

## **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN CABE MERAH DI PASAR BENAI KECAMATAN BENAI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI**

**Muhammad Azwan<sup>1</sup>, Nariman Hadi<sup>2</sup> dan Chezy WM. Vermila<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UNIKS

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UNIKS

### **ABSTRACT**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja konsumen terhadap produk cabe merah di Pasar Benai. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen yang membeli cabe merah yang ada di Pasar Benai. Metode dalam penelitian ini adalah metode skala likert, Important dan Performance Anaysis (IPA), dan metode indeks Kepuasan Pelanggan atau *Costumer Satisfaction Indeks* (CSI). Hasil Penelitian menunjukkan Tingkat kepentingan konsumen cabe merah di Pasar Benai Kecamatan Benai dengan rata-rata 109,9 dengan kriteria skor sangat penting. Dan tingkat kinerja konsumen cabe merah di Pasar Benai yaitu dengan jumlah rata-rata 108,9 dengan kriteria sangat puas, dan hasil analisa CSI tingkat kepuasan konsumen sangat puas terhadap dengan nilai indeks kepuasan konsumen adalah sebesar 91,07 %. Dimana nilai ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 75% - 100% yaitu termasuk pada kriteria sangat puas terhadap produk cabai merah di Pasar Benai. Atribut cabai yang priorias utama adalah harga dan rasa, atribut yang berada di prioritas prestasi adalah kualitas, warna, dan kebersihan, atribut yang berada di prioritas rendah adalah pelayanan, dan atribut yang dinyatakan berlebihan adalah ukuran.

Kata Kunci : *Kepuasan Konsumen, Cabe Merah, IPA, CSI*

## **ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION IN PURCHASE OF RED CHILLIES IN BENAI MARKET, BENAI DISTRICT, KUANTAN SINGINGI REGENCY**

### **ABSTRACT**

This study aims to determine the level of interest and consumer performance of red chili products in Benai Market. To analyze the level of satisfaction of consumers who buy red chillies in Benai Market. The methods in this study are the Likert scale method, Important and Performance Analysis (IPA), and the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The results showed that the level of consumer interest of red chili in Benai Market, Benai District with an average of 109.9 with a very important score criteria. And the level of performance of red chili consumers in Benai Market is with an average number of 108.9 with very satisfied criteria, and the results of CSI analysis of consumer satisfaction levels are very satisfied with the consumer satisfaction index value of 91.07%. Where this value is in the consumer satisfaction index range of 75% - 100%, which is included in the criteria for being very satisfied with red chili products at Benai Market. The attributes of chili that have the main priority are price and taste, the attributes that are in the priority of achievement are quality, color, and cleanliness, the attributes that are in the low priority are service, and the attributes that are declared excessive are size.

Keywords : Consumer Satisfaction, Red Chili, IPA, CSI

### **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara agraris yang mengandalkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencarian. Sektor pertanian sangat penting dalam perekonomian nasional dikarenakan hampir sebagian besar penduduk Indonesia hidup di pedesaan dengan mata pencarian sebagai petani. Selain memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap

pendapatan nasional Indonesia, sebagian ekspor Indonesia juga berasal dari sektor pertanian, sehingga sektor pertanian mempunyai peranan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan penyediaan kebutuhan sandang dan pangan bagi penduduk (Wibowo, 2012).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, produsen harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda (Sunnyoto, Danang. 2013).

Di Kecamatan Benai, tepatnya di Pasar Benai cabe merah sangat diminati. Pedagang yang berjualan cabe merah berjumlah kurang lebih 29 orang umumnya pedagang berasal dari luar daerah maupun pedagang lokal. Cabe merah di Pasar Benai umumnya memiliki perbedaan dari segi Harga cabe merah, Kualitas

cabe, Rasa /Tingkat kepedasan, Ukuran cabe merah, kebersihan dan Pelayanan

Masalah yang ada terhadap penjualan cabe merah adalah harga cabe merah yang berfluktuasi, selain itu kualitas cabe yang ada di Kuantan Singingi juga beragam sesuai dengan sumbernya, hal ini dapat dilihat dari kualitas cabe yang berasal dari luar daerah Kabupaten Kuantan Singingi memiliki kualitas yang lebih baik daripada cabe yang berasal dari dalam daerah Kabupaten Kuantan Singingi, seperti rasa dan ukuran dari cabe yang berasal dari luar Kabupaten Kuantan Singingi lebih pedas dan ukurannya lebih kecil dibandingkan dengan Cabe yang berasal dari dalam Kabupaten Kuantan Singingi.

