

Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Olahan Pisang (Studi Kasus *Cake* Banana Foster di Bandar Lampung)

Consumer Satisfaction With The Attribut Of Processed Banana Products (Case Study of Banana Foster Cake in Bandar Lampung)

Dwi Amanda Hardianti¹, Rini Desfaryani^{2*}, Sutarni³, dan Marlinda Apriyani⁴

^{1,2,3,4}*Program Studi Agribisnis Pangna, Politeknik Negeri Lampung*

*E-mail : rinidesfaryani@polinela.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen serta mengetahui tingkat kepentingan atribut dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja atribut produk olahan pisang cake Banana Foster. Penelitian ini menggunakan 5 atribut yaitu harga, rasa, tekstur, kemasan dan pelayanan. Metode analisis data yang digunakan yaitu Deskriptif, *Importance Analyisi Performance* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil karakteristik konsumen cake Banana Foster Lampung didominasi oleh jenis kelamin perempuan dan memiliki umur 19-29 tahun, memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK, memiliki jumlah pendapatan perbulan Rp 3.000.000 – Rp 4.500.000 dan memiliki pekerjaan pegawai swasta. Tingkat kepentingan konsumen kuadran 1(prioritas utama) yaitu harga relative terjangkau, cita rasa yang enak, dan pelayanan dengan cepat. Oleh sebab itu atribut ini dinilai penting oleh konsumen sedangkan tingkat kinerja atribut tersebut masih rendah. Atribut yang harus dipertahankan keunggulannya atau atribut yang terletak pada kuadran II yaitu harga, aroma, dan tekstur. Indeks kepuasan konsumen berada pada indeks kepuasan 84,1% dan memiliki kriteria sangat puas.

Kata Kunci : *Importance Analyis Performance, Customer Satisfaction Index, Banana Foster*

ABSTRACT

This research aimed to analyze consumer characteristics as well as find out the level of importance of attributes and the level of consumer satisfaction with the performance of the processed product attributes of Banana Foster banana cake. This research used 5 attributes, namely price, taste, texture, packaging, and service. The data analysis methods used were Descriptive, Importance Analysis Performance (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). The result of the consumer characteristics of Banana Foster Lampung cake showed that the customers were dominated by females and were 19-29 years of age, had the last education of SMA/SMK, had a monthly income of Rp 3,000,000 - Rp 4,500,000 and had private sector jobs. The level of consumer interest in quadrant I (main priority) was relatively affordable price, good taste, and fast service. Therefore, these attributes were considered important by consumers while the performance level of the attribute was still low. Attributes that must maintain their superiority or attributes located in quadrant II were price, aroma, and texture. The consumer satisfaction index was at 84.1% satisfaction index and belonged to very satisfied criteria.

Keywords: *Importance Analyis Performance, Customer Satisfaction Index, Banana Foster*

Submitted: 18-08-2023

Review: 20-09-2023

Accepted: 26-04-2024

Published: 30-04-2024



Copyright © Tahun Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Produksi buah-buahan Indonesia yang menempati posisi pertama ialah pisang sehingga menjadikan pisang sebagai tanaman unggulan di Indonesia (Hidayati & Suhartini, 2018). Produksi buah pisang di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Salah satu provinsi yang menghasilkan produsen pisang terbanyak di Indonesia yaitu Lampung. Provinsi Lampung memiliki tingkat produksi buah-buahan relatif tinggi. Namun jika dilihat dari sisi konsumsi buah-buahan masih relatif sedikit (Desfaryani dkk, 2016). Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan konsumsi buah-buahan, terutama pisang yaitu dengan melakukan pengolahan. Salah satu bisnis dalam industri kuliner yang sedang banyak dibuka sekarang ini yakni bisnis oleh-oleh khas daerah dengan memanfaatkan produk lokal. Salah satu toko industri kuliner yang menjual *cake* olahan berbahan dasar pisang adalah Banana Foster Kota Bandar Lampung.

