

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
PRODUK SAYURAN *ONLINE* DI SURABAYA
(STUDI KASUS *MRACANG MARKET* SURABAYA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis



Oleh :

DONY RICHA PAMBUDI
NPM: 1524010067

Kepada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2019**

SKRIPSI

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SAYURAN *ONLINE* DI SURABAYA (STUDI KASUS *MIRACANG MARKET SURABAYA*)

Oleh :

DONY RICHA PAMBUDI
NPM : 1524010067

Telah diujikan pada tanggal :
30 April 2019

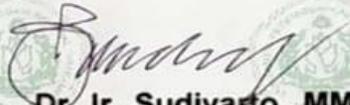
Skripsi Ini Diterima Sebagai Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Menyetujui,

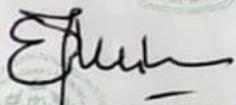
Pembimbing I,


Ir. Sigit Dwi Nugroho, M.Si
NIP. 195906281988031003

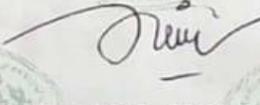
Pembimbing II,


Dr. Ir. Sudyarto, MM
NIP. 196001051989031001

Penguji I,


Dr. Ir. Endang Yektiningsih, MP
NIP. 195705161992022001

Penguji II,

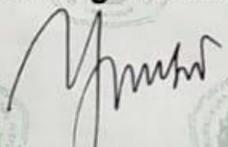

Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si
NIP. 196012271991032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian


Dr. Ir. RA. Nora Agustien K., MP
NIP. 195908241987032001

Koordinator Program Studi Agribisnis


Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 196201061990032001

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 09 Mei 2019



Dony Richa Pambudi
1524010067

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 09 Mei 2019

Dony Richa Pambudi
1524010067

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan untuk Penelitian guna menyusun tugas akhir Skripsi dengan judul “Analisis kepuasan konsumen dalam pembelian sayuran online di Surabaya (Studi Kasus *Mracang Market* Surabaya)”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapatkan gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak lepas dari bantuan Sang Maha Kuasa dan juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kepada Ir.Sigit Dwi Nugroho, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr.Ir.Sudiyarto, MM, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Sri Widiyanti, MP Selaku Koordinator Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Segenap dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani perkuliahan di jurusan Agribisnis.
3. Kedua orang tua saya yang telah banyak memberikan dukungan doa, semangat dan kasih sayang yang tak terhingga.

4. *Owner Mracang Market* yang telah memberikan izin dan waktunya dalam memberikan ilmu dan pengetahuan baru.
5. Segenap responden yang telah meluangkan waktu untuk menjawab setiap pertanyaan dalam pertanyaan yang diberikan dengan sukarela.
6. Semua sahabat serta teman-teman Agribisnis dan Agroteknologi 2015 yang sangat membantu dalam memberi semangatnya serta waktu luangnya dalam membantu penulis serta semua pihak terkait yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan sesuatu yang berguna bagi penulis pada khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, 30 April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRAK	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
II LANDASAN TEORI	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.1.1 Pemasaran <i>Online</i>	10
2.1.2 Media Promosi.....	14
2.1.2.1 Media sosial sebagai media promosi.....	16
2.1.2.2 Instagram sebagai media promosi.....	16
2.1.2.3 Website sebagai media promosi	18
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.5 Atribut Produk	24
2.1.6 Karakteristik Konsumen	25
2.1.7 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	23

2.1.8	<i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	28
2.1.9	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut	28
2.2	Penelitian Terdahulu	32
2.3	Kerangka Pemikiran	35
III	METODE PENELITIAN	38
3.1	Lokasi Penelitian	38
3.2	Sampling dan Populasi.....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data	39
3.4	Analisis Data	41
3.4.1	Metode Analisis	41
3.4.2	Uji Validitas.....	47
3.4.3	Uji Realibilitas	47
3.5	Definisi Operasional	48
IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Gambaran Umum.....	50
4.2	Karakteristik konsumen	51
4.3	Uji validitas dan Uji realibilitas	55
4.3.1	Uji Validitas.....	55
4.3.2	Uji realibilitas	56
4.4	<i>Customer Satisfaction Index(CSI)</i>	57
4.5	<i>Importance–Performance Analysis (IPA)</i>	65
4.5.1	Strategi Meningkatkan Strategi Kinerja.....	71
V	KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	74
	DAFTAR PUSTAKA	74
	LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Hal
1.1	Perbedaan promosi konvensional dan internet.....	3
1.2	Produk Domestik Bruto (PDB) Pertanian Tahun 2013-2017 Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2010.....	6
2.1	Penelitian Terdahulu	32
3.1	Kriteria Indeks Kepuasan Konsumen	45
4.1	Sebaran Konsumen Berdasarkan Usia	51
4.2	Sebaran konsumen berdasarkan status pernikahan	52
4.3	Sebaran konsumen berdasarkan tingkat pendidikan	52
4.4	Sebaran Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan Konsumen	53
4.5	Sebaran Konsumen Berdasarkan media sosial yang sering digunakan	54
4.6	Sebaran konsumen Berdasarkan jumlah pembelian	55
4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	61
4.8	Nilai MIS dan MSS	59
4.9	Hasil perhitungan <i>customer satisfaction index</i> (CSI)	63
4.10	Hasil Perhitungan Skor <i>Importance –Performance Analysis</i> (IPA).....	66

