

ANALISIS SIKAP PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT PRODUK IKAN KALENG
DI KECAMATAN RUNGKUT KOTA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh :

LISTIA DEVY
NPM : 1324010053

Kepada

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA

2016

ANALISIS SIKAP PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK IKAN KALENG DI KECAMATAN RUNGKUT KOTA SURABAYA

Disusun Oleh :

LISTIA DEVY

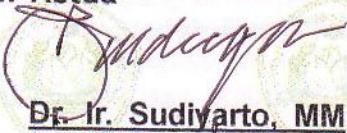
NPM : 1324010053

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Pengaji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 19 Desember 2016

Telah disetujui oleh :

Tim Pengaji :

1. Ketua


Dr. Ir. Sudiyarto, MM

Pembimbing :

1. Pembimbing Utama


Dr. Ir. Sudiyarto, MM

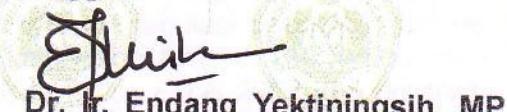
2. Pembimbing Pendamping


Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, MP

2. Sekretaris


Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, MP

3. Anggota


Dr. Ir. Endang Yektinginingsih, MP

4. Anggota

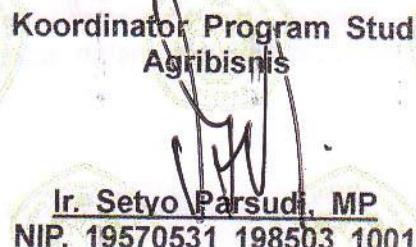

Ir. Effi Damaijati, MS

Dekan
Fakultas Pertanian


Dr. Ir. Pawana Nur Indah, M.Si
NIP. 19570720 198703 2001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi
Agribisnis


Ir. Setyo Parsudi, MP
NIP. 19570531 198503 1001

ANALISIS SIKAP PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK IKAN KALENG DI KECAMATAN RUNGKUT KOTA SURABAYA.

Listia Devy ¹⁾ Sudiyarto ²⁾ Indra Tjahaja Amir ³⁾
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

ABSTRAK

Bahan makanan merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang kehidupan manusia. Semakin berkembangnya industri pangan menyebabkan banyak produksi makanan yang serba praktis, ekonomis, menarik serta tahan lama misalnya makanan yang dikemas dalam kaleng, hal ini menyebabkan banyak konsumen tertarik untuk mengkonsumsinya sehingga produksi makanan kaleng semakin meningkat. Bahan pangan yang dikemas dalam kalengan misalnya buah kaleng, ikan kaleng, cornet kaleng dan sosis kaleng. Permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini ialah bagaimana karakteristik konsumen dalam mempertimbangkan merek produk dan atribut-atribut pada produk Ikan Kaleng yang dibeli, selanjutnya apakah atribut produk Ikan kaleng yang telah memenuhi sikap angka ideal yang diharapkan, kemudian bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk ikan kaleng. Tujuan penelitian ini antara lain sebagai berikut : (1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen dalam mempertimbangkan merek produk dan atribut-atribut produk Ikan Kaleng yang dibeli (2) Menganalisis Sikap Angka Ideal konsumen terhadap atribut-atribut Produk Ikan Kaleng (3) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk ikan kaleng. Penelitian ini dilakukan di kecamatan Rungkut Kota Surabaya wilayah timur, Provinsi Jawa Timur. Dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* (secara sengaja) yaitu pengambilan sampel berdasarkan atas kriteria atau pertimbangan tertentu, sesuai tujuan penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer di peroleh dari para konsumen yang biasa membeli produk ikan kaleng. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif dengan bantuan tabulasi deskriptif, metode *Ideal Point Model Analysis*, dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Pengolahan data menggunakan *analysis software Microsoft Office Excel 2007* dan program *SPSS for Windows Versi 23*. Atribut yang ideal menurut konsumen meliputi atribut Harga, Kejelasan Tanggal Kadaluarsa, Kondisi Kaleng Merek, Kandungan Gizi, Ukuran Saji, Varean Rasa,serta Izin Depkes dan MUI karena diperoleh hasil bahwa rata-rata Kesenjangan atau gapnya tidak lebih dari 1 yang berarti bahwa atrbut-atribut Produk Ikan Kaleng sudah mendekati ideal atau sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Atribut yang hasilnya belum ideal yaitu atribut desain kemasan dan komposisi karena terdapat kesenjangan atau gap lebih dari 1. Nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* adalah sebesar 0,674 atau 67,4% yang termasuk pada kriteria tingkat kepuasan pada rentang skala 0,66-0,80 persen berarti konsumen merasa puas dalam membeli produk ikan kaleng tersebut.