Toko Banana Foster Kota Bandar Lampung sudah ada sejak tahun 2017 dan mempunyai 5 *outlet* yaitu di jalan Wolter monginsidi Teluk Betung, Z.A Pagar alam Kedaton, jalan Ryacudu kel. Harapan Jaya Sukarama, di jalan jendral soedirman Metro, MBK (mall bumi kedaton). Banana Foster Kota Bandar Lampung terkenal dengan *cake*nya yang berbahan dasar dari pisang namun di toko ini juga menjual berbagai snack olahan dengan berbagai dasar lainnya seperti dengan olahan pisang tempe, singkong, ubi, nangka, dll.

Jumlah Penjualan Banana Foster Kota Bandar Lampung Tahun 2020-2023, menunjukkan bahwa pada tahun 2020 jumlah pengunjung 69.520 sedangkan jumlah penjualan di tahun 2021-2022 mengalami kenaikan dengan jumlah penjualan 110.000 pcs. Pada tahun 2023 terjadinya penurunan sebesar 4,7% dengan jumlah penjualan sebesar 105.000 pcs, hal ini dikarenakan adanya persaingan usaha yang sejenis. Banana Foster Kota Bandar Lampung sebagai pusat oleh-oleh khas Lampung memiliki beberapa pesaing seperti Yussy Akmal dan Citra oleh-oleh khas Lampung dengan produk utamanya yaitu pie dan cake/bolu, sehingga ini bisa dijadikan pentingnya penelitian ini untuk mengetahui atribut produk apa saja yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen.

Permasalahan yang dihadapi toko Banana Foster untuk menjaga kepuasan konsumen bisa dilihat dari penilaian konsumen terhadap atribut produk harga, rasa, tekstur, kemasan, dan pelayanan. Hal ini dapat mengakibatkan terjadinya persaingan antar produk yang sejenis. Oleh karena itu, penelitian mengenai “Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Olahan Pisang” diperlukan untuk menjaga/mempertahankan pelanggan dengan memperbaiki atribut produk untuk mengetahui sikap dan kepuasan konsumen terhadap atribut produk yang dimiliki agar usaha tersebut dapat terus berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen produk olahan pisang *cake* Banana Foster di Bandar Lampung, menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk olahan pisang *cake* Banana Foster di Bandar Lampung, menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut produk olahan pisang *cake* Banana Foster di Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di toko sentral oleh-oleh Khas Lampung Yaitu Banana Foster Kota Bandar Lampung yang memiliki 3 *outlet* berlokasi di Jl Wolter Monginsidi Teluk Betung, Z.A Pagar Alam Kedaton dan Ryacudu Kel. Harapan Jaya Sukarama Kota Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel adalah bagian dari populasi yang dipercaya dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Dalam penentuan sampel yang populasi besar dan jumlahnya tidak diketahui menggunakan rumus (Hosmer, Hosmer, Le Cessie, & Lemeshow, 1997).

$$22 n = Z^2 \times P (1-P) d^2$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

Z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P : Maksimasi estimasi = 0,5

d : Alpha atau sampling Error 10% = 0,1

Dari rumus tersebut maka perhitungan sampel adalah sebagai berikut.

$$n = Z^2 \times P (1-P) / d^2$$

$$= 1,96^2 \times 0,5 (1- 0,5) / 0,1^2$$

$$= 3,8416 \times 0,25 / 0,01$$

$$= 96,04$$

$$n = 96,04$$

Hasil perhitungan sampel tersebut, maka jumlah sampel responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 96,04 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden. Penelitian ini menggunakan instrument penelitian kuesioner terbuka.

Proporsional sampel meliputi Wolter Monginsidi Teluk Betung : $40.000/105.000 \times 100 = 38$ orang 2. Z.A Pagar Alam Kedaton : $36.000/105.000 \times 100 = 34$ orang 3. Ryacudu kel. Harapan Jaya Sukarama : $29.000/105.000 \times 100 = 28$ orang.

Metode analisis data pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji validitas dan reabilitas, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Customer Satisfaction Index (CSI) ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa dan untuk mengetahui besarnya CSI. Berikut langkah-langkah yang dilakukan (Jayanto, 2016). Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kinerja atribut. IPA sebagai rangka kerja yang sederhana untuk menganalisis atribut-atribut produk. Suatu rangkaian atribut layanan yang berkaitan dengan layanan khusus dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingan kinerjanya relative terhadap masing-masing atribut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen toko Banana Foster Kota Bandar Lampung dalam penelitian ini yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jumlah pendapatan per bulan dan pekerjaan.