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Hal
1.1	Grafik pertumbuhan pengguna internet di indonesia	2
2.1	Jenis <i>E-commerce</i> dengan wilayah pemasaran online	13
2.2	Matriks Tingkat Kepentingan dan Kinerja Atribut (Importance Performance Matrix).....	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	37
3.1	Matriks IPA	46
4.1	Pemetaan <i>Importance-Performance Analysis</i> dalam Diagram Kartesius	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Surat Izin Penelitian	78
2.	Tabel karakteristik Konsumen	79
3.	Tabel Rekapitulasi Karakteristik Konsumen Produk Sayuran <i>Online</i>	81
4.	Hasil Output Validitas Harapan.....	82
5.	Hasil Output Uji Validitas Kinerja	84
6.	Hasil Output Uji Realibilitas Harapan.....	86
7.	Hasil Output Uji Realibilitas Kinerja	87
8.	Hasil Output Analisis CSI	88
9.	Hasil Output Analisis IPA.....	89
10.	Hasil Output Matrik IPA	90
11.	<i>Instagram Mracang Market</i>	91
12.	<i>WEB Mracang Market</i>	92
13.	Tabel Rekapitulasi Nilai WF	93
14.	Tabel Rekapitulasi Nilai WS	94
15.	Tabel Harga Sayuran Konvensional dan <i>Online</i>	95
16.	Map Mracang Market	96
17.	Kuisisioner Penelitian.....	97

INTISARI

Produk pertanian yang mempunyai sifat mudah rusak dan mudah busuk perlu di jual dengan cepat, dengan perkembangan zaman yang sangat pesat memunculkan pemasaran *online* salah satunya adalah produk pertanian sayuran. Untuk meningkatkan penjualan produsen harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan meningkatkan kinerja atribut produk sayuran. Tujuan penelitian ini adalah, (1) menganalisis tingkat kepuasan konsumen produk sayuran *online* di *Mracang Market* Surabaya dengan menggunakan analisis data *Customer Satisfaction Index*(CSI), (2) menganalisis kinerja atribut produk sayuran *online* di *Mracang Market* Surabaya dengan menggunakan analisis data *Importance Performance Analysis* (IPA). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen sayuran dengan nilai CSI sebesar 74,68%, nilai CSI tersebut berada diantara 51%-75%, artinya konsumen puas terhadap kinerja atribut produk sayuran *online* di *mracang market* Surabaya. Hasil analisis kinerja dengan IPA menunjukkan bahwa variabel kinerja atribut produk sayuran yang harus dijadikan prioritas dalam peningkatan kinerja atribut produk adalah keamanan transaksi, ketepatan layanan, kemudahan menghubungi penjual, harga sesuai dengan kualitas, harga sayuran sesuai dengan akun.

Kata kunci : Atribut produk, kinerja, kepuasan konsumen, pemasaran *online*.

ABSTRACT

Agricultural products that have perishable and perishable properties need to be sold quickly, with the times that are very advancing online marketing one of them is vegetable farming products. To increase sales, producers must provide satisfaction to consumers by increasing the attributes of vegetable products. The purpose of this study is, (1) To analyze the level of customer satisfaction of online vegetable products at Mracang Market Surabaya by using the Customer Satisfaction Index (CSI) data analysis, (2) Analyze the performance of vegetable product attributes online at Pasar Mracang Surabaya using data analysis Importance of Performance Analysis (IPA). The sampling technique used was accidental sampling with a total sample of 50 people. The results showed the level of consumer satisfaction with a CSI value of 74.68%, CSI values were between 51% -75%, meaning consumers were satisfied with the feature attributes of online vegetable products in the Surabaya mracang market. The results of the performance analysis with IPA show the performance attributes of product attributes that must be improved by attributes of improved product security, accuracy of services, facilitating seller purchases, prices according to quality, price of vegetables according to account.

Keyword: Product attributes, performance, customer satisfaction, online marketing