Kebersihan tempat penjualan juga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, hal ini disebabkan karena tempat penjualan yang bersih akan meningkatkan minat pembeli untuk datang ke lokasi penjualan cabe merah.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat**

Penelitian ini telah dilaksanakan enam bulan, yang dimulai dari bulan Juli 2020 hingga bulan Desember 2020. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Benai pada hari Kamis, Kecamatan Benai, Kabupaten Kuantan Singingi

### **Metode Penentuan Responden**

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* (teknik pengambilan sampel secara sengaja) dan konsumen secara dadakan (*Accidental Sampling*).

Metode *Purposive Sampling* adalah teknik yang dilakukan untuk menentukan sampel harus memperhatikan dan menggunakan sebuah teknik dalam menetapkan sampel yang akan di ambil sebagai subjek penelitian dan *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, Jumlah pedagang 3 orang masing-masing di ambil konsumen secara acak sebanyak 10 orang maka total yang menjadi sampel yaitu sebanyak 30 orang.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi

langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci (Supomo 2010).

Data sekunder merupakan data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk. Biasanya sumber data ini lebih banyak sebagai data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan dalam statistik biasanya tersedia pada kantor-kantor pemerintahan, biro jasa data, perusahaan swasta atau badan lain yang berhubungan dengan penggunaan data (Moehar, 2002).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara (*interview*) yaitu teknik pengumpulan data dengan tanya jawab pada responden menggunakan kuisisioner yang telah di sediakan.
2. Pencatatan, teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yaitu dengan mencatat data yang ada pada instansi

pemerintah atau lembaga yang terkait dengan penelitian ini.

3. Observasi, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti.

### Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif di sajikan dalam uraian atau deskriptif, sedangkan data kuantitatif akan disajikan dalam bentuk tabulasi. Perhitungan data dilakukan pada Microsoft Excel. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa Skala Likert, *Important* dan *Performance*

### Metode Skala Likert's Summated Rating (SLR)

Tabel Skor Konsumen Pada Cabe Merah

No	Kategori	Skor
1	Sangat Puas	4
2	Puas	3
3	Kurang Puas	2
4	Tidak Puas	1

Analisis sikap untuk masing-masing responden yaitu jumlah pertanyaan 7, dan skor tertinggi 4 dan skor terenda 1, maka besar kisaran penghitungannya adalah : dari total nilai

Skor maksimum – Skor minimum – 0,01

Jumlah Kategori

Skor Maksimal = Jumlah Atribut x Skor Maksimum  
 = 7 x 4  
 = 28

Skor minimal = Jumlah Atribut x Skor Minimum  
 = 7 x 1  
 = 7

Besar kiraan =  $\frac{28-7}{4} - 0,01 = 5,24$

Tabel Indikator dan skor penilaian :

Indicator	Tidak Puas	Kurang Puas	Puas	Sangat Puas
Besar Kisaran	7-12,24	12,25 – 17,49	17,50-22,74	22,75-28,00

### Metode Importance and Performance Analysis (IPA)

Tingkat kepentingan dari dimensi-dimensi bauran pemasaran adalah untuk mewakili

*Anaysis* (IPA), dan metode indeks Kepuasan Pelanggan atau *Costumer Satisfaction Indeks* (CSI).

### Metode Deskriptif Kualitatif

Metode Deskriptif Kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menghitung karakteristik umum responden (Konsumen) Cabe Merah data kualitatif yang dihasilkan dari kuisioner dan wawancara ditabulasikan dalam kerangka tabel kemudian dianalisis. Karakteristik umum responden yang dilihat dalam penelitian ini adalah umur, pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, pendapatan keluarga.

skala tersebut dikelompokkan menjadi 4 kategori yakni sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas. untuk mendapatkan 4 kategori tersebut dilakukan dengan menggunakan Rumus :

tingkat kinerja yang diharapkan oleh konsumen. Untuk tingkat kinerja dan tingkat kepentingan diberi skor atau bobot sebagai berikut :

Tabel Nilai Bobot Tingkat Kepentingan (Y)

No	Tingkat Kepentingan(Y)	Skor (bobot)
1.	Tidak Penting	1
2.	Kurang Penting	2
3.	Penting	3
4.	Sangat Penting	4