1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik konsumen Banana Foster Lampung berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa dalam pemenuhan kebutuhan dalam pembelian ditentukan oleh perempuan dengan jumlah persentase sebesar 57% sedangkan jenis kelamin laki-laki dengan jumlah persentase sebesar 43%. Hal ini sejalan dengan penelitian (Pertiwi, 2018) bahwa perempuan memiliki perilaku konsumtif lebih tinggi dari pada laki-laki, selain itu perempuan memiliki kemampuan jauh lebih detail dalam minat pembelian.

2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia

Karakteristik konsumen Banana Foster Lampung berdasarkan usia menunjukkan bahwa konsumen toko oleh-oleh *cake* Banana Foster Lampung didominasi oleh responden dengan rentang usia 19-29 tahun. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nissa, 2013) yang menyatakan bahwa sebagian besar konsumen *cake* Banana Foster Kota Bandar Lampung memiliki rentang usia 19-24 yang dianggap bahwa konsumen pada rentang usia ini sudah memiliki banyak informasi mengenai produk yang akan dikonsumsi.

3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.

Karakteristik konsumen Banana Foster Lampung berdasarkan pendidikan menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden toko oleh-oleh Banana Foster Lampung, responden dengan tingkat pendidikan SMA – SMK memiliki persentase lebih tinggi sebesar 51% dan tidak jauh berbeda dengan tingkat pendidikan S1-S2

dengan hasil persentase sebesar 39%. Hal ini juga sejalan dengan penelitian (Sutarni, Trisnanto, & Unteawati, 2017) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang akan memberi indikasi wawasan dan pengetahuan seseorang tersebut akan mempengaruhi preferensi seorang konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk-produk.

4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Pendapatan Perbulan

Karakteristik konsumen Banana Foster Lampung berdasarkan jumlah pendapatan perbulan menjelaskan bahwa jumlah pendapatan Rp 3.000.000 - Rp 4.500.000 memiliki persentase lebih tinggi sebesar 34% dan tidak jauh berbeda dengan jumlah pendapatan <Rp 1.500.000 dengan hasil persentase sebesar 31%, bisa dilihat di karakteristik usia dan pendidikan terakhir bahwa karakteristik konsumen Banana Foster memiliki rata-rata tingkat pendidikan terakhir SMA merupakan rata-rata usia 19-24 tahun yang artinya konsumen sedang menempuh pendidikan SI dimana rata-rata usia tersebut menyukai hal-hal yang baru, hal ini sejalan dengan penelitian (Ningsih & Suasih, 2024) semakin seseorang memiliki pendapatan lebih maka akan bertambah pula sifat konsumtif orang tersebut.

5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik konsumen Banana Foster Lampung berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak adalah pegawai swasta dengan jumlah persentase sebesar 36%. Hal ini sejalan dengan penelitian (Kuswara, n.d, 2013) yang menyatakan bahwa sebagian besar responden kue lapis bogor bekerja sebagai pegawai swasta, hal ini dikarenakan untuk memberi buah tangan kepada rekan kerjanya.

B. Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Konsumen

Atribut produk yang dianalisis pada penelitian ini adalah harga, rasa, tekstur, kemasan, dan pelayanan. Analisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen untuk mengukur atribut produk tersebut menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Uji validitas dan realibilitas dilakukan terlebih dahulu untuk memastikan bahwa semua instrument valid dan reliable.

