

**KEPUASAN KONSUMEN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SINGKONG KEJU D-9 DI KOTA SALATIGA**

***CONSUMER SATISFACTION IN PURCHASE DECISION OF
SINGKONG KEJU D-9 PRODUCTS IN SALATIGA CITY***

**LAPORAN
TUGAS TALENTA UNGGUL**

Oleh:

AMIANUS TSUGUMOL

522023701

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian



**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**KEPUASAN KONSUMEN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SINGKONG KEJU D-9 DI KOTA SALATIGA**

***CONSUMER SATISFACTION IN PURCHASE DECISION OF
SINGKONG KEJU D-9 PRODUCTS IN SALATIGA CITY***

**LAPORAN
TUGAS TALENTA UNGGUL**

Oleh:
AMIANUS TSUGUMOL
522023701

Laporan Tugas Talenta Unggul ini telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing
Pada Tanggal: 25 Januari 2024



Mengesahkan,
Salatiga, 25 Januari 2024
Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana

Pembimbing

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

Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis

(Dr. Ir. Bistok Hasiholan Simanjuntak, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas karunia dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan tugas talenta unggul dengan judul “**Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Produk Singkong Keju D-9 Di Kota Salatiga**”. Penulisan Tugas Talenta Unggul merupakan salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana di Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana.

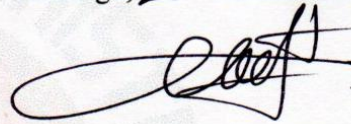
Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan laporan Tugas Talenta Unggul (TTU) ini yaitu:

1. Bapak Dr. Ir. Bistok Hasiholan Simanjuntak, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis yang telah membantu dalam menjalani perkuliahan.
2. Ibu Dr. Maria, SP., M.P.. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertaniandan Bisnis yang telah membantu penulis dalam menjalani perkuliahan.
3. Ibu Dr. Ir. Yuliawati, M.P., dan ibu Liska Simamora, S.P., M.Sc., yang telah memberikan masukan dan saran saat proses review Tugas Talenta Unggul.
4. Bapak Dr. Ir. Bayu Nuswantara, M.M., selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan dan kesabaran dalam penyusunan laporan TTU ini.
5. Pihak Singkong keju D-9 yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di kampung singkong keju Kota Salatiga juga memberi informasi sehingga dapat terselesaikannya laporan TTU ini.
6. Keluarga tercinta, kedua orang tua, kakak-kakak dan adik-adik penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan secara materi maupun immaterial demi kelancaran penyusunan laporan TTU ini.
7. Untuk teman-teman terdekat penulis, Budi Handoko, Tsevanus, Pinus dan teman-teman seperjuangan lainnya yang telah membantu dan memberi semangat kepada penulis dari awal penyusunan hingga penyelesaian laporan Tugas Talenta Unggul ini.

8. Teman-teman dikontrakan Puncak Papua Amsal, Kristo, Mely, Otex, Beni yang telah bersedia membantu penulis dalam proses pengumpulan data penelitian dan juga selalu mau mendengar keluh kesah dan memberikan nasihat dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Talenta Unggul ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung proses penelitian hingga penyusunan Tugas Talenta Unggul ini.

Penulis menyadari akan kekurangan dalam penulisan laporan Tugas Talenta Unggul ini baik secara isi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritikan dan saran agar Tugas Talenta Unggul ini bermanfaat bagi para pembaca. Akhir kata, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Salatiga, 26 Januari 2024



Amianus Tsugumol

ABSTRAK

Nama /NIM : Amianus Tsugumol/522023701

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

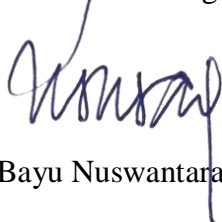
KEPUASAN KONSUMEN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SINGKONG KEJU D-9 DI KOTA SALATIGA

Tugas Talenta Unggul, 50 halaman

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen, mengetahui gambaran proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen, menganalisis indeks kepuasan konsumen terhadap atribut singkong keju D-9, dan menganalisis kepuasan konsumen dan posisi atribut singkong keju D-9. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2023 sampai dengan Agustus 2023. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis *customer satisfaction index* (CSI) dan *analisis importance and performance analysis* (IPA). Kesimpulan penelitian ini menunjukkan: 1) Karakteristik konsumen Singkong Keju D-9 perempuan 72%, usia 21 – 30 tahun sebesar 30%, berpendidikan sarjana sebesar 60%, pekerjaan ibu rumah tangga dan pegawai swasta masing-masing 24%. 2) Proses pengambilan keputusan konsumen terhadap pembelian singkong keju di Singkong Keju D-9 dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan pasca-pembelian. 3) Hasil analisis CSI menunjukkan nilai indeks kepuasan sebesar 86,98% yang berarti konsumen yang membeli Singkong Keju D-9 masuk dalam kategori sangat puas, dan 4) Hasil IPA menunjukkan atribut produk Singkong Keju D-9 yang masuk dalam kuadran I, yaitu atribut instagram, facebook, brosur, dan proses pembayaran. Atribut yang masuk di kuadran II, yaitu atribut merek, kualitas, keberagaman, kemasan, tampilan fisik, dan kesesuaian harga. Atribut yang masuk di kuadran III, yaitu otentik, kehandalan, jaminan, harga dibanding pesaing dan empati. Atribut yang masuk di kuadran IV yaitu atribut daya tanggap dan harga terjangkau

Kata Kunci: keputusan pembelian, singkong keju, *customer satisfaction index* (CSI), *importance performance analysis* (IPA)