Tabel Nilai Bobot Tingkat Kinerja (X)

No	Tingkat Kinerja(X)	Skor (bobot)
1.	Tidak Puas	1
2.	Kurang Puas	2
3.	Puas	3
4.	Sangat Puas	4

Dalam analisis data tersebut terdapat dua buah variable yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X menunjukkan ranting kinerja suatu produk, sementara Y menunjukkan tingkat kepentingan konsumen. Bobot penilaian atribut produk setiap responden (Xi) dan bobot penilaian kepentingan setiap responden (Yi) di

rata-rata dan di formulasikan dalam diagram kartesius. Masing-masing atribut diposisikan dalam sebuah diagram, dimana skor rata-rata penilaian terhadap kinerja (X) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X, sementara posisi atribut sumbu Y ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan atribut (Y). Dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum yi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut produk

$\bar{Y}$  = bobot rata-rata peniaian kepentingan pelanggan

$Xi$  = Bobot Penilaian Atribut Produk

$Yi$  = Bobot penilaian kepentingan

$n$  = jumlah responden

### Konsep Operasional

Adapun konsep operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mempersamakan persepsi mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Konsumen adalah orang yang melakukan pembelian Cabe Merah di Pasar Benai pada hari kamis minggu pertama bula september 2020
2. Variable atau atribut diukur adalah harga, rasa, ukuran, kualitas, warna kebersihan dan pelayanan terhadap produk cabai merah di Pasar Benai.
3. Responden yang dipilih sebagai konsumen cabai merah pada saat penelitian.
4. Pendidikan adalah pendidikan yang terakhir yang dicapai atau yang sedang ditempuh oleh sampel (Tahun).

5. Kepuasan konsumen adalah sebagai hasil penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkannya (tingkat kepentingan) pada produk cabai merah di Pasar Benai.
6. Pendapatan Keluarga adalah jumlah penghasilan riil dari seluruh anggota rumah tangga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perseorangan dalam rumah tangga.
7. Pekerjaan adalah segala sesuatu yang dikerjakan oleh manusia dengan berbagai tujuan.
8. Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu.
9. Karakteristik konsumen adalah bentuk dan sikap konsumen terhadap atribut fisik cabe merah.
10. Cabe merah merupakan salah satu jenis tanaman hortikultura penting secara

- komersial, hal ini disebabkan selain cabai memiliki kandungan gizi yang cukup lengkap juga memiliki nilai ekonomis tinggi yang banyak digunakan baik untuk konsumsi rumah tangga maupun untuk keperluan industri makanan
11. Karakteristik produk adalah bentuk, ciri, maupun citra atau kesan yang ada pada produk cabai merah.
  12. Persepsi konsumen adalah tanggapan atau pendapat konsumen terhadap atribut cabai merah.
  13. Harga cabai adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk pembelian cabai merah di Pasar Benai
  14. Rasa cabai adalah sensasi yang diterima oleh lidah konsumen cabai merah di pasar Benai
  15. Kualitas cabai adalah dengan melihat indikator diantaranya warna, ukuran, dan rasa.
  16. Ukuran cabai adalah besar kecilnya cabai merah di Pasar Benai.
  17. Warna cabai adalah tampilan cabai merah di Pasar Benai.
  18. Kebersihan adalah tampilan tempat penjualan cabai merah di Pasar Benai.
  19. Pelayanan adalah sikap penjual dalam melayani pembeli cabai merah di Pasar Benai

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Umum Responden Cabai Merah

#### Usia

Tabel Data Responden Usia Konsumen Cabai Merah di Pasar Benai Kecamatan Benai 2020.

No	Rentan Umur Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	<25	4	13,33
2	26-50	19	63,33
3	>51	7	23,33
Jumlah		30	100

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa besar konsumen Cabai Merah ini berada pada kelompok Usia antara <25 tahun yaitu sebanyak 4 jiwa dengan jumlah persentase yang sedikit (13,33%), sedangkan yang jumlah Usia pada responden Cabai Merah 26-50 tahun berjumlah 19 jiwa (63,33%), dan kelompok >51

memiliki presentase sebesar (23,33%) dengan jumlah 7 jiwa. Pada usia 26-50 ini merupakan umur paling produktif dimana pola pikir masih bisa menerima informasi karena adanya keinginan untuk pola konsumsinya terhadap Cabai Merah.