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Uji validitas

No	Atribut	r hitung Kepentingan	r hitung Kinerja	r tabel	Keterangan
Harga					
1.	Harga relative terjangkau	1	1	0,1966	Valid
2.	Harga sesuai kualitasnya	0,498	0,356	0,1966	Valid
3.	Harga bersaing dengan toko lain	0,326	0,433	0,1966	Valid
Rasa					
4.	Memiliki cita rasa yang enak	1	1	0,1966	Valid
5.	Varian rasa yang beraneka ragam	0,372	0,473	0,1966	Valid
6.	Memiliki aroma yang harum dan menggugah selera	0,482	0,485	0,1966	Valid
Tekstur					
7.	Tekstur yang lembut	1	1	0,1966	Valid
8.	Tekstur yang diinginkan	0,285	0,350	0,1966	Valid
9.	Tekstur yang menarik	0,374	0,378	0,1966	Valid
Kemasan					

10.	Kemasan berbeda dengan produk lain	1	1	0,1966	Valid
11.	Kemasan melindungi isi produk	0,402	0,222	0,1966	Valid
12.	Kemasan memiliki keunikan	0,324	0,326	0,1966	Valid
Pelayanan					
13.	Karyawan memiliki sifat ramah, baik, dan sopan	1	1	0,1966	Valid
14.	Karyawan melayani pesanan dengan cepat	0,397	0,310	0,1966	Valid
15.	Karyawan Menginformasikan produk dengan baik dan benar	0,559	0,365	0,1966	Valid

Sumber : Hasil olah data, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada kedua dimensi kepentingan dan kinerja menunjukan bahwa seluruh instrument pertanyaan dikatakan valid karena telah memenuhi syarat yaitu nilai r hitung $>$ r tabel 0,1966 dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%.

Tabel 2. Uji reabilitas

Dimensi	Atribut	Cronbach's Alpha	r tabel	Keterangan
Kepentingan	Harga	0,623	0,6	Reliabel
	Rasa	0,654	0,6	Reliabel
	Tekstur	0,608	0,6	Reliabel
	Kemasan	0,611	0,6	Reliabel
	Pelayanan	0,705	0,6	Reliabel
Kinerja	Harga	0,661	0,6	Reliabel
	Rasa	0,756	0,6	Reliabel
	Tekstur	0,608	0,6	Reliabel
	Kemasan	0,637	0,6	Reliabel
	Pelayanan	0,670	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil olah data, 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas dari semua instrument pertanyaan baik dari dimensi kepentingan maupun kinerja, hasilnya adalah reliable karena nilai CA $>$ 0,6. Artinya semua instrument pertanyaan dapat diterima dan tetap konsisten apabila pengukuran diulang. Hal ini sejalan dengan penelitian (Alamsyah, 2010) mengatakan bahwa atribut tersebut dilakukan penelitian ini Giant Yasmin Bogor dan hasil uji validitas serta reabilitas yang dilakukan pada variabel tersebut reliable dan valid.

2. Tingkat kepuasan konsumen

Analisis tingkat kepuasan konsumen *cake* Banana Foster secara keseluruhan dengan mengukur tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kepercayaan (*performance*). Menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI). Perhitungan CSI adalah metode yang digunakan untuk menghitung skor rata-rata kepentingan dan tingkat kepercayaan sehingga akan diperoleh persentase tingkat kepuasan konsumen *cake* Banana Foster Lampung.

Berikut adalah data perhitungan mengenai *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada Tabel 3.

Tabel 3. Data perhitungan mengenai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No	Atribut	Mean Importance Score	Weight Factors	Mean Satisfaction Score	Weight Score
Harga					
1.	Harga relative terjangkau	3,47	6,71	3,32	22,26
2.	Harga sesuai kualitasnya	3,45	6,67	3,38	22,53
3.	Harga bersaing dengan toko lain	3,44	6,65	3,35	22,27
Rasa					