Disetujui,
oleh Pembimbing



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

ABSTRACT

Name /Nim : Amianus Tsugumo1/522023701
Supervisor : Dr. Ir. Bayu Nuswantara, M.M

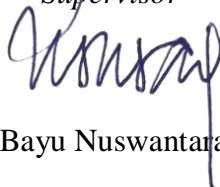
CONSUMER SATISFACTION IN PURCHASE DECISION OF SINGKONG KEJU D-9 PRODUCTS IN SALATIGA CITY

Excellent Talent Assignment: 50 pages

This research aims to determine the characteristics of consumers, describe of purchasing decision making process by consumers, analyze the consumer satisfaction index for singkong keju D-9 attribute, and analyze consumer satisfaction and the position of singkong keju D-9 attribute. The research will be carried out from July 2023 to August 2023. The sampling technique uses convenience sampling with a sample size of 50 respondent. The data analysis technique uses customer satisfaction index (CSI) analysis and importance and performance analysis (IPA). The conclusions of this research shows: 1) Characteristics of singkong keju D-9 consumers: 72% women, 30% aged 21 - 30 years, 60% with a bachelor's degree, as well as housewives and private employees 24% each. 2) The consumer decision making process regarding purchasing cassava cheese at singkong keju D-9 starts from recognizing needs, searching for information, evaluating alternatives, purchasing decisions, and post-purchase. 3) The results of CSI analysis show a satisfaction index value of 86.98%, which means that consumers who buy singkong keju D-9 are in the very satisfied category, and 4) The IPA results show that the singkong keju D-9 product attributes are included in quadrant I, namely the attributes of instagram, facebook, booklet and payment processes. The attributes included in quadrant II are brand, quality, variety, packaging, tangible and price suitability. The attributes included in quadrant III are authentic, reliability, assurance, price compared to competitors and empathy. The attributes included in quadrant IV are the attributes of responsiveness and affordable prices

Keywords: purchasing decisions, cassava cheese, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA)

Approved by:
Supervisor



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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pemasalahan Penelitian	3
1.3 Tujuan Penelitian... ..	3
1.4 Signifikasi Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kerangka Teoritis.....	5
2.1.1 Manfaat buah bagi tubuh.....	5
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	5
2.1.3 Karakteristik Konsumen.....	6
2.1.4 Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	7
2.1.5 Kepuasan Konsumen	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	14
BAB III. METODE PENELITIAN	16
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian... ..	16
3.2 Jenis dan Metode Penelitian... ..	16
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data	17

3.5	Jenis dan Sumber Data	18
3.6	Teknik Analisis Data.....	18
3.6.1	Analisis Deskriptif... ..	18
3.6.2	Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	18
3.6.3	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	19
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		23
4.1	Profil Perusahaan Singkong Keju D-9	23
4.2	Gambaran Umum Responden.....	23
4.3	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
4.3.1	Pengenalan Kebutuhan.....	27
4.3.2	Pencarian Informasi	29
4.3.3	Evaluasi	31
4.3.4	Pembelian	31
4.3.5	Hasil.....	32
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	33
4.5	Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	34
4.6	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	41
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	46
5.2	Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA		48
LAMPIRAN		51

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu...	11
3.1 Skor Penilaian Tingkat Kepentingan dan Kinerja	20
4.1 Profil Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	25
4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia Responden	25
4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	25
4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	26
4.5 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan	26
4.6 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	26
4.7 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	27
4.8 Seberapa Penting Bagi Setiap Orang Untuk Mengonsumsi Singkong	27
4.9 Manfaat Mengonsumsi Singkong	28
4.10 Alasan/Motivasi Utama Tertarik Membeli Singkong di Singkong Keju D-9	29
4.11 Pengambil Keputusan dalam Membeli Singkong Keju D-9	29
4.12 Dari Mana Anda Tahu Tentang (Pembelian) Singkong Keju D-9	30
4.13 Media Informasi Yang Paling Mempengaruhi Pembelian Singkong Keju D-9	30
4.14 Pengaruh Penjual Dalam Membeli Singkong Keju D-9	30
4.15 Seberapa Jauh Iklan/Promosi Mempengaruhi Anda Dalam Membeli Singkong Keju D-9	31
4.16 Pertimbangan-Pertimbangan Untuk Membeli Singkong Keju D-9	31
4.17 Bagaimana Memutuskan Untuk Membeli Singkong Keju D-9	31
4.18 Pertimbangan Apakah Yang Anda Gunakan Dalam Memilih Tempat Pembelian Singkong Keju D-9	32
4.19 Berapa Kali Frekuensi Anda Membeli Singkong Keju D-9	32
4.20 Kepuasan dalam Membeli Singkong Keju D-9	33
4.21 Minat Untuk Membeli Lagi di Tempat Yang Sama	33

4.22 Hasil Uji Validitas	33
4.23 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
4.24 Hasil Perhitungan MIS dan MSS	36
4.25 Hasil Perhitungan Weight Factor (WF).....	37
4.26 Hasil Perhitungan Weight Score (WS).....	38
4.27 Rata-rata Nilai Kinerja dan Harapan	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	14
3.1 Diagram Kartesius Tingkat Kinerja dan Harapan	20
4.1 Produk Singkong Keju D-9.....	24
4.2 Diagram Kartesius Tingkat Harapan dan Kinerja Atribut Produk Singkong Keju D-9	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisoner Penelitian	51
Lampiran 2	Dokumentasi Tempat Penelitian.....	57
Lampiran 3	Daftar Harga dan Menu	60
Lampiran 4	Dokumentasi Penyebaran Kuisoner.....	61
Lampiran 5	Karakteristik Responden.....	62
Lampiran 6	Data Kinerja dan harapan	66
Lampiran 7	Uji Relibilitas dan Validitas.....	70
Lampiran 8	Hasil Olah Data CSI	78
Lampiran 9	Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	79