#### Pendidikan

Tabel Data Responden Pendidikan Konsumen Cabai Merah di Pasar Benai, Kecamatan Benai.

No	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase %
1	7-9	2	6,67
2	10-12	17	56,67
3	>13	11	36,67
Jumlah		30	100

Pendidikan responden pada penelitian ini yang paling terbanyak pada tingkat pendidikan yaitu 10-12 tahun dengan jenjang SMA yaitu sebanyak 17 jiwa dengan jumlah persentasenya 56,67%, Sedangkan

PascaSarjana (13) sebanyak 11 jiwa dengan persentase 36,67%, pendidikan yang paling rendah adalah tingkat SMP yang berjenjang 7-9 sebanyak 2 jiwa dengan persentase 6,67%.

### Pekerjaan

Tabel Data Responden Pekerjaan Konsumen Cabe Merah di Pasar Benai Kecamatan Benai 2020.

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Wirausaha	7	23,33
2.	PNS	6	20,00
3.	Petani	2	6,67
4.	IRT	15	50,00
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 30 orang responden tersebut yang menjadi sampel dalam penelitian ini, sebagian besar bekerja sebagai IRT sebanyak 15 jiwa dengan jumlah persentasenya (50,00%), pekerjaan Petani memiliki jumlah sebanyak 2 jiwa dan dengan jumlah persentase sebesar (6,67%), sedangkan pekerjaan dibagian PNS memiliki jumlah sebanyak 6 jiwa dengan persentase (20,00%), dan Wirausaha memiliki persentase

(23,33%). Dari pekerjaan, jumlah jiwa, dan persentase pada responden cabe merah ini dapat disimpulkan bahwa pekerjaan yang paling tinggi jumlahnya yaitu terdapat pada pekerjaan IRT yang memiliki jumlahnya sebanyak 15 jiwa dengan persentasenya sebesar 50,00%. Sedangkan pekerjaan responden cabe merah ini yang paling rendah jumlahnya yaitu pada pekerjaan Petani dengan jumlahnya sebanyak 2 jiwa dengan persentase sebesar 6,67%.

### Pendapatan Keluarga

Tabel Data responden Pendapatan Konsumen Cabai Merah di Pasar Benai Kecamatan Benai 2020.

No	Pendapatan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1.	Rp 500.000- < 1.000.000	4	13,33
2.	Rp 1.000.000- 2.500.000	24	80,00
3.	Rp 2.600.000 – 3.200.000	2	6,67
Jumlah		30	100

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa kategori/kriteria pendapatan per bulan pada responden cabai merah yang paling banyak ditempati oleh responden yang memiliki pendapatan > Rp 1.500.000 yaitu sebanyak 26

jiwa (86,67%), pendapatan yang Rp 500.000.00 - 1.000.000.00 sebanyak 4 jiwa (13.33%) dan pendapatan yang paling sedikit ditempati oleh responden yang memiliki pendapatan Rp 500.000 - 1.000.000 yaitu hanya 4 jiwa.

### Jumlah Anggota Keluarga

Tabel Data Responden jumlah Anggota Keluarga Konsumen Cabai Merah di Pasar Benai Kecamatan Benai 2020.

No	Jumlah Keluarga	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1-2 orang	7	23,33
2	2-4 orang	8	26,67
3	4-6 orang	8	26,67
4	>6	7	23,33
Jumlah		30	100

Berdasarkan tabel 16 diatas dapat dilihat bahwa jumlah keluarga responden yang membeli cabai merah berada pada kisaran < 2 dengan jumlah jiwa 7 (23,33%), selanjutnya jumlah keluarga responden cabai merah yang paling banyak jumlah jiwa nya yaitu dengan kisaran 3 dan 4 yang memiliki jumlah sama-sama 8 jiwa dengan persentasenya sebesar (26,67%).

Jumlah anggota keluarga akan berpengaruh terhadap kepuasan dalam pembelian cabai merah di Pasar Benai. Jumlah anggota keluarga yang sedikit akan cenderung mengkonsumsi cabai dalam jumlah kecil, hal ini dikarenakan konsumsi keluarga juga kecil. Dan sebaliknya, jumlah anggota keluarga yang banyak akan cenderung mengkonsumsi cabai dalam jumlah banyak, hal ini karena jumlah konsumsi bahan pokok yang tinggi.

