

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN
PRODUK SAYURAN SECARA *ONLINE*
DI PO. ELLFAZ *FRUITS & VEGETABLES***

***CONSUMERS SATISFACTION ON ONLINE PURCHASE
OF VEGETABLES PRODUCT
AT PO. ELLFAZ *FRUITS & VEGETABLES****

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Bisnis
Guna Memenuhi Sebagian Dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Oleh:

Febryanna Savitri

522107045



**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN
PRODUK SAYURAN SECARA *ONLINE*
DI PO. ELLFAZ FRUITS & VEGETABLES

CONSUMERS SATISFACTION ON ONLINE PURCHASE
OF VEGETABLES PRODUCT
AT PO. ELLFAZ FRUITS & VEGETABLES

TUGAS AKHIR

Oleh:

Febryanna Savitri
522017045

Laporan Tugas Akhir ini telah Diperiksa dan Disetujui Dosen Pembimbing
Pada Tanggal: 18 September 2022



Salatiga, 20 September 2022

Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana

Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Ir. Bayu Nuswantara, M.M.)

Dekan

(Dr. Tinjung Mary Prihtanti, S.P., M.P.)

ABSTRAK

Febryanna Savitri (522017045)

Pembimbing: Dr. Ir. Bayu Nuswantara, M.M

KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SAYURAN SECARA *ONLINE* DI PO. ELLFAZ *FRUITS & VEGETABLES*

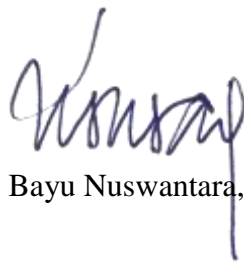
Skripsi, 45 Halaman

Tren berbelanja sayuran secara *online* menjadi alternatif bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Berkembangnya berbelanja sayuran secara *online* membuat konsumen dapat berbelanja secara lebih mudah kapanpun dan dimanapun mereka berada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen dalam berbelanja sayuran secara *online* dan menganalisis atribut-atribut produk sayuran yang dianggap penting oleh konsumen terhadap pembelian sayuran secara *online* di PO. Ellfaz Fruits & Vegetables. Penelitian ini dilakukan di PO. Ellfaz *Fruits & Vegetables* yang berlokasi di Desa Jimbaran Kecamatan Bandungan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* sebanyak 60 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian ini menggunakan 10 atribut produk yakni keragaman, warna, kesegaran, tampilan, ukuran, kecepatan, keramahan, kemudahan, jaminan dan harga. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Tingkat Kepuasan konsumen terhadap pembelian produk secara *online* sebesar 78,97%, yang menunjukkan secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan atribut-atribut produk sayuran yang ada di PO. Ellfaz *Fruits & Vegetables*. Atribut produk sayuran yang menjadi prioritas utama (Kuadran I) adalah atribut kesegaran, atribut produk yang perlu dipertahankan (Kuadran II) adalah atribut keragaman, warna, keramahan dan kemudahan, atribut produk sayuran yang memiliki prioritas rendah (Kuadran III) adalah tampilan, jaminan dan ukuran, serta atribut produk sayuran yang berlebih (Kuadran IV) adalah atribut harga dan kecepatan.

Kata kunci: *customer satisfaction index, importance performance analysis, kepuasan konsumen, sayuran.*

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Ir. Bayu Nuswantara, M.M

ABSTRACT

Febryanna Savitri (522017045)

Supervisor: Dr. Ir. Bayu Nuswantara, M.M.

CONSUMERS SATISFACTION ON ONLINE PURCHASE OF VEGETABLES PRODUCT AT PO. ELLFAZ FRUITS & VEGETABLES

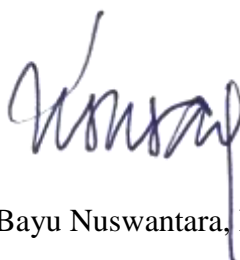
Thesis, 45 Pages

The trend of shopping for vegetables online is an alternative for people to fulfill their needs. The development of online vegetable shopping has made it easier for consumers to shop whenever and wherever they are. This study aims to analyze the level of consumer satisfaction in shopping for vegetables online and analyze the attributes of vegetable products that are considered important by consumers towards purchasing vegetables online at PO. Ellfaz Fruits & Vegetables. This research was conducted in PO. Ellfaz Fruits & Vegetables which is located in Jimbaran Village, Bandungan District. The research method used is descriptive quantitative research with purposive sampling technique as many as 60 respondents. The data analysis technique used is the Customer Satisfaction Index (CSI) analysis and the Importance Performance Analysis (IPA) method. This study uses 10 product attributes, namely diversity, color, freshness, appearance, size, speed, friendliness, convenience, guarantee and price. The results of this study indicate that the level of consumer satisfaction with the purchase of vegetable products online is 78.97%, which shows that overall consumers are satisfied with the attributes of vegetable products in PO. Ellfaz Fruits & Vegetables. The attributes of vegetable products that are the main priority (Quadrant I) are freshness attributes, product attributes that need to be maintained (Quadrant II) are attributes of diversity, color, friendliness and convenience, attributes of vegetable products that have low priority (Quadrant III) are appearance, guarantee and size, as well as excessive vegetable product attributes (Quadrant IV) are price and speed attributes.