4.	Memiliki cita rasa yang enak	3,47	6,71	3,36	22,53
5.	Varian rasa yang beraneka ragam	3,41	6,7	3,37	22,60
6.	Memiliki aroma yang harum dan menggugah selera	3,44	6,65	3,36	22,34
Tekstur					
7.	Tekstur yang lembut	3,49	6,74	3,39	22,86
8.	Tekstur yang diinginkan	3,37	6,51	3,15	20,51
9.	Tekstur yang menarik	3,22	6,22	3,4	21,16
Kemasan					
10.	Kemasan berbeda dengan produk lain	3,44	6,65	3,4	22,60
11.	Kemasan melindungi isi produk	3,46	6,69	3,4	22,73
12.	Kemasan memiliki keunikan	3,42	6,61	3,42	22,60
Pelayanan					
10.	Karyawan memiliki sifat ramah, baik, dan sopan	3,61	6,98	3,42	23,86
11.	Karyawan melayani pesanan dengan cepat	3,54	6,84	3,31	22,64
12.	Karyawan Menginformasikan produk dengan baik dan benar	3,52	6,80	3,42	23,26
TOTAL		51,75			
Weight Total (WT)					336,75
Customer Satisfaction Index (%)					84,19

Sumber : Hasil olah data, 2024

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang didapatkan nilai sebesar 84,19% menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan berada pada rentang 81-100. Artinya tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut produk cake Banana Foster berada pada kriteria “Sangat Puas” tetapi masih ada yang perlu di tingkatkan kepuasannya sebesar 15,81% agar mendapatkan hasil 100% semua atribut memberikan nilai kepuasan tertinggi bagi konsumen.

3. Tingkat kepentingan atribut

Analisis tingkat kepentingan atribut cake Banana Foster dapat dihitung menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA). Perhitungan IPA adalah metode yang digunakan untuk melihat sejauh mana tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk cake Banana Foster Lampung. Berikut adalah data data perhitungan mengenai *Importance Performance Analysis* (IPA) pada Tabel 4.

Tabel 4. Data perhitungan mengenai *Importance Performance Analysis* (IPA).

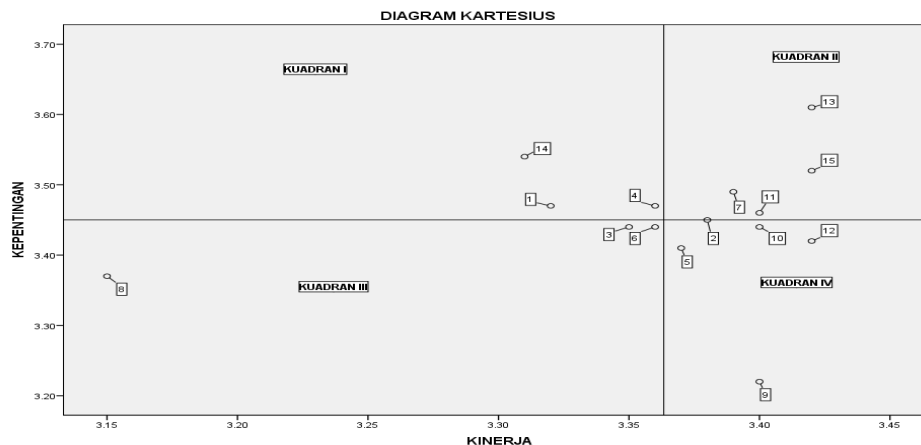
No	Atribut	Kepentingan (X)	Kinerja (Y)
Harga			
1.	Harga relative terjangkau	3,47	3,32
2.	Harga sesuai kualitasnya	3,45	3,38
3.	Harga bersaing dengan toko lain	3,44	3,35
Rasa			
4.	Memiliki cita rasa yang enak	3,47	3,36
5.	Varian rasa yang beraneka ragam	3,41	3,37
6.	Memiliki aroma yang harum dan menggugah selera	3,44	3,36

Tabel 4. (Lanjutan)

Tekstur			
7.	Tekstur yang lembut	3,49	3,39
8.	Tekstur yang diinginkan	3,37	3,15
9.	Tekstur yang menarik	3,22	3,40
Kemasan			
10.	Kemasan berbeda dengan produk lain	3,44	3,40
11.	Kemasan melindungi isi produk	3,46	3,40
12.	Kemasan memiliki keunikan	3,42	3,42
Pelayanan			
13.	Karyawan memiliki sifat ramah, baik, dan sopan	3,61	3,42
14.	Karyawan melayani pesanan dengan cepat	3,54	3,31
15.	Karyawan Menginformasikan produk dengan baik dan benar	3,52	3,42
Jumlah		52	50,45
Rata-rata		3,46	3,36

Sumber : Hasil olah data, 2024

Hasil olahan perhitungan pada Tabel 4 dapat digambarkan data diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) cake Banana Foster Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram kartesius

Berdasarkan Gambar 1 dari diagram kartesius pada analisis cake Banana Foster Kota Bandar Lampung. Pembahasan mengenai hasil analisis prioritas berdasarkan posisi masing-masing atribut sebagai berikut.