### Analisis IPA (*Important Performance Analysis*)

#### Analisis Kepentingan Cabai Merah

Tabel 17. Tingkat kepentingan atribut Cabe Merah

Untuk melihat tingkat kepentingan atribut cabe merah ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Atribut	Skor	Kriteria	Persentase %
Harga	26,13	Sangat Penting	15,73
Rasa	25,90	Sangat Penting	15,59
Kualitas	26,37	Sangat Penting	15,87
Ukuran	20,30	Penting	12,22
Wama	25,90	Sangat Penting	15,59
Kebersihan	26,13	Sangat Penting	15,73
Pelayanan	15,40	Kurang Penting	9,27
<b>Total</b>	<b>166,13</b>		<b>100</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>23,7</b>	<b>Sangat Penting</b>	<b>14,3</b>

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa analisis IPA yang diakukan diperoleh bahwa atribut harga memiliki skor 26,13 dan dikategorikan sangat penting. Hal ini dikarenakan jika harga naik maka konsumen akan mengurangi pembelian cabai merah, dan apabila harga turun maka konsumen akan menambah pembelian cabai merah. Jika harga cabe merah tersebut turun maka konsumen akan lebih puas dengan harganya, dan jika harga cabe merah tersebut naik maka

konsumen kurang puas terhadap harga cabe merah.

Berdasarkan hasil tingkat kepentingan bagi konsumen, atribut rasa pada cabai merah dengan kategori skor 25,90 dengan kriteria skor sangat penting. Hal ini dikarenakan konsumen akan memilih cabai dengan rasa yang pedas dibandingkan dengan rasa yang tidak pedas. Sehingga cabai yang pedas akan mempengaruhi jumlah konsumen dalam

melakukan pembelian cabai merah di Pasar Benai.

Atribut kualitas memiliki skor 26,37 dengan kategori skor sangat penting. Hal ini dikarenakan konsumen akan memilih cabe dengan kualitas yang masih segar dibandingkan memilih cabai yang mulai mengering. Apabila cabai tersebut sudah mulai mengering, maka konsumen tidak berminat terhadap cabai tersebut.

Atribut ukuran memiliki skor 20,30 dengan kriteria skor sangat penting bagi konsumen dalam pembelian cabai merah, karena atribut ukuran ini mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli cabe merah tersebut sehingga konsumen merasa penting daian melakukan pembelian dari segi atribut ukuran cabe. Ukuran cabai yang panjang dengan ukuran 12-14 cm akan menarik perhatian konsumen dari pada yang berukuran 6-8 cm.

Atribut warna memiliki skor 25,90 dengan kriteria skor sangat penting bagi konsumen dalam pembelian cabe merah, hal ini dikarenakan cabai dengan warna dengan merah kilat akan menarik minat konsumen daripada cabai dengan warna orange atau cabai yang kurang merah.

Atribut kebersihan memiliki skor yang paling tinggi yaitu 26,13. Dimana angka 26,13 ini merupakan jumlah total nilai yang diberikan oleh responden dari 30 responden yang diteliti, dengan kategori skor sangat penting. Hal ini dikarenakan atribut kebersihan merupakan menjadi faktor penentu konsumen dalam

membeli cabai merah. Tempat penjualan cabai yang kotor dan penuh lalat akan menghilangkan minat konsumen dalam pembelian cabai merah, dan tempat penjualan yang bersih dan higienis akan meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian terhadap cabai merah di Pasar Benai.

Atribut pelayanan memiliki skor yaitu 15,40. Dimana angka 15,40 ini merupakan jumlah total nilai yang diberikan oleh responden dari 30 responden yang diteliti, dengan kategori skor kurang penting. Hal ini dikarenakan pelayanan penjual yang ramah dan mudah tersenyum akan menarik konsumen untuk membeli merah yang dijual tersebut. Penjual dengan raut wajah yang cemberut, maka konsumen tidak akan datang dan akan berpindah untuk membeli cabai ke penjual lainnya yang lebih ramah.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kepentingan atribut cabe merah ini berada pada kategori sangat penting dengan rata-rata skor 112. Dimana jumlah total skor kepentingan ini sebesar 712 dan dengan rata-rata skor 101,7. 101,7 artinya sangat penting, ini merupakan hasil dari jumlah total skor kepentingan di bagi dengan jumlah atribut yang ada pada cabe merah yaitu (harga, rasa, kualitas, ukuran, warna, kebersihan, pelayanan). Hal ini membuktikan bahwa tingkat kepentingan atribut cabe merah secara keseluruhan bagi konsumen sangat penting untuk menjadi bahan penilaian konsumen dalam membeli cabai merah tersebut.