Kata Kunci : Ikan kaleng, Sikap Angka Ideal, CSI (*Customer Satisfaction Index*)

**PURCHASE BEHAVIOR AND CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS
TOWARD THE CANNED FISH PRODUCT ATTRIBUTE
IN RUNGKUT DISTRICT SURABAYA CITY.**

Listia Devy ¹⁾ Sudiyarto ²⁾ Indra Tjahaja Amir ³⁾
National Development University "Veteran" East Java

ABSTRACT

Foodstuffs is one important factor in supporting human life. The continued development of the food industry led to a lot of food production very practical, economical, attractive and durable eg food packaged in cans, it caused many consumers are interested to consume so that the production of canned food is increasing. Foodstuffs are packaged in canned eg canned fruit, canned fish, canned cornet and sausage cans. The problems that can be formulated in this study is how consumer characteristics in considering brand products and attributes of products Canned Fish purchased, then what product attributes Canned fish that have met the attitude of the ideal number expected, then how the level of customer satisfaction with canned fish products , The purpose of this study are as follows: (1) Identify the characteristics of consumers in considering the brand and product attributes Canned Fish purchased (2) to analyze the attitude of Figures Ideal consumers to attribute Products Canned Fish (3) to analyze the level of customer satisfaction terhadap produk canned fish. This research was conducted in the district of the eastern region Rungkut Surabaya, East Java Province. In this study using purposive sampling method (deliberately) that sampling based on specific criteria or considerations, appropriate research purposes. Data used in this study are primary data and secondary data. Primary data were obtained from consumers who used to buy canned fish products. Data analysis methods used in this research is descriptive analysis with the help of descriptive tabulations, method of Ideal Point Model Analysis, and Customer Satisfaction Index (CSI). Processing data using analysis software Microsoft Office Excel 2007 and SPSS for Windows version 23. The ideal attributes include attributes according to consumer prices, Clarity Expiration Date, Brand Canned Condition, Nutritional content, Serving Size, Flavors, as well as permit the MOH and the MUI as obtained the result that the average gap or gap no more than 1, which means that attribute-attribute Canned Fish Products already close to the ideal or desired in accordance with the consumer. Attributes that result is not ideal that the attributes of packaging design and composition because there is a gap of more than 1. Value Customer Satisfaction Index (CSI) is approximately 0.674, or 67.4%, which includes the criteria for the level of satisfaction on a scale ranges from 0.66 to 0, 80 percent means consumers are satisfied in buying the canned fish products

Keywords : Canned fish, Attitude Score Ideal, CSI (Customer Satisfaction Index)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi dengan judul "Analisis Sikap Pembelian dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Ikan Kaleng di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya". Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari bantuan Sang Khaliq dan juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada : Dr. Ir. Sudiyarto, MM. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, MP selaku 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. Dr. Ir. Pawana Nur Indah, MSi. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional " Veteran " Jawa Timur
2. Ir. Setyo Parsudi, MP Selaku Ketua Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional " Veteran " Jawa Timur
3. Kedua orang tua saya Muhammad Tobudin (alm) dan Tugingatun Dan kakak saya Muftadi Effendi dan Musaniatus sarofah, bulek Sri Atim yang telah banyak memberikan dukungan do'a, semangat dan kasih sayang yang tidak terhingga.