1. Kuadran I (Prioritas utama)

Kuadran I disebut dengan prioritas utama. Kuadran ini memiliki atribut yang tingkat kepentingannya tinggi namun kinerja-nya yang rendah. Atribut yang terdapat disini dapat dikatakan mampu mempengaruhi kepuasan pengunjung tetapi pada kinerja perusahaan atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan kepuasan pengunjung. Atribut yang termasuk pada kuadran I adalah harga produk yang ditawarkan relative terjangkau (1), Produk Banana Foster memiliki cita rasa yang enak (4), Karyawan Banana Foster melayani pesanan pelanggan dengan cepat (14). Atribut harga pada kuadran I yang berarti tingkat kinerjanya masih rendah/

belum sesuai harapan konsumen, yang artinya harga pada produk Banana Foster tergolong cukup mahal. Cita rasa yang enak pada kuadran I yaitu tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kinerjanya masih rendah yang berarti konsumen kurang puas terhadap cita rasa cake Banana Foster Lampung. Hal ini juga didukung oleh (Rosalia & Rahardjo, 2016) bahwa rasa dan warna produk yang baik dapat memberikan kepuasan konsumen. Pelayanan pesanan pelanggan dengan cepat terdapat pada kuadran I yaitu tingkat kepentingan pada atribut pelayanan tinggi dan tingkat kinerjanya masih rendah yang artinya konsumen cake Banana Foster kurang puas terhadap atribut pelayanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Maulana, 2016) menyatakan bahwa atribut pelayanan mempunyai kinerja yang memuaskan dan dianggap penting oleh konsumen. Hal tersebut menunjukkan atribut pada kuadran I dinilai penting oleh konsumen dan nilai tingkat kinerja pada atribut ini produk olahan pisang Banana Foster juga dinilai kurang baik.

2. Kuadran II (Pertahankan prestasi)

Kuadran II disebut dengan pertahankan prestasi. Atribut yang termasuk dalam kuadran II adalah produk Banana Foster memiliki tekstur yang lembut (7), Kemasan pada produk pada produk Banana Foster mampu melindungi isi produk (11), Karyawan Banana Foster memiliki sifat ramah, baik, dan sopan terhadap pelanggan (13), Karyawan Banana Foster menginformasikan produk yang tersedia kepada pelanggan dengan baik dan benar (15). Tekstur yang lembut pada kuadran II menunjukkan bahwa tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kinerjanya juga tinggi yang artinya tekstur lembut pada cake Banana Foster sangat penting dan memiliki kinerja atribut yang tinggi. Kemasan melindungi produk terdapat pada kuadran II yang artinya atribut kemasan melindungi isi produk dapat dikatakan penting bagi konsumen dan pelaksanaannya juga baik sehingga dapat dikatakan penting bagi konsumen. Pelayanan memiliki sifat ramah, baik dan sopan serta menginformasikan produk kepada pelanggan dengan baik terdapat pada kuadran II yang artinya pelayanan cake Banana Foster dapat memenuhi ekspektasi konsumen (kinerja dan kepentingan bernilai tinggi). Pada kuadran II terdapat atribut yang menunjukkan bahwa tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi menurut konsumen. Hal ini yang berarti produsen Banana Foster telah melaksanakan atribut-atribut tersebut dengan baik dan produsen harus tetap mempertahankannya. Atribut-atribut tersebut dianggap sangat penting bagi konsumen dan pelaksanaannya juga baik sehingga menjadi keunggulan dimata konsumen.