### Tingkat Kinerja Atribut Cabe Merah

Tabel Tingkat Kinerja Atribut Cabe Merah

Atribut	Skor	Kriteria	Persentase %
Harga	24,27	Sangat Puas	13,61
Rasa	25,20	Sangat Puas	14,14
Kualitas	26,13	Sangat Puas	14,66
Ukuran	25,90	Sangat Puas	14,53
Warna	26,13	Sangat Puas	14,66
Kebersihan	25,90	Sangat Puas	14,53
Pelayanan	24,73	Sangat Puas	13,87
<b>Total</b>	<b>178,27</b>		<b>100</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>25,47</b>	<b>Sangat Puas</b>	<b>14,3</b>

Dari tabel tersebut atribut harga memiliki skor 24,27 dengan kategori sangat puas,

dimana 24,27 ini merupakan jumlah total nilai dari sebanyak 30 responden yang diteliti. Hal ini

dikarenakan harga cabe merah yang melonjak naik dan harga cabe merah turun, ini merupakan faktor penentu untuk konsumen dalam membeli cabe merah tersebut. sehingga konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan oleh pedagang cabe lokal maupun pedagang cabe luar.

Atribut rasa memiliki skor 25,20 yaitu dengan kriteria skor sangat puas. dimana nilai 25,20 ini merupakan jumlah total nilai dari sebanyak 30 responden yang sudah teliti. Hal ini dikarenakan rasa merupakan faktor utama dan penentu untuk konsumen dalam membeli cabai merah. Jika cabe itu rasa nya kurang pedas berarti itu cabe lokal dan jika cabe merah itu pedas maka cabe tersebut berasal dari luar.

Atribut kualitas memiliki skor 26,13 yaitu dengan kriteria skor sangat puas. dimana nilai 26,13 ini merupakan jumlah total nilai dari sebanyak 30 responden yang sudah teliti. Hal ini dikarenakan kualitas dari cabe merah lokal dan luar yang berbeda dari segi distribusinya ke pasar.

Atribut ukuran merupakan ukuran dari bentuk (cabe merah), dibagi dua. dimana skor

pada atribut ukuran ini memiliki skor 25,90 dengan kriteria skor keseluruhan sangat puas. Dimana nilai 25,90 ini merupakan jumlah dari total nilai yang diberikan oleh sebanyak 30 responden yang diteliti.

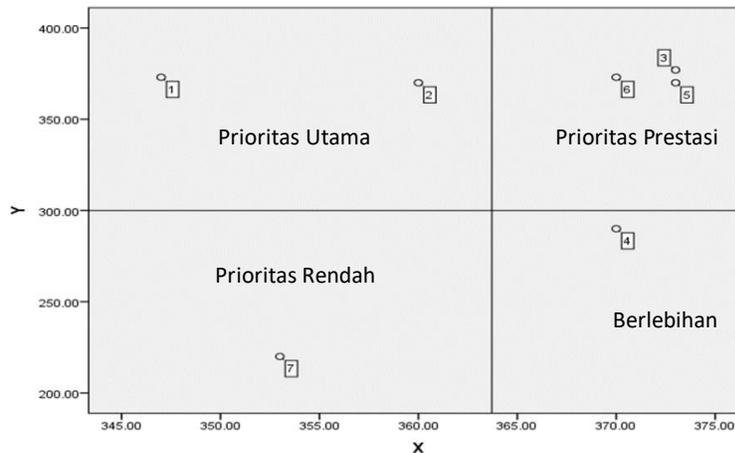
Atribut warna memiliki skor 26,13 yaitu dengan kriteria skor puas. dimana nilai 26,13 ini merupakan jumlah dari total nilai yang diberikan oleh 30 responden yang sudah diteliti.

Atribut kebersihan memiliki skor 25,90 dengan kriteria skor sangat puas, adapun nilai 25,90 ini merupakan jumlah total nilai yang diberikan oleh 30 responden yang diteliti. Hai ini dikarenakan atribut kebersihan sudah memuaskan konsumen

Atribut pelayanan memiliki skor 24,73 dengan kriteria skor sangat puas, adapun nilai 24,73 ini merupakan jumlah total nilai yang diberikan oleh 30 responden yang diteliti.