Keywords: *customer satisfaction index, importance performance analysis, customer satisfaction, vegetables.*

Approved by:

Supervisor



Dr. Ir. Bayu Nuswantara, M.M

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahkan banyak nikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir yang berjudul “KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SAYURAN SECARA *ONLINE* DI PO. ELLFAZ *FRUITS & VEGETABLES*” ini dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini, antara lain:

1. Dr. Tinjung Mary Prihtanti, S.P, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) dan selaku penguji pada sidang tugas akhir yang telah membantu penulis.
2. Dr. Ir. Yuliawati M.P selaku Ketua Program Studi Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) dan sekaligus wali studi dan penguji tugas akhir yang senantiasa membantu penulis dalam menjalani perkuliahan.
3. Dr. Ir. Bayu Nuswantara, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran dalam mengerjakan laporan tugas akhir ini.
4. Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana, sebagai tempat untuk belajar sampai dengan dapat menuliskan tugas akhir ini.
5. PO. Ellfaz Fruits & Vegetables yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melaksanakan penelitian sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Keluarga tercinta, kedua orang tua, kakak dan adik penulis yang telah memberikan semua dukungan, kasih sayang, semangat dan doa dalam penyelesaian laporan tugas akhir.
7. Teman-teman terdekat penulis, Agnes Marsela, Elisa Lintang, Maria Vania, Andeansyah M Galih dan teman-teman seperjuangan lainnya yang telah membantu dan memberi semangat kepada penulis dari awal penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung proses penelitian hingga penyusunan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan tugas akhir ini masih memiliki kekuarangan didalamnya. Oleh karena itu, peneliti sangat berharap adanya saran dan kritik untuk menyempurnakan penulisan tugas akhir ini. Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Salatiga, 18 September 2022



Febryanna Saviri



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.1.1 Berbelanja <i>Online</i>	5
2.1.2 Kepuasan Konsumen	6
2.1.3 Dimensi Kepuasan Konsumen	7
2.2 Segmen Pasar Konsumen Produk Sayuran	9
2.3 Penelitian Terdahulu	10
2.4 Kerangka Pemikiran	12
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	14
3.2 Jenis dan Metode Penelitian	14
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	14
3.4 Teknik Pengumpulan Data	15
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	16
3.6 Metode Analisis	17

3.6.1 Analisis Deskriptif	17
3.6.2 Uji Instrumen Data	18
3.6.3 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	19
3.6.4 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum	24
4.1.1 Perkembangan PO. Ellfaz <i>Fruits & Vegetables</i>	24
4.1.2 Struktur Organisasi	27
4.1.3 Visi dan Misi PO. Ellfaz <i>Fruits & Vegetables</i>	28
4.2 Segmen Pasar Konsumen Produk Sayuran	28
4.2.1 Jenis Kelamin	29
4.2.2 Usia	29
4.2.3 Pendidikan.....	30
4.2.4 Pekerjaan	31
4.2.5 Pendapatan Per Bulan	31
4.3 Uji Instrumen Data	32
4.3.1 Uji Validitas	32
4.3.2 Uji Reliabilitas	34
4.4 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	34
4.5 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	38
4.5.1 Kuadran I (Prioritas Utama).....	40
4.5.2 Kuadran II (Pertahankan Prestasi)	40
4.5.3 Kuadran III (Prioritas Rendah)	42
4.5.4 Kuadran IV (Berlebih)	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	17
Tabel 3.2 Kriteria Indeks Kepuasan Konsumen	20
Tabel 3.3 Skor Penilaian Tingkat Kepentingan dan Kinerja.....	21
Tabel 4.1 Daftar Sayuran dan Buah	24
Tabel 4.2 Segmen Pasar Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.3 Segmen Pasar Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.4 Segmen Pasar Berdasarkan Pendidikan	30
Tabel 4.5 Segmen Pasar Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4.6 Segmen Pasar Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	32
Tabel 4.7 Uji Validitas Penilaian Tingkat Harapan	33
Tabel 4.8 Uji Validitas Penilaian Tingkat Kinerja.....	33
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.10 Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	35
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harapan (Y)	36
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kinerja (X).....	37
Tabel 4.13 Nilai Rata-Rata Atribut Berdasarkan Tingkat Harapan dan Kinerja ..	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 3.3 Diagram Kartesius Tingkat Harapan dan Kinerja.....	22
Gambar 4.1 PO Ellfaz <i>Fruits & Vegetables</i>	25
Gambar 4.2 Mapping Penyebaran Konsumen PO. Ellfaz <i>Fruits & Vegetables</i> ...	26
Gambar 4.3 Mapping Toko PO. Ellfaz <i>Fruits & Vegetables</i>	26
Gambar 4.4 Struktur Organisasi PO. Ellfaz <i>Fruits & Vegetables</i>	27
Gambar 4.5 Diagram Kartesius Hasil <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) .	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2. Data Mentah	54
Lampiran 3. Data CSI dan IPA	58
Lampiran 4. Hasil olah data CSI.....	60
Lampiran 5. Hasil olah Data IPA.....	62
Lampiran 6. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	63
Lampiran 7. Dokumentasi Dengan Pemilik.....	64
Lampiran 8. Daftar Harga Sayuran	65
Lampiran 9. Dokumentasi Produk Sayuran	66