3. Kuadran III (Prioritas rendah)

Kuadran III disebut dengan prioritas rendah. Atribut ini dianggap kurang penting oleh konsumen dan kepercayaan nya juga tidak terlalu istimewa. Peningkatan pada kuadran ini dapat ditingkatkan kembali untuk memberi manfaat bagi konsumen. Atribut yang termasuk pada kuadran ini adalah yaitu harga produk yang ditawarkan Banana Foster bersaing dengan toko lain (3), Produk Banana Foster memiliki aroma yang harum dan menggugah selera (6), Produk Banana Foster memiliki tekstur yang diinginkan (8). Harga produk yang ditawarkan dapat bersaing dengan toko lain, bagi konsumen bahwa atribut ini dianggap kurang penting dan kinerjanya kurang memuaskan pelanggan, karena harga yang ditawarkan tergolong tinggi jika dibandingkan dengan produk cake toko lain. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ichwan, 2013) harga dapat menjadi salah satu alat bersaing yang paling kuat dalam memenangkan perhatian dan keputusan konsumen jika produk memiliki atribut yang baik. Atribut rasa yang beraneka ragam, aroma yang harum dan menggugah selera dianggap kurang memuaskan pelanggan dan menilai atribut ini tidak terlalu penting oleh konsumen termasuk tergolong pada kuadran III. Tekstur yang diinginkan oleh konsumen terhadap cake Banana Foster yang lembut dapat memenuhi kepuasan konsumen, pada kuadran III atribut yang diinginkan menunjukkan bahwa atribut-atribut yang dianggap kurang dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu baik. Namun, atribut-atribut tersebut jika tidak dilakukan perbaikan segera tidak akan menjadi masalah karena atribut ini tidak dianggap penting oleh konsumen yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sangat kecil. Tetapi tidak menutup kemungkinan

kuadran III pada waktu yang akan datang menjadi perhatian yang penting oleh konsumen, sehingga perusahaan harus mempertimbangkan hal tersebut.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV disebut dengan berlebihan. Atribut dianggap kurang penting oleh konsumen namun kinerjanya sudah dilakukan terlalu berlebihan. Atribut yang termasuk pada kuadran ini adalah harga produk yang ditawarkan Banana Foster sesuai dengan kualitas (2), Produk Banana Foster menawarkan varian rasa yang beraneka ragam (5), Produk Banana Foster memiliki tekstur yang menarik (9), Bentuk kemasan pada produk Banana Foster berbeda dengan produk lain (10), Kemasan pada produk Banana Foster memiliki keunikan (12). Harga produk sesuai dengan kualitas terdapat pada kuadran IV yang artinya konsumen pada atribut harga cake Banana Foster ini tidak dianggap penting oleh konsumen namun memiliki tingkat kinerja yang tinggi sehingga dianggap berlebihan jika dilakukan peningkatan terhadap atribut harga. Varian rasa cake Banana Foster dengan cita rasa yang berbeda-beda dapat memenuhi kepuasan konsumen akan tetapi pelaksanaan kinerja atribut produk cake Banana Foster sangat berlebihan. Hal tersebut menunjukkan harapan konsumen terhadap atribut ini rendah, tetapi kinerjanya sangat tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Arifah & Suryoko, 2021) dimana pihak Boy's Cake and Bakery disarankan untuk lebih meningkatkan kemampuan menciptakan variasi rasa yang lebih beragam Kemasan adalah kemudahan kemasan dalam mewadahi produk yang ditunjukkan pada konsumen. Kemasan memiliki keunikan termasuk pada kuaran IV yang artinya melebihi ekspektasi atau harapan dari konsumen, yaitu kinerja bernilai tinggi sementara kepentingan bernilai rendah. Pada kuadran IV menjelaskan bahwa atribut yang dianggap kurang penting bagi konsumen, tetapi kinerjanya secara berlebihan oleh cake Banana Foster, sehingga kemungkinan mengakibatkan pemborosan dan atribut ini tidak wajib untuk digunakan dan dikembangkan.

KESIMPULAN

Karakteristik konsumen produk olahan pisang di toko *cake* Banana Foster Lampung didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan sebanyak 57% responden yang memiliki usia rata-rata 19-24 tahun sebanyak 47% responden, pendidikan terakhir SMA-SMK sebanyak 51% responden dan memiliki rata-rata pendapatan <Rp 1.500.000 sebanyak 31% responden, serta memiliki pekerjaan pegawai swasta 36% responden.