#### Diagram Kartesius

Cabe merah Untuk melihat posisi setiap atribut pada diagram kartesius dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini:



Gambar 1. Diagram Kartesius

Tabel Keterangan Gambar Diagram Kartesius Cabe Merah

No	Atribut	Nilai Kepentingan (Y)	Nilai Kinerja (X)	Kuandran
1	Harga	3,73	3,47	I
2	Rasa	3,70	3,60	I
3	Kualitas	3,77	3,73	II
4	Ukuran	2,90	3,70	IV
5	Wama	3,70	3,73	II
6	Kebersihan	3,73	3,70	II
7	pelayanan	2,20	3,53	III

Berikut ini adalah penjelasan atribut-atribut dari kuadran gambar grafik kartesius di atas:

### 1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran I ini terdapat atribut harga, bahwa perbedaan harga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan diagram kartesius terlihat bahwa atribut harga dengan skor 3,73 dan kinerjanya 3,47 sudah sangat penting walaupun tingkat kinerjanya belum memenuhi harga konsumen. Jika harga naik maka konsumen akan mengurangi pembelian cabai merah dan jika harga turun maka konsumen akan meningkatkan pembelian cabai merah di Pasar Benai.

Dari atribut rasa yang terdapat pada cabe merah ini terlihat bahwa kepuasan konsumen dengan skor kepentingan 3.70 dan kineja 3.60, hal ini menunjukkan bahwa cabe merah yang dibeli memenuhi rasa konsumen. Rasa yang diminati oleh konsumen cabai merah adalah dengan rasa sangat pedas dan pedas.

### 2. Kuadran II (Pertahankan)

Pada kuadran II terdapat atribut Kualitas, Warna, dan Kebrsihan. Atribut-atribut dinilai sangat penting dan telah memiliki kinerja yang dinilai sangat puas. Kinerja atribut yang berada pada kuadran ini perlu dipertahankan karena atribut-atribut tersebut merupakan atribut yang unggul menurut konsumen. Adapun atribut-atribut tersebut yang termasuk dalam kuadran ini adalah atribut rasa, kualitas, warna dan kebersihan.

Konsumen lebih banyak mementingkan, kualitas, warna dan kebersihan cabe merah yang mana konsumen sangat puas akan atribut cabe merah. Dengan kesimpulan atribut di kuadran II perlu dipertahankan karena kuadran

ini konsumen sudah merasa sangat puas dengan atributnya.

Dari atribut kualitas pada cabe merah skor kepentingan berada pada angka 3,77 dan kinerjanya 3,73 dimana seluruh responden merasa puas terhadap kualitas cabe merah yang mereka beli, karena tingkat kinerjanya yang cukup tinggi atribut.

Dari atribut warna pada cabai merah dengan skor kepentingan 3.70 dan kineja 3.73 konsumen merasa puas, karena warna cabe yang merah dan segar menentukan tingkat kepuasan konsumen tersebut.

Dari atribut kebersihan pada cabe merah skor kepentingan berada pada angka 3,73 dan kinerjanya 3,70 dimana seluruh responden merasa puas dan penting terhadap kebersihan cabe yang perlu dipertahankan.

### 3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada Kuadran III atribut pelayanan, merupakan kuadran yang dirasa konsumen kurang penting pengaruhnya dalam pembelian cabe merah. Dari hasil penelitian ini adapun atribut yang terdapat pada kuadran III adalah pelayanan karena konsumen lebih membutuhkan mutu dari cabe yang mereka jual. Dari atribut pelayanan skor kepentingan berada pada angka 2,20 dan kinerja 3,53 jadi ini tidak terlalu penting .

### 4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV terdapat atribut ukuran ini dianggap tingkat kepentingannya tidak terlalu tinggi walaupun tingkat kinerja tinggi. Pada kuadran ini atribut ukuran dengan skor kepentingan 2.90 dan kinerjanya 3.70, dapat dilihat bahwa atribut ini di anggap kurang penting bagi konsumen karena dilihat dari ukuran cabe merah yang berbeda.

### Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

### Indeks Kepuasan Konsumen atau CSI Cabai Merah

Indeks kepuasan konsumen terhadap cabe merah dapat dilihat pada tabel 19 dibawah ini. Dari Tabel 20 tersebut diperoleh nilai indeks kepuasan konsumen sebesar 90,42%. Dimana perhitungan ini diperoleh melalui nilai rata-rata

pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang disesuaikan dengan bobot masing-masing atribut.

Untuk lebih jelasnya hasil dari indeks kepuasan konsumen dapat dilihat pada -tabel 20 dibawah ini.

Tabel Perhitungan *Customer Satisfaction Index* Cabe Merah

Atribut	Mean Importance Score (MIS)	Weigting Factors (WF)	Mean Satisfaction Score(MSS)	Weight Score (WS)
Harga	3,73	0,16	3,47	0,55
Rasa	3,70	0,16	3,60	0,56
Kualitas	3,77	0,16	3,73	0,59
Ukuran	2,90	0,12	3,70	0,45
Wama	3,70	0,16	3,73	0,58
Kebersihan	3,73	0,16	3,70	0,58
elayanan	2,20	0,09	3,53	0,33
Total	23,73	1,00	25,47	
<b>Weight Average Total (WAT)</b>				3,64
CSI	0,9107 = 91,07 %			

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari hasil perhitungan secara keseluruhan nilai indeks kepuasan konsumen adalah 91,07%. Dimana nilai 91,07% ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 75%-100% sangat puas. Berdasarkan hasil CSI secara keseluruhan kepuasan konsumen cabe merah ini berada pada kriteria Sangat Puas. Dimana konsumen sudah merasa puas dengan penjualan cabe merah seperti harga, rasa, kualitas, ukuran, warna, kebersihan dan pelayanan.

Hal ini membuktikan bahwa konsumen cabe merah merasa tingkat kepentingan dan kinerja sudah memenuhi dengan nilai kategori Puas. Walaupun konsumen sudah merasa puas akan atribut-atribut cabe merah ini perlu dipertahankan terus nilai atribut penjualan cabe merah agar konsumen tidak kecewa akan atribut penjualan cabe merah.

### KESIMPULAN DAN SARAN

1. Tingkat kepentingan konsumen cabe merah di Pasar Benai Kecamatan Benai dengan rata-rata 109,9 dengan kriteria skor sangat penting. Dan tingkat kinerja konsumen cabe

Atribut yang dinilai memiliki skor kepentingan tertinggi yaitu 3,77 yang berarti konsumen yang membeli cabe merah ini lebih mengutamakan kualitas dibanding dengan atribut-atribut lainnya. Sedangkan atribut yang memiliki skor terendah adalah atribut ukuran yaitu dengan skor sebesar 2,20, dimana atribut pelayanan ini kurang penting dibandingkan dengan atribut kualitas.

Pada tingkat kepuasan atribut yang memiliki skor tertinggi yaitu atribut kualitas sebesar 3,73 dan kebersihan sebesar 3,70. Atribut rasa dan kebersihan pada cabe merah ini sudah memberikan nilai kepuasan yang baik terhadap konsumen. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kepuasan terendah adalah atribut harga dengan skor sebesar 3,47 karena tidak sesuai yang di harapkan konsumen.

### KESIMPULAN

- merah di Pasar Benai yaitu dengan jumlah rata-rata 108,9 dengan kriteria sangat puas.
2. Dan hasil analisa CSI tingkat kepuasan konsumen sangat puas terhadap dengan nilai indeks kepuasan konsumen adalah

sebesar 91,07%. Dimana nilai ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 75% - 100% yaitu termasuk pada kriteria sangat puas.

#### **SARAN**

1. Setelah melakukan penelitian dengan judul Analisis Kepuasan Konsumen dalam pembelian cabe merah di Pasar Benai Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: raja Grafindo Persada

Supomo dan Indranto. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta. PT Gramedia

Singingi maka penulis hanya dapat menyarankan untuk mempertahankan tingkat kepentingan dan kinerja cabe merah tersebut supaya konsumen lebih merasa puas setelah membeli cabe merah.

2. Kepada produsen diharapkan lebih meningkatkan lagi atribut yang dimiliki cabe merah sehingga tingkat kepuasan konsumen mencapai tingkat yang maksimal 100%.

Sunyoto dan Danang. 2013. *Perilaku Konsumen*(Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen).PT Buku Seru. Jakarta.

Moehar .2002.*Metode Penelitian Sosial Ekonomi*.Jakarta : Bumi Aksara