambar lainnya)</p> <p>4 : jelas (tercantum pada bagian yang mudah dilihat, huruf jelas)</p> <p>3 : cukup (tercantum pada bagian yang mudah dilihat, huruf kurang jelas)</p> <p>2 : kurang jelas (tidak terlihat/sulit ditemukan)</p> <p>1 : tidak jelas (tidak tercantum pada kemasan)</p>	<p>Kepentingan atribut diukur dengan memberikan penilaian berdasarkan :</p> <p>Sangat penting : skor 5</p> <p>Penting : skor 4</p> <p>Cukup penting : skor 3</p> <p>Kurang penting : skor 2</p> <p>Tidak penting : skor 1</p>