Tingkat kepuasan konsumen dengan menggunakan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam mengonsumsi produk olahan pisang di *cake* Banana Foster Lampung mendapatkan hasil 84,19% dan berada pada kriteria sangat puas. Tingkat kepentingan konsumen pada analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) mendapatkan hasil atribut yang harus diperhatikan dan ditingkatkan dikarenakan terletak pada kuadran I prioritas utama adalah harga produk yang ditawarkan relative terjangkau, cita rasa yang enak, karyawan melayani pesanan pelanggan dengan cepat. Atribut yang harus dipertahankan keunggulannya atau atribut yang terletak pada kuadran II yaitu tekstur yang lembut, kemasan mampu melindungi isi produk, karyawan memiliki sifat ramah, baik, dan sopan terhadap pelanggan, karyawan menginformasikan produk kepada pelanggan dengan baik dan benar.

SARAN

1. Produsen Banana Foster Lampung perlu meningkatkan kembali kinerja mengenai atribut yang memiliki tingkat kepuasan rendah yaitu kemasan dan tekstur pada cake Banana Foster Kota Bandar Lampung karena atribut tersebut dapat berpengaruh dalam kepuasan konsumen agar dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen.
2. Toko *cake* Banana Foster Kota Bandar Lampung Lampung sebaiknya memprioritaskan instrument-

instrumen pada kuadran I dari hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu harga produk yang ditawarkan relative terjangkau, cita rasa yang enak, karyawan melayani pesanan pelanggan dengan cepat yang kurang sesuai dalam memenuhi keinginan konsumen. Oleh sebab itu diharapkan pihak produsen dapat memperhatikan untuk menetapkan atribut produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, I. (2010). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Giant Yasmin Bogor. Intitut Pertanian Bogor.
- Arifah, M. N., & Suryoko, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk pada Boy's Cake and Bakery Mojolaban, Sukoharjo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 849–856.
- Desfaryani, Rini; Hartoyo, S; Anggraeni, L. (2016). Permintaan buah-buahan rumah tangga di Propinsi Lampung. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 4(2), 137–148.
- Hidayati, T. N., & Suhartini, S. (2018). Analisis Daya Saing Ekspor Pisang (*Musa Paradisiacal.*) Indonesia di Pasar Asean Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(4), 267–278.
- Hosmer, D. W., Hosmer, T., Le Cessie, S., & Lemeshow, S. (1997). *A comparison of goodness-of-fit tests for the logistic regression model. Statistics in Medicine*, 16(9), 965–980.
- Ichwan, C. (2013). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1).
- Jayanto, I. (2016). Dialah Sang Raja (analisis kepuasan pasien peserta jaminan kesehatan nasional dengan matriks importance performance analysis dan customer satisfaction index). *BuatBuku. com*.
- Kuswara, E. (n.d.). Analisis Perilaku dan Kepuasan Konsumen dalam Proses Keputusan Pembelian Lapis Bogor Sangkuriang.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Ningsih, N. L. G. A., & Suasih, N. N. R. (2024). Pengaruh K-Culture terhadap Perilaku Konsumsi Produk Impor Kosmetik Korea Selatan Jenis Serum. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4), 136–153.
- Nissa, F. K. (2013). Analisis proses keputusan pembelian dan kepuasan konsumen produk teh rosela 'Rozelt' (Studi kasus konsumen teh rosela 'Rozelt' di sekitar Institut Pertanian Bogor, Dramaga).
- Pertiwi, R. A. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Mengonsumsi Kopi (Coffea) di Starbucks, Killiney, dan Ulee Kareng (Kasus: Kota Medan). *Universitas Sumatera Utara*.
- Rosalia, S., & Rahardjo, S. T. (2016). Pengaruh Atribut Produk Rotiboy Terhadap Kepuasan Konsumen di Mall Ciputra Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 161–169.
- Sutarni, S., Trisnanto, T. B., & Unteawati, B. (2017). Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 17(3), 203–211.