4. Achmad Rizal Fadhlillah selaku teman dekat penulis yang selalu membantu, membimbing, menemani, sabar, dan mengerti penulis,
5. Semua sahabat dan teman-temanku seperjuangan : Zahrit, Nurma, Zumrotus, Febri, Fitri, Nevrina, Mbk Furi, Lutfi dkk yang telah memberikan banyak dorongan motivasi untuk maju bersama-sama menggapai masa depan yang cerah dan mendukung penulis dalam menyelesaikan proposal tersebut.
6. Teman kost yaitu : Mbak Abe, mbak Putri, Laras, Dwi, Rosa, Serta kakak kelas mas wawan yang sangat membantu dalam member suntikan semangatnya serta waktu luangnya dalam membantu penulis dalam menyelesaikan propsal. 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, November 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Ikan Kaleng	24
2.2.2 Perilaku Konsumen	31
2.2.3 Atribut Produk	37
2.2.4 <i>Ideal Point Model</i> (Model Angka-Ideal).....	39
2.2.5 Kepuasan Konsumen.....	40
2.2.6 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	46
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
III. METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	51
3.2 Penentuan Sampel.....	51

3.3 Jenis dan Sumber Data.....	52
3.3.1 Data Primer	52
3.3.2 Data Sekunder	53
3.4 Metode Pengumpulan Sampel	54
3.5 Definisi dan Pengukuran Variabel	56
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	56
3.5.2 Indikator Variabel Tabel.....	57
3.6 Metode Analisis Data	59
3.6.1 Analisis Kuantitatif.....	60
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	61
3.6.3 Analisis Sikap Angka Ideal (<i>The Ideal-Point Model</i>)...	61
3.6.4 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	65
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden Produk Ikan Kaleng di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya	69
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	70
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Status	71
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	71
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	72
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	74
4.1.7 Profil Responden Berdasarkan Tempat Membeli Produk .	74
4.1.8 Merek Produk Ikan Kaleng Pilihan Responden	75
4.1.9 Motivasi/Alasan Responden dalam Memilih Produk Ikan Kaleng.....	76
4.1.10 Sumber Informasi yang diperoleh Responden dalam Memilih Produk Ikan Kaleng	76
4.1.11 Atribut yang dipertimbangkan dalam Memilih Produk Ikan Kaleng	77

4.1.12 Karakteristik Responden Produk Ikan Kaleng	78
4.2 Analisis sikap pembelian dengan metode sikap angka ideal konsumen terhadap Atribut Produk Ikan Kaleng	81
4.2.1 Analisis Kuantitatif sikap Angka Ideal Konsumen terhadap Atribut Produk Ikan Kaleng	81
4.2.2 Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Atribut Produk Ikan Kaleng	85
4.2.3 Analisis Masing-masing Atribut Menurut Ideal Konsumen Terhadap Produk Ikan Kaleng	88
4.2.4 Rekapitulasi Analisis Sikap Angka Ideal terhadap Atribut Produk Ikan Kaleng	97
4.2.5 Analisis sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut produk ikan kaleng	99
4.2.6 Analisis masing-masing atribut menurut sikap konsumen terhadapa produk ikan kaleng	101
4.2.7 Rekapitulasi Analisis sikap Konsumen secara keseluruhan terhadapa produk ikan kaleng	108
4.3 Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk ikan kaleng dengan menggunakan analisis CSI.....	111
4.3.1 Analisis Kuantitatif tingkat kepuasan konsumen terhadap Atribut Produk Ikan Kaleng	111
4.3.2 Analisis <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> Pada Produk ikan kaleng	114
4.3.3 Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk Ikan Kaleng dengan menggunakan Analisis CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>)	118
V. KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN	128

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Perkembangan Nilai Produksi Perikanan Tangkap Nasional Periode Tahun 2003- 2012	3
2.1	Ikan Kaleng.....	24
2.2	Skema Kerangka Penelitian.....	50

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
	<u>Judul</u>
1.1 Daftar Merk Ikan Kaleng di Indonesia	5
2.1. Matriks Penelitian Terdahulu	21
2.2. Komposisi Kimia Ikan Sarden Menurut <i>Food and Agriculture Organization (FAO)</i>	26
2.2 Syarat Mutu pada Ikan Kaleng	28
3.1. Skor Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	65
3.2 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	66
3.3 Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	68
4.1 Sebaran Sampel di Kecamatan Rungkut	69
4.2 Sebaran Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.3 Sebaran Responden Berdasarkan Status.....	71
4.4 Sebaran Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	72
4.5 Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	73
4.6 Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4.7 Sebaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Rata-rata..	74
4.8 Sebaran Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Produk	75
4.9 Merek produk Ikan Kaleng Pilihan Responden	76
4.10 Motivasi atau Alasan Responden dalam Memilih Produk Ikan Kaleng	76
4.11 Sumber Informasi Responden Mengenai Produk Ikan Kaleng	77
4.12 Atribut yang dipertimbangkan dalam memilih Produk Ikan kaleng ..	77
4.13 Rekapitulasi Karakteristik Responden Produk Ikan Kaleng.....	80
4.14 Hasil Uji Validitas tingkat kepentingan pada analisis Sikap angka Ideal	82
4.15 Hasil Uji Validitas tingkat Kepercayaan pada analisis Sikap angka Ideal	83

4.16	Hasil Uji Reliabilitas pada analisis Sikap Angka Ideal	85
4.17	Tingkat Kepentingan konsumen terhadap Atribut Produk kaleng....	86
4.18	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Harga Produk ikan kaleng.....	88
4.19	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Ukuran Saji Produk ikan kaleng	89
4.20	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Desain Kemasan Produk ikan kaleng	90
4.21	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Kandungan Gizi Produk ikan kaleng	91
4.22	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Komposisi Produk ikan kaleng.....	92
4.23	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Kejelasan Tanggal Kadaluarsa Produk ikan kaleng	92
4.24	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Izin Depkes dan MUI Produk ikan kaleng	93
4.25	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Kondisi Kaleng Produk ikan kaleng.....	94
4.26	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Merek Produk ikan kaleng	95
4.27	Performasi Ideal dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Pilihan Rasa Produk ikan kaleng	96
4.28	Rekapitulasi Analisis Sikap Angka Ideal pada Produk ikan kaleng	97
4.29	Analisis sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut produk ikan kaleng	100
4.30	Rekapitulasi Analisis sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut produk ikan kaleng.....	109
4.31	Hasil Uji Validitas tingkat kepentingan pada analisis CSI.....	111
4.32	Hasil Uji Validitas tingkat Kinerja pada analisis CSI	112
4.33	Hasil Uji Reliabilitas pada analisis CSI.....	113
4.34	Rekapitulasi Nilai MIS dan MSS	115
4.35	Rekapitulasi Nilai MIS dan WF	116

4.36 Rekapitulasi Nilai MS	116
4.37 Kriteria nilai <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	118
4.38 Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk Ikan Kaleng dengan menggunakan Analisis CSI	118

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
	<u>Judul</u>
1. Kuisioner Penelitian	128
2. Hasil Analisis Uji Validitas Tingkat Kepentingan pada Analisis Sikap Angka Ideal.....	141
3. Hasil Analisis Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan pada Analisis Sikap Angka Ideal.....	142
4. Hasil Analisis Uji Validitas Tingkat Kepercayaan pada Analisis Sikap Angka Ideal.....	144
5. Hasil Analisis Uji Reliabilitas Kuisioner Tingkat Kepercayaan pada Analisis Sikap Angka Ideal.....	145
6. Hasil Analisis Uji Validitas Tingkat Kepentingan pada Analisis CSI	147
7. Hasil Analisis Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan pada Analisis CSI	148
8. Hasil Analisis Uji Validitas Tingkat Kinerja pada Analisis CSI....	149
9. Hasil Analisis Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja pada Analisis CSI	150
10. Hasil Perhitungan Tingkat Kepentingan Responden terhadap Atribut Produk Kaleng	151
11. Hasil Perhitungan Analisis Sikap Angka Ideal	152
12. Hasil Perhitungan Nilai MIS pada Analisis CSI.....	153
13. Hasil Perhitungan Nilai MSS pada Analisis CSI	154